
linearer Geschichtenaufbau

Im traditionellen Journalismus entscheidet der Medienproduzent, in welcher Reihenfolge die Informationen publiziert werden.

Der Medienrezipient muss die Informationen weitgehend in dieser Reihenfolge konsumieren.

nicht linearer Geschichtenaufbau

Im Onlinejournalismus können die Rezeptionsmuster vom Publikum bestimmt werden. Der Medienrezipient kann nach eigenem Ermessen zwischen einzelnen Teilen der Geschichte wechseln.

Voraussetzung dafür ist, dass der Medienproduzent diese Möglichkeiten beim Verfassen der Geschichte bereitstellt.

nicht linearer Geschichtenaufbau

Wert für den Rezipienten:

- Die Komplexität von Geschichten kann reduziert, ihre Verständlichkeit erhöht werden.
- Verschiedene Aspekte und Gesichtspunkte können übersichtlicher präsentiert werden.
- Viele Rezipienten wollen spezifische und rasche Information. Das Segmentieren einer Geschichte erlaubt es ihnen leichter als im linearen Ablauf festzustellen, welcher Teil die Information enthält, die sie konsumieren möchten.

nicht linearer Aufbau = Neuland

Es gibt noch keine Regeln, wie eine Geschichte segmentiert werden soll und wie die einzelnen Teile angeordnet werden sollen.

Überlegungen zum nicht linearen Aufbau

Der Charakter der Geschichte:

- Umfang und Dauer der Berichterstattung;
- Tiefe der Berichterstattung;
- Bereiche des behandelten Themas.

Die Bedürfnisse, Interessen des Rezipienten:

- traditionelle Selektionskriterien;
- Verständlichkeit;
- einfache Menüführung.

Die technische Umsetzung:

- Flash oder HTML;
- Integration welcher Medientypen.

Überlegungen zum nicht linearen Aufbau

- Die Segmente der Geschichte sollen hintereinander abgespielt, einen Geschichtenfluss ergeben.
- Jedes einzelne Segment sollte auch für sich allein stehen können und für sich allein verständlich sein.

Überlegungen zum nicht linearen Aufbau

- Die umgekehrte Pyramide als Konstruktions-Schema im klassischen Journalismus hat weiter seine Berechtigung.
- Innerhalb eines Geschichtensegments soll das wichtigste Faktum auch weiterhin ganz oben stehen.
- Der Leadsatz sollte weiterhin mit der wichtigsten Information beginnen.

Akzeptanzprobleme

- Das Publikum ist an den linearen Ablauf von Medienberichten gewohnt und fühlt sich in dieser bekannten Rezeptionsumgebung wohl.
- Der Rezipient will in erster Linie Informationen konsumieren und nicht neue Formen der Berichterstattung ausprobieren.
- Dem Rezipienten sind die Vorteile des nicht linearen Geschichtenaufbaus und der Nutzen bei der Medienrezeption noch nicht bewusst.

Neue Formen

Vom	Zum
Erklären	Erfahren
Informieren	Meinungsaustausch
Kurzzeitiger Informationswert	Langfristiges Wissen
Nachrichtenstil	Kreativen Navigieren

Kommunikationskanäle

Information	optisch	akustisch	abstrakt-kognitiv	taktil, chemisch
Sinn	Auge	Ohr	Auge, Ohr	Tastsinn, Geruch, Geschmack
Medium	Foto, Grafik, Film, Video	Sprache, Musik, Geräusche	Schrift	

Unter Multimedia wird die gleichzeitige Nutzung mehrerer Medien zur Informationsvermittlung in digitaler Form verstanden.

Medienformate und ihre Einsatzgebiete

Texte:

- Sie transportieren knappe Informationen, nutzen die Kraft der anderen Elemente (Fotos, Töne u.a.);
- Für Schlagzeilen;
- Als Bildtext;
- Zum Erzählen der Vorgeschichte;
- Zum Erzählen in der „ich“-Form, etc.

Medienformate und ihre Einsatzgebiete

Fotos:

- Sie stellen Einzelheiten eines Ereignisses durch Momentaufnahmen dar, frieren den wichtigsten Augenblick ein;
- Fotos können viel Text ersetzen („Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte“);
- Fotos können starke Emotionen ausdrücken, einen neuen Abschnitt beginnen;
- Fotos können als „Slide Show“ eine ganze Geschichte erzählen.

Medienformate und ihre Einsatzgebiete

Töne:

- Sie wirken emotional und verstärken die Aussage von Texten, Fotos oder Videosequenzen;
- Die Aufnahmen müssen technisch von hoher Qualität sein;
- Wenn es für die Geschichte nicht essentiell ist, sollte der Sprache keine Musik unterlegt werden.

Medienformate und ihre Einsatzgebiete

Videsequenzen:

- Themen, die sich in Bildern erzählen lassen, sollten als Videosequenz dargestellt werden.
- Stärke ist die plakative Darstellung von Ereignissen mit hohem Informationsgehalt.
- Schwächen zeigen sich bei der Darstellung komplexer Sachverhalte;
- Videosequenzen sollten kurz gehalten werden (ein bis zwei, maximal vier Minuten);
- Keine schnellen Bewegungen (durch die Kompression entstehen beim Abspielen störende Artefakte).

Medienformate und ihre Einsatzgebiete

Animationen, Grafiken:

- Komplizierte Zusammenhänge können bewegt oder statisch anschaulich dargestellt werden, sie können die Verständlichkeit der Berichterstattung erhöhen.

Medienformate und ihre Einsatzgebiete

Interaktivität:

- Kann eine Geschichte personalisieren, z.B. Abfrage individuell auswählbarer Daten in Datenbanken;
- Direkte Feedback-Möglichkeit bindet den User stärker in das Thema ein.

The screenshot shows a web interface for the 2005 German federal election. At the top, there is a German flag and a 'SERVICE' button. The main heading is 'NEUWAHL2005'. Below it, a text prompt asks users to find direct candidates from their constituency and answer a weekly Sunday question. The interface is divided into several sections:

- KANDIDATEN-SUCHE:** A search section with input fields for 'PLZ' and 'Name', and a 'Suchen' button.
- NETZEITUNG-VOTING:** A voting section with radio buttons for political parties: SPD, CDU/CSU, DIE GRÜNEN, FDP, DIE LINKE., and 'Andere'. A 'Hier abstimmen' button is at the bottom of this section.
- WAHLKREIS-SUCHE:** A section with a red map of Germany and a search function.
- IHR KOMMENTAR:** A section titled 'Posten' where users can share their opinions on candidates.

At the bottom right of the voting section, there is a link '>> Ergebnisse anzeigen'.

Rezeptionsverhalten im Internet

- Online-Leser sind viel Text fixierter als Zeitungsleser.
- Der erste Blick fällt auf Überschriften und kurze Anreißer.
- Erst dann werden Fotos und Grafiken angesehen.
- Onlinetexte werden schlechter verstanden als gedruckte Texte.
- Das Lesen eines Textes online erfordert 25 Prozent mehr Zeit als das Lesen desselben Textes vom Papier.
- Onlinetexte werden für weniger glaubwürdig gehalten.

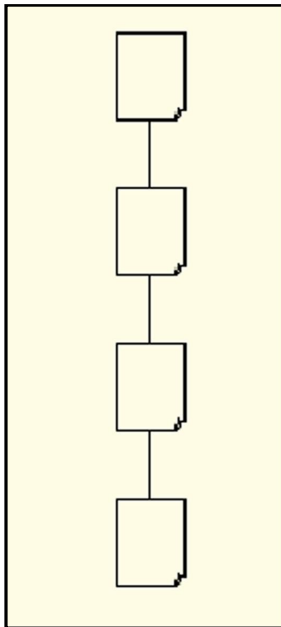
Anforderungen an Onlinejournalisten

- Eine knappe, präzise Sprache;
- Die Kenntnis aller journalistischen Stilformen;
- Die Fähigkeit, ein Hypertext-Angebot zu konzipieren, das mehrere Stilformen kombiniert;
- Technische Kenntnisse, um multimediale Möglichkeiten zu nutzen;
- Die Bereitschaft zur Kommunikation mit dem User;
- Kurze Texte sind zu bevorzugen;
- Begleitmaßnahmen für längere Texte (Faustregel: max. 3500 Zeichen pro HTML-Seite, eine Druckversion des gesamten Textes sollte bereit gestellt werden);
- Zunehmende Informationstiefe.

[Aus: Gabriele Hoofacker: „Online-Journalismus“]

Erzählstrukturen im Onlinejournalismus

Tunnel-Storyboard (lineare Struktur)



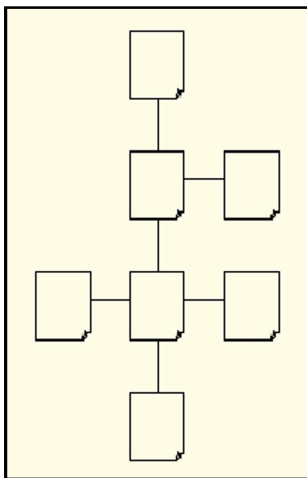
Der User „blättert“ von einer Seite zur nächsten, charakteristisch ist der [Weiter]-Button. Dieser Aufbau ist sinnvoll für Texte, die aufeinander folgen müssen. Sein Vorteil ist die klare Struktur.

Der Nachteil daran ist, dass die Möglichkeiten des Mediums Internet nicht genutzt werden und der User keine Entscheidungsmöglichkeiten hat.

 ► <http://www2.helsinginsanomat.fi/english/webortage/ghost/kummitus.html>

Erzählstrukturen im Onlinejournalismus

Tunnel mit Nebenräumen (Magazin-Storyboard)

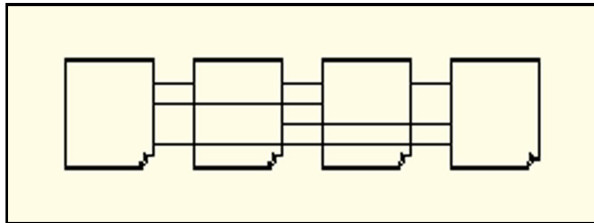


Diese Variante ist vergleichbar mit Zusatzinfo in Printmagazinen. Der Aufbau ist sinnvoll für Texte, die der Leser nur verstehen kann, wenn er Absatz für Absatz liest. Auch ihr Vorteil ist die klare Struktur, sie bietet zusätzliche Angebote für den User. Aber auch dieses Storyboard nutzt die Möglichkeiten des Medium Internet nur teilweise, der Erzählstrang wird nicht verlassen.

 <http://www.msnbc.com/modules/spaceshuttle/reentry/default.asp>

Erzählstrukturen im Onlinejournalismus

Peer-to-Peer-Storyboard

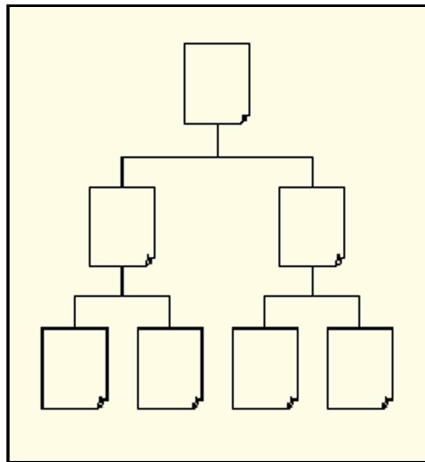


Diese Struktur besteht aus einer Sammlung gleichberechtigter Seiten. Ein Navigationselement listet alle verfügbaren Seiten auf. Der Vorteil ist ein breit gefächertes Angebot und nicht linearer Text. Der User entscheidet frei zwischen den Seiten, die er betrachten will. Nachteil kann sein, dass viele in sich abgeschlossene Module notwendig sind und der Benutzer keinen „roten Faden“ hat.

 <http://abcnews.go.com/>

Hierarchisches Storyboard

Hierarchisches Storyboard



Eignet sich gut für sehr komplexe Themen. Auf der Startseite werden alle Themen angekündigt, die Artikel stehen auf untergeordneten Seiten. Vorteile sind die zunehmende Informationstiefe, die Möglichkeiten des Mediums Internet werden gut genutzt.

Ein gravierender Nachteil ist, dass sich der User im Falle schlecht aufgebauter Navigation in der Geschichte verirrt.

 <http://web.ard.de/special/helden1954/pages/start.php?ch=0>