

Partnership of Places, communities and art forms for an education to beauty.

SPIRITUS LOCI

IO2 – PRÄSENTATION DIGITAL STORYTELLING & VIDEODOKUMENTATION

Einführungsprogramm zum Storytelling: Theoretischer Rahmen und Leitlinien für das Erzählen von Geschichten

Seit Mitte der 1990er Jahre ist digitales Storytelling als partizipativer Ansatz weit verbreitet, der es Menschen mit unterschiedlichem Hintergrund ermöglicht, kurze audiovisuelle Erzählungen zu erstellen und zu teilen. Es wurde beispielsweise als Bildungsaktivität zur Entwicklung von digitalen Kompetenzen und Kreativität (Schleser, 2012a), als Instrument zur Unterstützung der Sozialarbeit Praxis (Lenette, Cox, & Brough, 2015) und als Möglichkeit des generationsübergreifenden Wissensaustauschs in indigenen Gemeinschaften (Edmonds, 2014) gefördert. Digitales Storytelling kann viele Formen annehmen und bezieht sich letztlich auf jede Erzählung, die mit digitalen Werkzeugen erstellt und geteilt wird. Der Begriff "digitales Storytelling" wird jedoch häufig speziell für eine partizipative Methode verwendet, die zu einem 2- bis 5-minütigen audiovisuellen Clip führt, der Fotos, Voice-over-Erzählungen und andere Audiodaten kombiniert (Lambert, 2009) und ursprünglich für die Entwicklung von Gemeinschaften sowie für künstlerische und therapeutische Zwecke eingesetzt wurde (de Jager, Fogarty, Tewson, Lenette, & Boydell, 2017, S. 2548). In der Gemeinschaftsforschung und in der Interessenvertretung ist digitales Storytelling besonders beliebt als moderierte Workshop-Aktivität, um Mitglieder marginalisierter Gemeinschaften einzubinden und sie zu ermutigen, ihre Erfahrungen zu teilen (z. B. Schleser, 2014 a; Gubrium, Fiddian-Green, & Hill, 2016).

Es gibt viele verschiedene Definitionen von "Digital Storytelling", aber im Allgemeinen drehen sie sich alle um die Idee, die Kunst des Geschichtenerzählens mit einer Vielzahl von digitalen Multimedia-Elementen wie Bildern, Audio und Video zu kombinieren. Bei fast allen digitalen Geschichten wird eine Mischung aus digitalen Grafiken, Text, aufgezeichnetem Audiokommentar, Video und Musik verwendet, um Informationen zu einem bestimmten Thema zu präsentieren. Wie beim traditionellen Storytelling drehen sich auch die digitalen Geschichten um ein bestimmtes Thema und enthalten oft einen bestimmten Blickwinkel. Die Geschichten sind in der Regel nur ein paar Minuten lang und können auf vielfältige Weise genutzt werden, z. B. zum Erzählen persönlicher Geschichten, zum Nacherzählen historischer Ereignisse oder als Mittel zur Information oder Unterweisung über ein bestimmtes Thema.

Typen Digitaler Storys

Es gibt viele verschiedene Arten von digitalen Geschichten, aber es ist möglich, die wichtigsten Arten in die folgenden drei Hauptgruppen einzuteilen: 1) persönliche Erzählungen - Geschichten, die Berichte über wichtige Ereignisse im Leben einer Person enthalten; 2) historische Dokumentationen - Geschichten, die dramatische Ereignisse untersuchen, die uns helfen, die Vergangenheit zu verstehen, und 3) Geschichten, die den Zuschauer über ein bestimmtes Konzept oder eine bestimmte Praxis informieren oder belehren sollen.

Heute sind die wichtigsten Formen des Storytellings:

1. **Storytelling & Zeitleiste:** Die Erstellung von Zeitleisten kann als eine Form der Erzählung von chronologisch geordneten Ereignissen betrachtet werden. Die verschiedenen Ressourcen, die im Web rund um ein Thema, ein Ereignis, ein Problem oder eine Figur identifiziert wurden, werden in Form von Karten oder Folien in einer chronologischen Abfolge angeordnet, die durch einen Balken dargestellt und entsprechend der entsprechenden Chronologie geordnet wird.

Die folgenden Beiträge veranschaulichen einige der im Web verfügbaren Dienste zur Erstellung von Zeitleisten¹:

- WhenInTime
- TikiToki, Xtimeline
- Dipity, Timeglider, Timerime

Diese Tools eignen sich für den Einsatz im Unterricht in den Disziplinen des Bereichs wie Geschichte, Literatur, Politikwissenschaft usw.

2. **Storymapping:** Es kann als eine Form des Storytellings betrachtet werden, bei der geografische Karten oder Bilder verwendet werden, um darin eine Reihe von Links zu Webressourcen zu einem bestimmten Thema einzubauen und einen navigierbaren Pfad zu erhalten. Viele Medien und Zeitungen nutzen diese Form des Storytelling für ihre Recherchen und Dossiers.

Hier sind einige Webdienste, mit denen Sie Storymaps erstellen können²:

- StoryMap JS
- Build a Map
- Google Tourbuilder needs Google Earth plug-in installation

3. **Transmediales Storytelling:** Hier geht es darum, eine Geschichte zu erstellen, indem man in einer Umgebung, die dem Nachrichtenmagazin auf der Präsentation nachempfunden ist, im Web verfügbare Ressourcen in verschiedenen Formaten (Bilder, Videos, Animationen, Texte, Töne, Musik, Nachrichten usw.) zu einem bestimmten Thema, einer bestimmten Problematik oder einer bestimmten Figur zu einer multimedialen und hypertextuellen Geschichte zusammenstellt. Diese Methode kann auch zur Veranschaulichung eines Projekts (auch eines Bildungsprojekts) oder der Ergebnisse eines Projekts nützlich sein. Diese Form des Storytellings wird auch besonders im Journalismus eingesetzt.

Hier finden Sie einige Dienste zur Erstellung von medienübergreifenden Geschichten³:

- Storify
- Capzles

4. **Visuelles Storytelling:** In diesem Fall wird die Geschichte durch die Verwendung von Bildern erzählt. Die Möglichkeiten, ein Bild zu verwenden, sind vielfältig: Bilder können wie in einer Präsentation oder Diashow in einer Reihe angeordnet und von Links, Text oder der aufgezeichneten Stimme eines Erzählers begleitet werden. Sie können von Links zu Multimedia-Ressourcen und/oder der aufgezeichneten Stimme eines Sprechers begleitet werden; Sie können das Bild interaktiv gestalten, so dass ein Klick darauf Ressourcen im Internet öffnet; man kann eine Erfahrung durch die Sammlung von Bildern nacherzählen, indem man Alben oder Vitrinen mit Bildern erstellt, die von kurzen Untertiteln begleitet werden.

¹ Downloads: <file:///C:/Users/user/Downloads/Making%20a%20Timeline%20with%20WhenInTime.pdf>; https://download.cnet.com/Tiki-Toki/3000-2124_4-75666567.html, <https://www.officetimeline.com/office-timeline/download>, <https://sites.google.com/site/learnteachtech/tech-trends/dipityfreedigitaltimeline>

² Downloads: <https://www.youtube.com/watch?v=rSw3ZO8gDgc>, https://www.youtube.com/watch?v=WTtOZ_BCUXs

³ Downloads: <https://www.storifyagency.com/>, <https://docplayer.net/21502237-Capzles-tutorial-introduction.html>

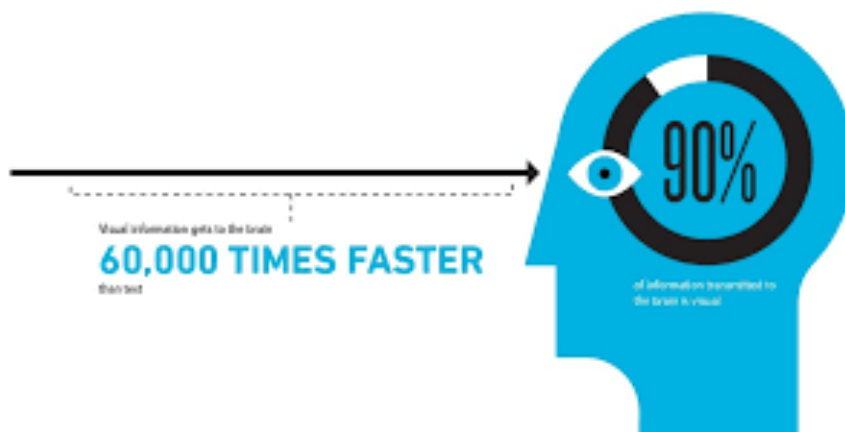
5.

6. **Video Storytelling:** In diesem Fall handelt es sich um web- oder browserbasierte Dienste, bei denen die Geschichte durch die Möglichkeit der Bearbeitung von Videos durch Einfügen von Text, Links, Anmerkungen, Bildern, Fragen usw. umgesetzt wird. Das Ergebnis sind interaktive Videos, die multimediale Elemente enthalten können:

- Metta
- ShortHand
- Zentrick
- Popcorn Maker
- Storygami

In unserem Fall ist es von grundlegender Bedeutung, sich auf visuelles und videogestütztes Storytelling zu konzentrieren, um die Idee einer guten und wirksamen Erzählung der Erfahrung von Spiritus Loci in den verschiedenen Ländern der Partnerorganisation zu reproduzieren.

Wenn wir über diese Art von Techniken sprechen, meinen wir das Storytelling durch Bilder und Videos, das in den meisten Fällen eine erfolgreiche Wahl ist, da die Kommunikation unmittelbar ankommt. In dem Buch "The Power of Visual Storytelling: How to Use Visuals, Videos, and Social Media to Market Your Brand" berichten die Autorinnen Ekaterina Walter und Jessica Gioglio, **dass das menschliche Gehirn Bilder 60.000 Mal schneller verarbeiten kann als Text.** Visuelle Inhalte funktionieren genau deshalb, weil sie unmittelbar, emotional, aufrüttelnd und fesselnd sind und den tiefsten Teil des Menschen berühren können.



Das Herzstück des visuellen Storytellings ist die **immersive Erfahrung**: Die Kombination von Bildern und Text ist in der Lage, die Aufmerksamkeit zu wecken, die Botschaft zu verstärken und die Erinnerung zu festigen; dies ist der Schlüssel zum Erfolg dieser Art von Ansatz, da der Mensch schon immer daran gewöhnt war, durch Bilder zu lernen, noch bevor er zu sprechen oder zu lesen beginnt.

Im Folgenden werden die Vorteile dieser Technik aufgelistet:

- Sie schafft ein **hohes Maß an Engagement** und stärkt die Motivation und den Einsatz der Lernenden.

Visuelle Inhalte sind von Natur aus in der Lage, die intimsten Bereiche der Menschen zu berühren, sie zu fesseln und ihre Aufmerksamkeit und ihren Wunsch, mehr zu lernen, aufrechtzuerhalten.

- Sie fördern den **kollaborativen Austausch von Wissen**, den kritischen Vergleich und die Suche nach neuen Interpretationen.

Der Kontakt mit visuellen Erzählungen regt natürlich die Neugierde an, Konzepte zu vertiefen und neue Geschichten daraus zu entwickeln.

- Sie bietet einen **vereinfachten Zugang zu abstrakten Konzepten** und besonders bedeutsamen Botschaften.

Dank der Unterstützung durch Bilder und Videos werden die Aufnahme und das Einprägen von Konzepten, die sich nur schwer in Worten ausdrücken lassen, unmittelbarer.

Der Ansatz ist vertrauter und stößt bei den Zuhörern auf weniger Widerstand.

Vor allem bei den Millennials kommt der Storytelling-Ansatz ihrer starken digitalen Neigung und ihrem Bedürfnis nach Engagement entgegen.

Erfolgsfaktoren für eine effiziente visuelle Geschichten sind also:

#Ansprechen und begeistern: die Fähigkeit, Aufmerksamkeit zu erregen, oft durch ein fesselndes oder einprägsames Bild,

#ein überzeugendes Argument kommunizieren

#Komplexe Konzepte auf eine Weise zusammenfassen, auf die das Zielpublikum reagieren wird, den Betrachter anziehen und ihm die Möglichkeit geben, eine direkte Verbindung zum Inhalt herzustellen oder das Thema weiter zu erforschen.

Während der Arbeit können jedoch einige Dinge fehlschlagen, z. B. visuelle Informationen, die sich an Menschen richten, die nicht bereit sind, sie zu empfangen, oder die unser Verständnis des Problems nicht teilen; ein Bild, dessen Anblick die Menschen nicht ertragen können, weil es zu stark ist, wie z. B. die explizite Dokumentation einer Tragödie, wird keine Unterstützung finden und kann, schlimmer noch, als Manipulation wahrgenommen werden; eine Kampagne, die die falsche Technologieplattform für ihr spezifisches Publikum nutzt, wird es nicht erreichen.

Um eine gute Arbeit und ein erfolgreiches Projekt vorhersehen zu können, ist es wichtig, dass die produzierten Fotos und Videos optimal sind, und um dies zu ermöglichen, fügen wir einen kurzen Leitfaden bei, wie man Fotos/Videos in guter Qualität produziert, um die Arbeit zu erleichtern:

Zunächst einmal muss man wissen, dass es verschiedene Arten der Fotografie gibt. Die wichtigsten davon sind:

1 Reportage- oder Dokumentarfotografie

2 Porträt

3 Straßenfotografie

4 Modefotografie

5 Naturfotografie

6 Landschaftsfotografie

7 Makro-Fotografen

8 Sportfotografie

9 Stillleben-Fotografie

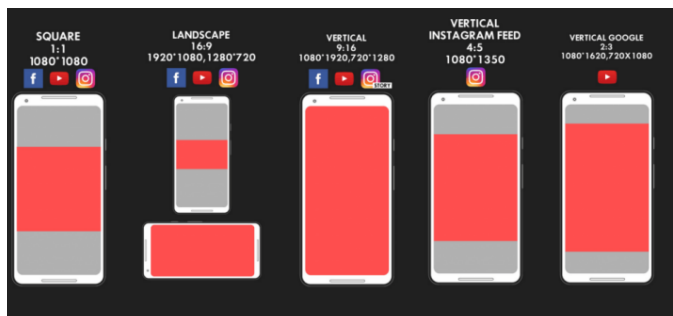
In diesem Dokument erfahren Sie, wie Sie mit Ihrem Smartphone qualitativ hochwertige Fotos und Inhalte im Rahmen des Projekts Spiritus

Loci-Projekt erzeugen, indem Sie nur Ihr Smartphone benutzen, um sich ein Grundwissen über Licht und Ausrüstung anzueignen. Ziel ist es, eine Vorlage zu erstellen, die bei der Bearbeitung und Nachbearbeitung der zu erstellenden Inhalte verwendet werden kann.

Es ist sehr wichtig, zunächst die Kamera unseres Smartphones vorzubereiten: Die Einstellung auf 1080 Pixel / 60fps und eine gründliche Reinigung vor Beginn der Aufnahmen machen einen großen Unterschied und gewährleisten das bestmögliche Ergebnis.

Weitere wichtige Überlegungen betreffen die Ausrichtung der Kamera, horizontal oder vertikal, je nachdem, was man vermitteln möchte:

- Das horizontale Bild verstärkt das Gefühl der Bewegung, vermittelt Dynamik und ein Gefühl der Offenheit und eignet sich am besten für die Darstellung von Landschaften;
- Das vertikale Bild vermittelt ein Gefühl der Geschlossenheit, ist aber nützlich, um die Aufmerksamkeit auf ein vertikales Subjekt zu lenken.



Ebenso wichtig ist das Format, denn Sie müssen das für das darzustellende Thema am besten geeignete wählen:

- Quadratisch (1:1);
- Querformat (16:9), das sich am besten für Videoaufnahmen eignet;
- Vertikal (9:16);
- Vertikal (4:5), das am besten zu den Inhalten passt, die im Instagram-Feed geteilt werden sollen;
- Vertikal (2:3)

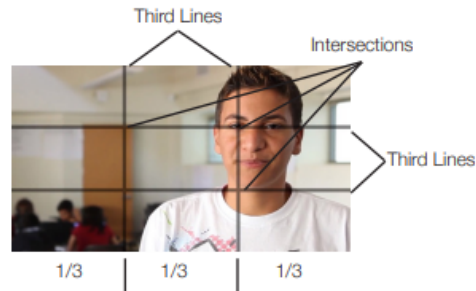
Es muss darauf geachtet werden, dass die Kamera während der gesamten Aufnahme eines Videos in der gleichen Ausrichtung - vertikal oder horizontal - gehalten wird (in der Regel ist horizontal in diesem Fall besser geeignet). Es ist auch notwendig, das Kameraobjektiv nach unseren Bedürfnissen einzustellen:

- Weitwinkel: hebt Kanten, Entfernungen und Größenunterschiede zwischen den Motiven hervor und erzeugt dramatische Effekte;
- Teleobjektiv: Verflacht die Perspektive und vermittelt einen starken Eindruck von Größe
- Makro: bietet eine optimale optische Leistung bei kürzeren Entfernungen und hat im Allgemeinen eine schärfere Wiedergabe bei Nahaufnahmen. Es eignet sich jedoch auch gut für Anwendungen außerhalb der Makrofotografie;

- Fisheye: bietet den größten Blickwinkel, verzerrt aber gerade Linien, indem es sie krümmt (der Effekt ähnelt z. B. dem Filmen mit einer GoPro-Digitalkamera).

Die Aktivierung des so genannten Rasters ermöglicht eine bessere Platzierung des Motivs im Raum, so dass das Auge des Betrachters nicht wahllos zwischen den verschiedenen Punkten des Bildes hin- und herläuft, sondern auf einer Lesung mit logischem Sinn verweilt:

- Drittel-Regel: Das menschliche Auge hat sein "visuelles Zentrum", und das ist der Ort, zu dem es sich von Natur aus hingezogen fühlt. Stellen Sie sich vor, dass der Sucher sowohl horizontal als auch vertikal in Drittel unterteilt ist. Dieses Raster erzeugt vier Punkte, an denen sich die Linien kreuzen. Die größte Wirkung erzielen Sie, wenn Sie das Motiv dort platzieren, wo sich die Linien kreuzen, und nicht in der Mitte des Bildes.



- Linien: unsere Augen werden dazu gebracht, gut auf den Linien zu arbeiten und das Subjekt zu beobachten



Es ist ratsam, bei der Komposition den Hintergrund nicht zu vernachlässigen und einen sauberen und übersichtlichen Hintergrund mit soliden Farben zu bevorzugen: eine Wand zum Beispiel, aber ohne besondere Auffälligkeiten, da diese in der Regel das erste sind, was den Blick des Betrachters anzieht. Während die Fotografie etwas Statisches ist, ist das Video in Bewegung. Es ist eine Bewegung, die in der Lage ist, den Blick des Betrachters zu lenken. Es gibt verschiedene Arten von Bewegung:

- Schwenken/Neigen: von rechts nach links und umgekehrt, von oben nach unten und umgekehrt, beschreibt die Szene sehr gut;



- Vergrößern/Verkleinern: Wenn Sie sich auf derselben Linie näher an das Motiv heran- und wieder entfernen, wird die Szene intensiver.



Es versteht sich von selbst, dass es für ein gutes Ergebnis wichtig ist, still zu stehen, das Smartphone mit beiden Händen zu halten, die Arme nahe am Körper zu führen, den Körperschwerpunkt zu senken und die Knie zu beugen.

Die Verwendung eines Stativs oder eines Gimbal-Stabilisators für Smartphones könnte sich in diesem Zusammenhang als nützlich erweisen.

Das Licht hat die Aufgabe, das Motiv in der Szene zu zeigen und hervorzuheben. Licht ist ein Mittel der Kommunikation. Verschiedene Lichter kommunizieren unterschiedlich, je nach:

1. Position:

- frontal: hat eine beschreibende Funktion
- von hinten: regt die Phantasie an
- seitlich: verleiht dem Motiv eine geheimnisvolle Aura

2. Richtung:

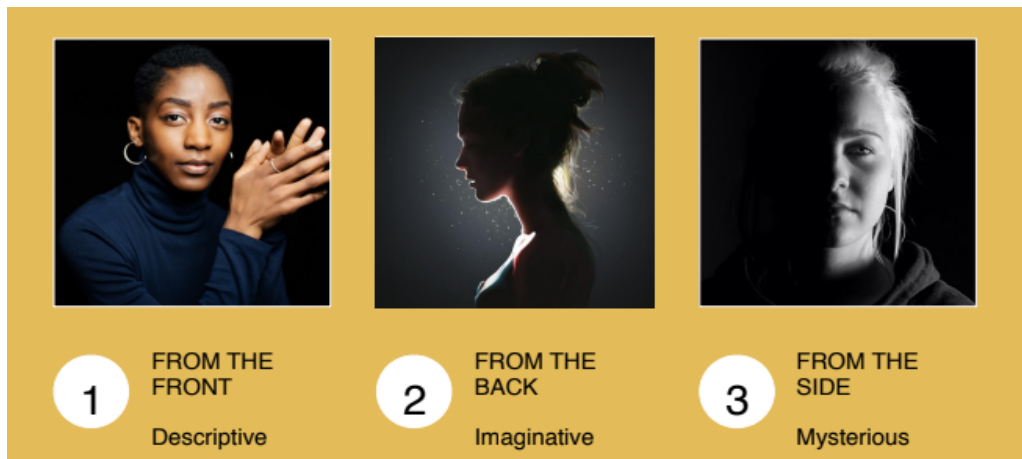
- von unten: unnatürlich, Ehrfurcht einflößend
- von oben: natürlich, positiv

3. Qualität:

- hart: vermittelt Stärke, Ehrfurcht einflößend
- weich: natürlich, vermittelt Ruhe

Einige praktische Vorschläge können nützlich sein:

Versuchen Sie, das natürliche Licht so weit wie möglich auszunutzen, indem Sie im Freien fotografieren oder, wenn Sie in einem Raum fotografieren, am Fenster, und schalten Sie eventuell alle künstlichen Lichter aus. Prüfen Sie immer, woher das natürliche Licht kommt, und stellen Sie das Motiv so nah wie möglich dorthin;



- Bevorzugt werden Farbfotos, da sie "lebendiger" und realitätsnäher sind, während Schwarz-Weiß die Szene eher schwebend und poetisch wirken lässt, gleichzeitig aber die Texturen hervorhebt und die Qualität bei Aufnahmen, die nicht optimal sind, leicht verbessert;
- Bevorzugen Sie weiches Licht und kein direktes Licht, wie etwa Sonnenlicht. Bewölkte Tage sind am besten, da sie ein weiches Licht haben;



- Bei schlechten Lichtverhältnissen aufgenommene Fotos sind körniger;
- Tippen Sie vor der Aufnahme mit dem Smartphone-Display auf das Motiv, um es anzupassen.

Dieses Dokument zeigt, wie wichtig Storytelling ist, eine Praxis, die tief im Sozialverhalten menschlicher Gruppen liegt - in der Antike wie in der Moderne. Sie dramatisieren soziale Beziehungen und Probleme des Lebens, vermitteln Ideen oder leben Fantasien aus. Das Erzählen einer Geschichte erfordert also Geschick. Storytelling bewahrte das Wissen, indem es von einer Generation zur nächsten weitergegeben wurde, und diese Aufgabe hat sich bis in die Neuzeit erhalten. Die frühen Storyteller verwendeten grobe Bilder, die sie mit Gesten und Lauten unterstützten und aus denen sich später die Sprache entwickelte. Und im Laufe der Jahrhunderte, als die Technik Papier, Druckmaschinen und elektronische Übertragungsgeräte zur Verfügung stellte, bis zum Eintritt in das digitale Zeitalter, wirkten sich diese Entwicklungen direkt auf die Erzählkunst aus. (Eisner, 2008)

Referenzen

- <https://academic.oup.com/bjsw/article-abstract/45/3/988/1667167?redirectedFrom=fulltext>
- https://www.researchgate.net/publication/320243445_The_Qualitative_Report_Digital_Storytelling_in_Research_A_Systematic_Review

- https://www.researchgate.net/publication/332648747_Digital_storytelling
- Walter E., Gioglio J. (2014). *The Power of Visual Storytelling: How to Use Visuals, Videos, and Social Media to Market Your Brand*, McGraw-Hill Professional

Literaturverzeichnis

- Digital Storytelling: Capturing Lives, Creating Community By Joe Lambert
- file:///C:/Users/user/Downloads/Managing_Complexity_and_Creating_Innovation.pdf
- Abrahamson, C.E. (1998). Storytelling as a pedagogical tool in higher education. *Education*, 118(3), 440-451. Ackerman, R., & Maslin-Ostrowski, P. (1995). *Developing case stories: An analysis of the case method of instruction and storytelling in teaching educational administration*. Paper presented at the American Educational Research Association, San Francisco, CA.
- DeSalvo, L. (1999). *Writing as a Way of Healing: how telling our stories transforms our lives*. Boston: Beacon Press
- Fulford, R. (1999). *The Triumph of Narrative: Storytelling in the Age of Mass Culture*. New York: Broadway Books
- Maguire, J. (1998). *The Power of Personal Storytelling: Spinning Tales to Connect with Others*. New York: Jeremy P. Tarcher/Putnam.
- Porter, B. (2004) *DigiTales: The Art of Telling Digital Stories*. Sedalia, CO: DigiTales StoryKeepers. <http://www.digitales.us>
- <https://www.visuallanguagelab.com/P/2019.PLM.NC.pdf>



Projektnummer: 2020-1-IT02-KA227-ADU-095267

Die Unterstützung der Europäischen Kommission für die Erstellung dieser Veröffentlichung stellt keine Billigung des Inhalts dar, der ausschließlich die Ansichten der Autor*innen widerspiegelt. Die Kommission kann nicht für die Verwendung der darin enthaltenen Informationen verantwortlich gemacht werden.

