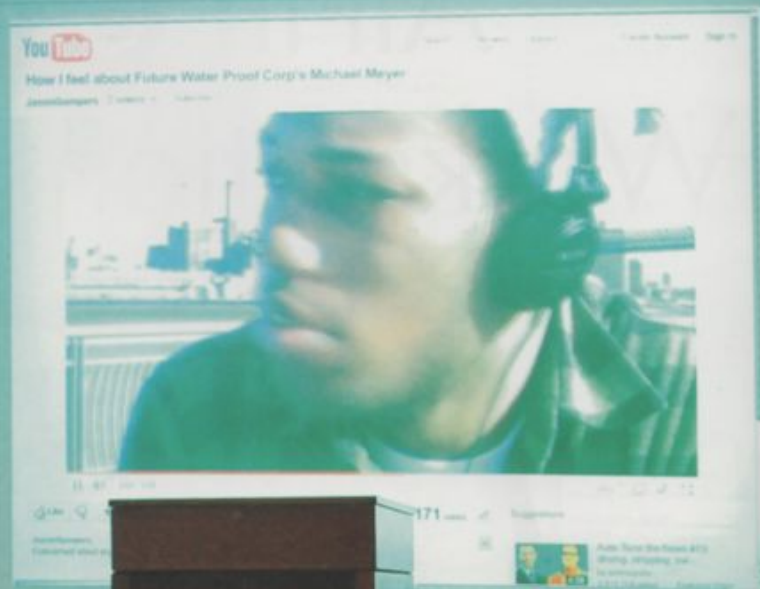




ONLINE Alle Links dieses Artikels gibt's unter www.weave.de/linklisten/storytelling0212

Mit »Drowning NYC« inszenierte der Medienkünstler Paolo Cirio eine kontroverse Geschichte um die Gentrifizierung der Lower Eastside Manhattans. Das komplette Projekt dokumentierte er mit Plakaten, Zeitungen, Fotos, YouTube-Videos et cetera in der Ausstellung »New Narratives of Mobility« im »LABoral Centro de Arte y Creación Industrial« im spanischen Gijón



GENIALE KREUZUNGEN

Getreu dem Web-2.0-Gedanken lotsen Werber und Künstler ihre Adressaten nicht erst seit gestern quer durch alle Medienkanäle. Doch das Zauberwort Transmedia ist noch relativ jung, und neue Erzählformen und -formate für einen neuen Rezipiententyp müssen her. Richard Schwarz beleuchtet das Genre und zeigt Beispiele



AUTOR Richard Schwarz
BERUF Irgendwo zwischen Wissenschaft, Kunst und Mediengestaltung
URL www.islandrabe.com
BEKOMMT FRÜHLINGSGEFÜHLE, WENN der Bärlauch durch die Wälder stinkt

// Geschichten, egal ob das Leben oder ein Autor sie schreibt, ziehen uns in den Bann. Storytelling ist die Kunst, mit einer Geschichte Aufmerksamkeit zu erzielen und diese möglichst lange zu halten. Dafür müssen die Rezipienten eine persönliche Beziehung zum Inhalt entwickeln, so wie es zum Beispiel TV-Serien schaffen, die die Zuseher über Staffeln hinweg fesseln. So mancher Erzähler der Neuen Medien versucht dies über Dialogangebote zu erreichen, die allerdings nur dann fruchten können, wenn die Handlung so offen gehalten ist wie möglich. An diesem Grenzgang beteiligen sich Journalisten und Drehbuchautoren, Interaction Designer und Regisseure, aber auch Verleger und Werbeagenturen – kurz alle, die etwas zu erzäh-

len haben beziehungsweise das Erzählte gestalten oder verkaufen.

Als Leser oder Zuschauer werden wir im Idealfall zum Arrangeur einer eigenen Erzählung, deren Stränge und Episoden nicht an den Grenzen eines Genres hängen bleiben. Zum Beispiel führt uns ein Link im E-Book zu einem Video, dessen Kommentarleiste uns weitere Hintergründe erschließt und uns an diesem Punkt eventuell sogar selbst zu einem Teil der Geschichte werden lässt. Im besten Fall verselbstständigt sich die Erzählung ohne Rücksicht auf das jeweils tragende Medium, sondern nimmt erratisch, wenn auch geschickt geführt – ihren Weg quer durch die Medienkanäle und -formate. »Transmedia« heißt das Zauberwort.

»Ein Transmedia-Universum wird kollaborativ ausgedacht und umgesetzt, da hier viele unterschiedliche Expertisen zusammenkommen«, sagt Berater und Storyteller Patrick Möller. Um solche Geschichten-Universen zu entwerfen, vereint das Transmedia-Netzwerk Imaginary Friends (www.imaginary-friends.de) sowohl klassische als auch weniger klassische Autoren, Transmedia-Konzeptioner und -Storyteller, aber auch Mediendesigner, Filmemacher sowie Web-Entwickler, um »medienübergreifende Kommunikationsmodelle oder auch aktivierende Weiterbildungsmaßnahmen« – so das Versprechen der Website – zu gestalten.

In der Phase der Entstehung muss die Geschichte wie ein Spielball zwi-



LAND UNTER IN NEW YORK

PROJEKT Drowning NYC

URL www.drowning-nyc.net

KÜNSTLER Paolo Cirio (www.paolocirio.net)

»Steigt der Meeresspiegel, steigen auch die Chancen«, so der Werbespruch der fiktiven Future Water Proof Corporation, die für das Zukunftsszenario eines gefluteten New York ihre ganz eigenen Lösungsvorschläge parat hat. Doch Anwohner Jason Gompers, der ebenso frei erfunden ist wie die Baufirma, fürchtet die Gentrifizierung seines Viertels. Er postet seine Bedenken auf Facebook und stellt Videos online. Die Gegenseite kontert – mit Flyern, Videos, Twitter et cetera.

Eine Kontroverse wie so manche – nur dass sie inszeniert ist. Der Theaterwissenschaftler und Medienkünstler Paolo Cirio wob aus On- und Offline-Medien eine »Recombinant Fiction«-Geschichte (www.is.gd/oDFrcS), die meist zufällig ihr Publikum findet. Irgendwie klickt sich ein Online-Passant in den Erzählstrang und findet sich umgeben von narrativen und untereinander verlinkten Informationen wieder. Dabei gibt sich die Handlung nicht sofort als Fake zu erkennen, wodurch sich einige Beobachter ernsthaft in die Auseinandersetzung einbringen. Cirio achtete darauf, dass das Medium und seine Nutzungsmöglichkeiten zu den beiden Protagonisten passten. Dazu gehörte auch, die Sprache zu verwenden, die das Publikum im Alltag zur Kommunikation im jeweiligen Medium gebraucht – und damit auch erwartet.

Cirio betrachtet das Projekt als Experiment, um zu sehen, wie sich eine Geschichte in einer Nachbarschaft platzieren lässt, wie die Bewohner teilnehmen und folgen. »Es ist faszinierend, die Geschichte in die Wohnungen der Menschen zu tragen, mit Charakteren, die sie von der Straße kennen könnten und die politische Fragen der lokalen Gemeinschaft präsentieren«, so Cirio. In diesem Sinne nennt er sein Werk auch eine »fiktionale politische Kampagne«, die das Bewusstsein für soziale Themen erhöhen soll. Ein Jahr nachdem die Story als »Live-Event« stattfand, bekommen die YouTube-Videos immer noch Kommentare; wenn auch sehr sporadisch, was aber für eine Art des Erzählens logisch erscheint, die vom fortlaufenden Weitererzählen lebt. Doch lässt sich das komplette Szenario mit zu entlohnenden Schauspielern und der Fernregie aus Europa – Cirio lebt und arbeitet die meiste Zeit im Jahr in London – schwer über einen längeren Zeitraum durchziehen. Die Fiktion erhält dadurch ein Ablaufdatum, das eintritt, sobald die Protagonisten aufhören zu kommunizieren – und zu neuen Geschichten aufbrechen.

schen den Beteiligten hin und her wechseln. So beschreibt es Christine Goutrié, die an der Hochschule Magdeburg-Stendal Interaction-Design-Technologien lehrt und dort gemeinsam mit Ilona Wuschig vor zwei Jahren den Master of Arts in Cross Media (www.ma-crossmedia.de) startete. »Wir verbinden die Bereiche Journalismus, Interaction Design und Management, weil wir überzeugt davon sind, dass für das crossmediale Erzählen Grundkenntnisse in allen drei Disziplinen notwendig sind.«

Formate und Darstellungsformen verändern sich, und die Drehbuchautoren ziehen mit, indem sie die verschiedenen Kanäle von Beginn an integrieren. In der Praxis recherchieren Journalisten und Autoren die In-»

WAVE

:-P

interactive design, konzeption & development // **PAGE**

POST-FLASH-ÄRA

Die Web Standards der Stunde im Überblick

UI DESIGN FÜR 70+

Die 6 Regeln für altersgerechte Usability

KINECT

Von der experimentellen zur kommerziellen Anwendung

GELD VERDIENEN MIT APPS

Starthilfe: Ideen profitabel vermarkten

3D-HIRSCHE AUF FACEBOOK & IPAD

Making-of: Game für Jägermeister

TRANSMEDIA-KONZEPTE

Das richtige Storytelling für jeden Kanal

ANDROID 4

Plus Tutorials: Arduino/ Siri & ClojureScript

ABWERBEN

Lieblingssport der Agenturen

spring folds #2
by Robert Seidel

