

Isabella Peters, Wolfgang G. Stock

Corporate Blogs im Wissensmanagement

Weblogs und Podcasts haben bereits in den Alltag vieler Unternehmen Einzug gehalten. Für die interne wie externe Unternehmenskommunikation versprechen sie einen neuen effizienten, insbesondere sehr schnellen Distributionskanal. Die Zahl der Beiträge in Blogs entwickelt sich rasant. In vielen Fällen existieren mehrere Beiträge zu einem Thema. Wie erkennt man hier das neue Wissen und wie ordnet man neue Beiträge „alten“ Themen zu? Und wie indexiert man – bei minimalem Mittlereinsatz – Blog-Beiträge bzw. Themen, sodass das darin enthaltene Wissen dem Unternehmen stets abrufbar zur Verfügung steht?

Blogs und Podcasts im Unternehmen

Weblogs oder kurz Blogs sind einfach zu erstellende Websites, deren Software von zahlreichen Hosts angeboten wird. Sie zeichnen sich durch die umgekehrt chronologische Reihenfolge ihrer Beiträge bzw. Posts und ihre informelle Sprache aus einer subjektiven Sichtweise aus. [1] Podcasts werden im Gegensatz zu den textlastigen Blogs um eine Audiokomponente erweitert und im World Wide Web zum Download angeboten.

Nutzer können beide Medien durch so genannte XML-Feeds abonnieren. Die Abos ermöglichen einen automatisierten, plattformunabhängigen Austausch von Daten im XML-Format. Neu veröffentlichte Inhalte der abonnierten Feeds werden nach ihrem Download in einem Feed-Reader dargestellt, sodass die User sie nicht mehr mühsam von jeder einzelnen Seite herunterladen müssen. [1] Durch die einfache Handhabung beider Medien sind die Hemmschwellen und Zugangsvoraussetzungen sehr gering. Groß und Hülsbusch fassen zusammen: „Weblogs bieten sich als Publikationsmedium für Jedermann an [...]“ [1]

Gleiches gilt natürlich auch für Corporate Blogs und Podcasts im Unternehmen. Mit beiden Medien hat sich ein neues und kostengünstiges Format im betrieblichen Wissensmanagement etabliert, welches die Kommunikation und Zusammenarbeit sowohl innerhalb als auch außerhalb der Unternehmensfirewall fördert und gleichzeitig dokumentiert. [2]

Themenentdeckung und -verfolgung in der Blogosphäre

Wie ist es nun technisch möglich, alle Wortmeldungen zu einem einzigen Ordner zusammenzufassen? Hier bietet sich ein Forschungsgebiet an, das im amerikanischen Original als „Topic Detection and Tracking“ [3, 4] bezeichnet wird, was so viel bedeutet wie Themenentdeckung und -verfolgung.

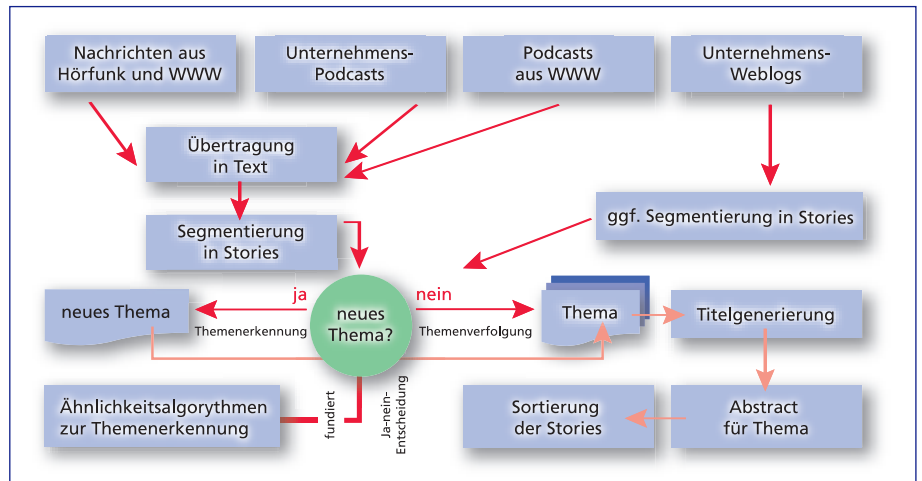
- nur bei Podcasts: Transkribierung gesprochener Sprache in digitale Texte
- Textstellenzerlegung (story segmentation): Isolation derjenigen Textstellen (stories), die das jeweilige Thema beinhalten (bei Beiträgen, die mehrere Ereignisse besprechen)
- Themenentdeckung bzw. Erkennung eines neuen Ereignisses (new event detection): Identifikation der ersten Story,

- die ein neues Ereignis thematisiert
- Cluster-Erkennung (cluster detection): Zusammenfassung aller Stories, die dasselbe Thema beinhalten
- Themenverfolgung (topic tracking): Analyse des laufenden Weblog-, Podcast- und Beitragsstromes auf bereits bekannte Themen
- Ähnlichkeitsalgorithmus: Analysewerkzeug zur Bestimmung der thematischen Ähnlichkeit zweier Stories
- Zuordnung eines Titels zu einem Cluster: entweder Titel der ersten Story oder Zuordnung der ersten (z.B. fünf) nach Gewichtung geordneten Terme aus allen Stories, die dem Cluster angehören
- Abstract: automatisches Erstellen einer ein- bis zweizeiligen Zusammenfassung des Themas
- Rangordnung der Stories: sofern ein Cluster mehrere Stories umfasst, Sortierung der Texte nach Wichtigkeit

Alle diese Schritte werden im Optimalfall automatisch bearbeitet; allerdings ist die Themenentdeckung und -verfolgung derzeit noch eher ein Forschungsthema. [5]

Blogs und Wissensbewahrung

Corporate Blogs und Podcasts fehlt es zurzeit noch an einer angemessenen Inhaltsschließung und an ausreichenden Retrievalfunktionalitäten. Bisher werden sie nämlich lediglich mit Schlagworten, so genannten Tags, versehen. Für diese Vorgehensweise hat sich der Begriff „Folksonomy“ etabliert, welcher aus den beiden Worten „folk“ und „taxonomy“ abgeleitet wird. [6, 7] Die Folksonomy



Die einzelnen Arbeitsschritte der Themenentdeckung und -verfolgung

bezeichnet eine Taxonomie, die von der Blog- und Podcast-Community selbst geschaffen wurde, um die Inhalte ihrer Posts und Podcasts zu beschreiben. Dabei wählt die Community die Tags vollkommen frei aus. Sie folgt dabei, im Gegensatz zu den kontrollierten Vokabularien der Taxonomien oder Ontologien, keinen Regeln oder Beschränkungen. Dadurch entsteht eine unüberschaubare Vielzahl an möglichen Tags, welche die Erschließung und das Retrieval erschweren. Die Arbeit mit einer Folksonomy bedeutet also einen großen Rückschritt in der Informationswissenschaft bzw. im Wissensmanagement, da die individuelle Vergabe von Stichwörtern weit hinter den Möglichkeiten der bekannten Dokumentationsmethoden zurückbleibt. Mathes, bekannt für seine frühen Veröffentlichungen zum Thema Folksonomies, beschreibt die Problematik um die Folksonomies wie folgt: „A folksonomy represents simultaneously some of the best and worst in the organization of information. Its uncontrolled nature is fundamentally chaotic, suffers from problems of imprecision and ambiguity that well developed controlled vocabularies and name authorities effectively ameliorate.“ [7]

Indexierung mittels Schichtenmodell

Das Schalenmodell, entwickelt von Jürgen Krause, Leiter der Arbeitsgruppe Softwareergonomie und Information Retrieval der Universität Koblenz, kann dieser Anforderung begegnen. [8] Es ordnet die verschiedenen Informationen, wie wir sie in Blogs und Podcasts vorfinden, unterschiedlichen Relevanzstufen zu und erschließt diese mit Hilfe von Indexierungsmethoden. Die wichtigsten und relevantesten Informationen befinden sich im Zentrum des Schalenmodells und werden am hochwertigsten und tiefsten durch das Wissensmanagement erschlossen, z.B. mittels Ontologien. Weniger wichtige Informationen wandern an den Rand des Modells und verlieren an Indexierungsqualität und -tiefe. In der Praxis heißt das: Das Wissensmanagement nimmt eine Benchmark-Analyse von allen Corporate Blogs und Podcasts vor, um die relevantesten Blogs bzw. Podcasts zu lokalisieren und

eine Einordnung in das Schalenmodell vornehmen zu können. Dann wird entschieden, welche Schale und somit welche Blogs bzw. Podcasts mit welcher Dokumentationsmethode erschlossen werden. Diese Entscheidung muss nur einmal getroffen werden und bleibt dann über die Zeit bestehen. Zusätzlich zu den etablierten Erschließungsmethoden kann eine Folksonomy dabei helfen, Veränderung im Sprachgebrauch der User schneller festzustellen und in die Taxonomien aufzunehmen.

Fazit:

Blogs und Podcasts eignen sich auf vielfältige Weise für die Unternehmenskommunikation. Da diese neuen Medien zahlreiche Informationen produzieren und Wissen tragen, muss das Wissensmanagement sie zunächst erschließen und ordnen. Als neue Form der Informationsclusterbildung eignen sich Topic Detection and Tracking. Diese Methode trägt insbesondere der dynamischen Form der Blogs und Podcasts Rechnung. Sie sucht in Blog-Posts und Podcasts nach zusammenhängenden Themen und ordnet diese gleichen Clustern zu, entdeckt unbekannte Themen und bildet gegebenenfalls neue Cluster. Das Schalenmodell sichert die Inhaltser-

schließung von Blogs und Podcasts. Für die weitere Optimierung der Erschließung von und Recherche innerhalb Corporate Blogs und Podcasts bietet sich eine Verbindung von Topic Detection and Tracking und Schalenmodell an.

Literatur:

- [1] Groß, M./Hülbusch: Weblogs und Wikis – eine neue Medienrevolution? In: Wissensmanagement Nr. 8 (2004), 44-48, und Nr. 1 (2005), 50-53.
- [2] Schütt, P.: Blogs und Wikis: Mehr Mitarbeit wagen. In: Wissensmanagement Nr. 7 (2005), 14-16.
- [3] Allan, J. (Hrsg.): Topic Detection and Tracking. Event-based Information Organization. Boston: Kluwer, 2002.
- [4] Allan J.: Detection as multi-topic tracking. In: Information Retrieval, 5 (2002), 139-157.
- [5] Stock, W.G.: Information Retrieval. München; Wien: Oldenbourg, 2006.
- [6] Vander Wal, T.: Folksonomy entries (2006). <http://www.vanderwal.net/random/category.php?cat=153>
- [7] Mathes, A.: Folksonomies. Cooperative classification and communication through shared metadata. <http://adammathes.com/academic/computer-mediated-communication/folksonomies.pdf>
- [8] Krause, J.: Informationserschließung und -bereitstellung zwischen Deregulation, Kommerzialisierung und weltweiter Vernetzung. Schalenmodell. Bonn: Informationszentrum Sozialwissenschaften, 1996. (IZ Arbeitsbericht Nr. 6).

Die Autoren:



Isabella Peters ist Promotionsstudentin der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf. Nach ihrem Studium der Germanistik, erforscht sie nun informationswissenschaftliche Aspekte der Blog- und Podcastosphäre mit den Schwerpunkten Information Indexing und Information Retrieval.

peters@wissensmanagement.net



Wolfgang G. Stock ist Leiter der Abteilung Informationswissenschaft der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf. Seine Forschungsschwerpunkte liegen auf empirischen informatrischen Studien zur Wissenschaftskommunikation, Analysen von Informationsdiensten im Internet sowie Projekten zum Information Indexing und Information Retrieval.

stock@wissensmanagement.net