Vienna, 20 June 2008

idiom

FIT-IT Semantic Systems

Information Diffusion across Interactive Online Media

www.idiom.at

IDIOM is a two-year research project funded by FIT-IT Semantic Systems, a program of the Federal Ministry of Transport, Innovation and Technology in cooperation with the Austrian Research Promotion Agency (FFG). IDIOM develops visual interfaces to create, access and analyze electronic content, and reveals fundamental mechanisms of information diffusion across media with distinct interactive characteristics.

Activity Report

Refereed Publications	2
Use Cases	3
Presentations	5
Awards	6
News Media Coverage	7

Refereed Publications

Academic Journals

1. Scharl, A. and Weichselbraun, A. (2008): "An Automated Approach to Investigating the Online Media Coverage of US Presidential Elections", *Journal of Information Technology & Politics,* 5(1): Forthcoming.
2. Dickinger, A. and Zins, A. (2008): "Usage of Location Based River Cruise Information Systems – Industry Views and User Acceptance", *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*. Forthcoming.
3. Dickinger, A., Zorn, S. (2008): Compensation Models for Interactive Advertising, *Journal of Universal Computer Science,* 14 (4), 557-565.
4. Scharl, A., Dickinger, A. and Weichselbraun, A. (2008): "Analyzing News Media Coverage to Acquire and Structure Tourism Knowledge", Information Technology and Tourism, 10(1): 3-17.
5. Scharl, A., Weichselbraun, A. and Liu, W. (2007). "Tracking and Modeling Information Diffusion across Interactive Online Media", International Journal of Metadata, Semantics and Ontologies, 2(2): 136-145.
6. Scharl, A. (2006). "Tightly Coupled Geospatial Interfaces for Collaborative Systems and Just-in-Time Information Retrieval Agents", Research in Computing Science, Special Issue on Semantics in Geoinformatics Applications. (25): 3-18.

Conference Proceedings

1. Scharl, A., Stern, H. and Weichselbraun, A. (2008). "Annotating and Visualizing Location Data in Geospatial Web Applications", 17th International World Wide Web Conference (WWW-2008), 1st International Workshop on Location and the Web. Beijing, China: Association for Computing Machinery (ACM). 65-68.
2. Scharl, A., Stern, H. and Weichselbraun, A. (2008). "A Geospatial Web Application for Communicating Climate Change", 11th International Conference on Geographic Information Science (AGILE-2008), GeoVisualization of Dynamics, Movement and Change Workshop. Girona, Spain: AGILE Council.
3. Sabol, V. and Scharl, A. (2008): "Visualizing Temporal-Semantic Relations in Dynamic Information Landscapes", Semantic Web Meets Geospatial Applications Workshop, *11th International Conference on Geographic Information Science (AGILE-2008).* Girona, Spain: AGILE Council.
4. Dickinger, A. and Zorn, S. (2007). "Compensation Models for Interactive Advertising", 5th International Conference on Knowledge Management (I-KNOW 2007). Graz, Austria: Know-Center. 101-108.
5. Scharl, A., Weichselbraun, A., Hubmann-Haidvogel, A., Stern, H., Wohlgenannt, G. and Zibold, D. (2007). "MediaWatch on Climate Change: Building and Visualizing Contextualized Information Spaces", 6th International Semantic Web Conference (ISWC-2007). Busan, Korea.
6. Scharl, A. (2007). "Knowledge Sharing and Community Building in Contextualized Information Spaces", 5th International Symposium on Digital Earth (ISDE-2007). San Francisco, USA: International Society for Digital Earth.
7. Scharl, A. (2007). "The Climate Change Collaboratory – A Community Portal Based on Geospatial Web Technology", International Symposium on Environmental Software Systems (ISESS-2007). Prague, Czech Republic.
8. Scharl, A. (2006). "Geospatial Publishing – Creating and Managing Geo-Tagged Knowledge Repositories", 1st International Conference on Software and Data Technologies (ICSOFT-2006). Setúbal, Portugal: Institute for Systems and Technologies of Information, Control and Communication (INSTICC). 226-231.

Books

1. Scharl, A. and Tochtermann, K., Eds. (2007). The Geospatial Web – How Geo-Browsers, Social Software and the Web 2.0 are Shaping the Network Society. London: Springer. http://www.geospatialweb.com/.

Book Chapters

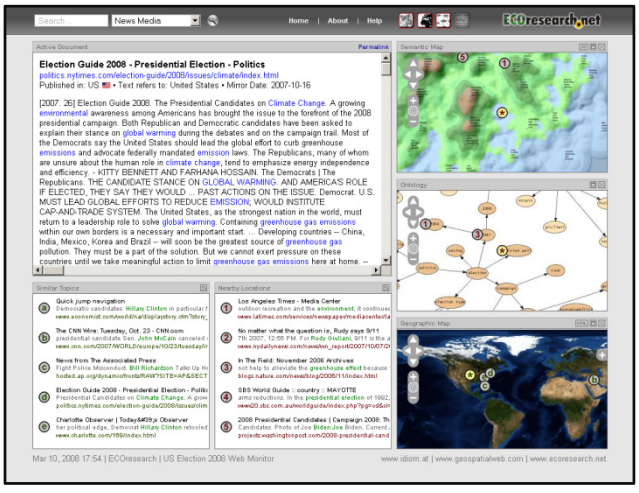
1. Dickinger, A., Drimmel, C. and Scharl, A. (2008). "GeoWeb-Anwendungen in Tourismus und Freizeit", Web 2.0 in der Unternehmenspraxis. Eds. A. Back et al. Munich: Oldenbourg. Forthcoming.
2. Dickinger, A., Scharl, A., Stern, H., Weichselbraun, A., und Wöber, K. (2008): "Acquisition and Relevance of Geotagged Information in Tourism", Information and Communication Technologies in Tourism 2008. Eds. P. O'Connor et al. Vienna: Springer. 545-555.
3. Dickinger, A., Mazanec, J. (2008): "Consumers' Preferred Criteria for Hotel Online Booking", Information and Communication Technologies in Tourism 2008. Eds. P. O'Connor et al. Vienna: Springer. 244-254.
4. Scharl, A. (2007). "Towards the Geospatial Web: Media Platforms for Managing Geotagged Knowledge Repositories", The Geospatial Web – How Geo-Browsers, Social Software and the Web 2.0 are Shaping the Network Society. Eds. A. Scharl and K. Tochtermann. London: Springer. 3-14.

Use Cases

06/07 - dato

Media Watch on Climate Change: To increase awareness and the availability of environmental information, the IDIOM Media Watch on Climate Change provides a comprehensive and continuously updated account of media coverage on climate change and related issues. The portal aggregates, filters and visualizes environmental content from 150 Anglo-American news media sites. The interface provides various means to interactively access the knowledge base and shows that virtual globes are not only suited to explore geographic features, but can also render other types of imagery such as three-dimensional Knowledge Planets.

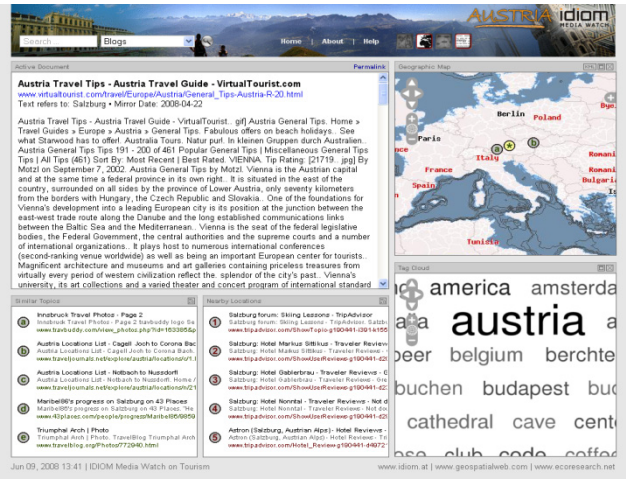
http://www.ecoresearch.net/climate



10/07 - dato

CATER Tourism Portal: This prototype investigates context-aware information retrieval in the tourism domain. It provides a search module for IDIOM's contextualized information spaces with just-in-time information retrieval agents to identify related material automatically (both in terms of semantic similarity as well as geographic proximity). The results are displayed via a tightly coupled interface, which allows locating documents and individuals related to Austrian destinations.

http://www.idiom.at/austria

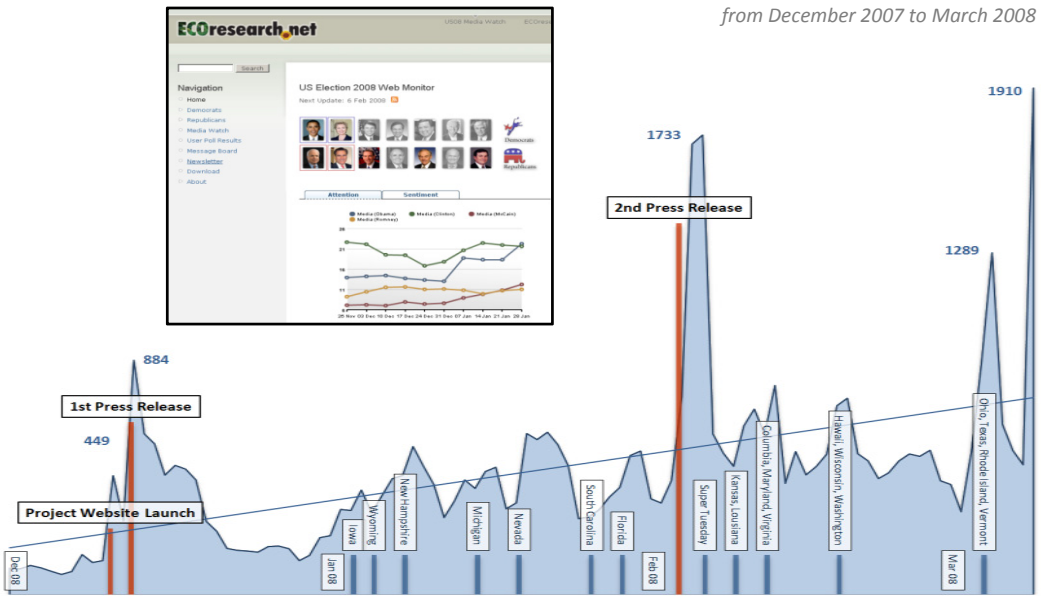


12/07 - dato

US Election 2008 Web Monitor: How do 150 international media, the Fortune 1000, 50 environmental organizations and 1000 political blogs tailor electronic content to fit their political agenda? To answer this question, the *US Election 2008 Web Monitor* gathers more than 800,000 documents in weekly intervals. An automated process identifies attention by counting candidate references and measures sentiment towards the candidate by looking for positive and negative expressions that co-occur with these references. Keyword lists reflect the most important topics associated with the candidate.

http://www.ecoresearch.net/election2008

Web Site Visitors and Press Releases from December 2007 to March 2008



Presentations

Presenter	Title	Event	City	Country	Date
Arno Scharl	Tightly Coupled Geospatial Interfaces for Collaborative Systems and Just-in-Time Information Retrieval Agents	2nd International Conference on Geoinformatics Applications	Mexico City	Mexico	22 Nov 2006
Astrid Dickinger	Location Based Services in Tourism	Brennpunkt e-Tourism	Salzburg	Austria	24 Nov 2006
Arno Scharl	Geospatial Interfaces for Collaborative Systems	Curtin University of Technology	Perth	Australia	22 Feb 2007
Arno Scharl	Presentation of IDIOM at "ICT Challenge 6: Mobility, environmental sustainability and energy efficiency"	European Commission ICT Information Day	Prague	Czech Republic	21 May 2007
Arno Scharl	The Climate Change Collaboratory – A Community Portal Based on Geospatial Web Technology	International Symposium on Environmental Software Systems	Prague	Czech Republic	22 May 2007
Arno Scharl	IDIOM Media Watch on Climate Change	5th International Symposium on Digital Earth	San Francisco	USA	7 Jun 2007
Arno Scharl	Knowledge Sharing and Community Building in Contextualized Information Spaces	5th International Symposium on Digital Earth	San Francisco	USA	7 Jun 2007
Astrid Dickinger	IDIOM Research Project and Industry Relevance	Gentics Launch	Vienna	Austria	28 Jun 2007
Arno Scharl	IDIOM Media Watch on Climate Change - Geospatial Web Technology for Accessing Environmental Online Resources	7th International Conference on Knowledge Management	Graz	Austria	5 Sep 2007
Astrid Dickinger	Compensation Models for Interactive Advertising	7th International Conference on Knowledge Management	Graz	Austria	7 Sep 2007
Arno Scharl	IDIOM Media Watch on Climate Change - Geospatial Web Technology for Accessing Environmental Online Resources	Education & Outreach Colloquium, NASA Goddard Space Center	Greenbelt	USA	12 Sep 2007
Clemens Költringer	Web 2.0 Trends	Brennpunkt eTourism 2007	Berchtesgaden	Germany	12 Nov 2007
Arno Scharl	Managing Geospatial Knowledge in Contextualized Information Spaces	Workshop on Geospatial Knowledge Infrastructures	Cardiff	United Kingdom	26 Nov 2007

Presenter	Title	Event	City	Country	Date
Astrid Dickinger	Consumers' Preferred Criteria for Hotel Online Booking	ENTER Conference 2008	Innsbruck	Austria	24 Jan 2008
Arno Scharl	Acquisition and Relevance of Geo-tagged Information in Tourism	ENTER Conference 2008	Innsbruck	Austria	25 Jan 2008
Arno Scharl	Analyzing Trends in Online Media Coverage	Curtin University of Technology	Perth	Australia	5 Feb 2008
Arno Scharl	US Election 2008 Web Monitor: Preliminary Results from a Semantic Systems Project	University of Western Australia	Perth	Australia	29 Feb 2008
Arno Scharl	Media Watch on Climate Change	NOAA/NASA Meeting on Public Attitudes about Climate Change	Silver Spring	USA	8 Apr 2008
Walter Rafelsberger	Visualizing Twitter Conversations	WebMontag #12	Vienna	Austria	26 May 2008
Walter Rafelsberger	Election Monitor 2008	PolitCamp Graz	Graz	Austria	30 May 2008
Arno Scharl	US Election 2008 Web Monitor: Community-Unterstützung durch semantische Technologien	Jahrestreffen der Plattform Wissens-management	Vienna	Austria	30 May 2008
Walter Rafelsberger	Social Network Analysis with Rhizome Navigation	Social Network Day	Vienna	Austria	31 May 2008
Walter Rafelsberger	Visualizing Social Networks	University of the Arts Bremen	Bremen	Germany	15 June 2008
Arno Scharl	Geospatial Web: Stand der For-schung zur Integration semantischer und geographischer Technologien	Edicos Conference 'Innovative Search Technologies'	Munich	Germany	18 June 2008

Awards

- 3rd Prize among the FIT-IT Semantics Systems Proposals 2006 (www.fit-it.at)
- Winner of the Digital Earth 3D Visualization Grand Challenge (www.isde5.org)
- Finalist of the Semantic Web Challenge (www.iswc07.org)

News Media Coverage*

NASA Shows Knowledge Planet at JavaOne Conference
industry.slashgeo.org/article.pl?sid=08/05/08/1251253
Slashgeo (09 May 2008)

US Election Monitor
oe1.orf.at/highlights/116916.html
ORF Ö1 (27 Feb 2008)

Obama knapp vor Clinton
futurezone.orf.at/it/stories/254249/
ORF Futurezone (04 Feb 2008)

US-Wahlkampf im Internet Web-Tool analysiert Online-Berichterstattung; Neben Häufigkeit wird auch emotionale Wertigkeit berücksichtigt
derstandard.at/?url=/?id=3210434
Der Standard (04 Feb 2008)

Die US-Wahl, durchs Web gesehen
Der Standard (09 Jan 2008)

A New Way to Serve Up Political Data
weblogs.jomc.unc.edu/talkpolitics/?p=153
UNC Talk Politics (01 Jan 2008)

US Election 2008 Web Monitor
transition.turbulence.org/blog/2007/12/18/us-election-2008-web-monitor/
Networked Performance (18 Dec 2007)

Österreich bei US-Wahlen doch dabei
www.heise.de/tp/blogs/2/100596
Telepolis (15 Dec 2007)

E-Clipping: Inhalte automatisiert nach Emotionen durchforsten
www.medianet.at/content12159-44.html
MediaNet (5 Feb 2008)

Forschung: Web-Tool analysiert Online-Berichterstattung
www.computerwoche.de/produkte_technik/software/1854753/
Computerwoche (04 Feb 2008)

US-Wahlkampf im Internet abseits herkömmlicher Umfragen
derstandard.at/?url=/?id=3205651
Der Standard (31 Jan 2008)

Tracking the US Election
www.convergenceculture.org/weblog/2008/01/tracking_the_us_election.php
MIT Convergence Culture Consortium (03 Jan 2008)

Geotagged News Archive on the US Election 2008
industry.slashgeo.org/industry/07/12/18/1751232.shtml
slashgeo (18 Dec 2007)

Ab in die Zukunft: Informationstechnologie - Österreichs Forschung gibt den Ton an
Österreich (18 Oct 2007)

IDIOM Media Watch on Climate Change - Geospatial Web Technology for Accessing Environmental Online Resources
esdepo.gsfc.nasa.gov/calendar/view.php?id=144
NASA Goddard Space Center (12 Sep 2007)

* Selected articles on the IDIOM Project between November 2006 and May 2008

Enviromatics: Computersysteme zum Schutz der Umwelt
oe1.orf.at/programm/200707252501.html
ORF Radio Ö1 (25 Jul 2007)

Wissen Aktuell
oe1.orf.at/programm
ORF Radio Ö1 (13 Jul 2007)

Zusammenhänge im Netz finden
derstandard.at/?url=/?id=2953835
Der Standard (10 Jul 2007)

Virtueller Wissensglobus zum Klimawandel
www.wienerzeitung.at
Wiener Zeitung (04 Jul 2007)

Ein trockenes Thema anschaulich gemacht
www.welt.de/wissenschaft/article937404/.html
Welt Online (11 Jun 2007)

Auszeichnung für Grazer Forschungsprojekt über Klimawandel-Berichte: "Digital Earch 3D Visualisation Contest" für Media Watch on Climate Change
derstandard.at/?id=2907538
Der Standard (06 Jun 2007)

Österreichischer Wissensglobus prämiert: Prototyp einer Klimaschutz-Ressource
futurezone.orf.at/it/stories/198183/
futureZone (06 Jun 2007)

Auszeichnung für Grazer Forschungsprojekt über Klimawandel-Berichte
www.apa.at
Austria Press Agency (05 Jun 2007)

Umfrage zum Thema Geoplattformen
www.aon.at
AON (25 Jan 2007)

Forscher untersuchen Online-Infos
www.zukunftwissen.apa.at/cms/zukunft-wissen/fti-und-wissenschaft/topnews_einzel.html
Austria Press Agency (05 Dec 2006)

Wiener und Grazer Forscher untersuchen User-Rollen
www.kleinezeitung.at/nachrichten/chronik/284722/index.do
Kleine Zeitung (05 Dec 2006)

Grazer Forscher untersuchen Online-Infos und User-Rollen
www.kleinezeitung.at/regionen/steiermark/graz/284693/index.do
Kleine Zeitung (05 Dec 2006)

US Election 2008 Web Monitor
transition.turbulence.org/blog/2007/12/18/us-election-2008-web-monitor/
Networked Performance (18 Dec 2007)

Im Wissensgebirge Österreichs
futurezone.orf.at/hardcore/stories/154220/
futureZone (29 Nov 2006)

Der Planet des Wissens
derstandard.at/?url=/?id=2685912
Der Standard (05 Dec 2006)

OE1 ORF.at | WEBRADIO | PODCAST | Log-in

ÜBERSICHT | HIGHLIGHTS | Ö1 PROGRAMM | Ö1 CLUB | SERVICE | SHOP | KULTURKALENDER

Highlights

alle Artikel

Der Wahlkampf in den Vereinigten Staaten ist bereits Monate vor dem entscheidenden Urnengang medienbeherrschendes Thema.

Mehr zu früheren Ausgaben der Netzkultur in oe1.ORF.at

US Election Monitor

Ritchie Pettauer über automatische PR-Analysen

Ein unmittelbares Spiegelbild der Erfolge von PR-Maßnahmen ist die Medienberichterstattung: keine größere Firma, keine Partei verzichtet freiwillig auf die laufende Auswertung der aktuellen Berichterstattung. Rein quantitative Methoden greifen dabei zu kurz: zwar mag in manchen Bereichen durchaus die umstrittene Maxime "Jede Werbung ist gute Werbung" gelten, die Politikberichterstattung allerdings hat in diesem Punkt ihre eigenen Gesetze.

Ein Team der Modul University Vienna hat nun ein Analyse-Instrument ins Netz gestellt, das sich auf die Berichterstattung über die amerikanischen Wahlen konzentriert. Der "Election Monitor" wertet zahlreiche Seiten aus, wie die zugehörige Webseite erklärt:

Der US Election 2008 Web Monitor bietet wöchentliche Schnappschüsse der globalen Web-Berichterstattung. Contentquellen sind internationale Medien aus den USA, Kanada, Großbritannien, Australien und Neuseeland, Umweltschutzorganisationen, die "Fortune 1000" (die größten US-Firmen nach Umsatz) sowie 1.000 populäre Politik-Blogs. In Summe analysiert das System somit pro Woche mehr als 800.000 Dokumente.

NETZKULTUR

US Election Monitor
Hulu.com
Fenster in eine andere Welt
Binäre Strickmuster
Office Open XML
Estland
Geld verdienen im Web 2.0
Can you hear me?
Wie viel ist mein Netzwerk wert?
RFID
Klimafaktor Computer
Mein Facebook-Freund? Nein, danke!
Poesie am Großrechner
Gefahr im Verzug
Soziale Werbung?
Daten schützen statt Netzwerke
Fernsehen war gestern
Multimedia im Museum
One Laptop Per Child
Stasi 2.0 oder der digitale Generalverdacht
Books and Gadgets
Fernsehen mit dem Handy
Intelligente Medikamentenspender
Besser selbst gemacht, als verordnet

futureZone ORF.at | CHAT | LOGIN

NEWSLETTER | MORE IT-CHRONIK | FRONT

Erstellt am: Montag | 04.02.2008 | 07:00

Internet: Obama knapp vor Clinton

Barack Obama und Hillary Clinton liefern einander ein Kopf-an-Kopf-Rennen - auch um die Spendengelder der IT-Industrie und die Stimmen ihrer Anhänger im Internet. Stanford-Professor David Dill hält die weltweite Internet-Abstimmung der Demokraten am "Super Tuesday" für ein "gefährliches Experiment". In Wien können US-Staatsbürger am Dienstag auch "analog" abstimmen.

Automatische Medienbeobachtung

IDIOM, ein österreichisches Projekt zur Erstellung von Wissenslandkarten, das nun an der Modul Universität Wien angesiedelt ist, hat sich nun auch mit den US-Wahlen befasst und ein Informationsportal erstellt, das verschiedene grafische Ansichten auf die aktuellen Tendenzen in der Berichterstattung von Massenmedien und Weblogs bietet.

Das System wertet, nach Angaben der Forschungsgruppe unter der Leitung von Arno Scharl, wöchentlich über 800.000 Dokumente aus.

IDIOM: Election 2008

medianet INSIDE YOUR BUSINESS. TODAY. MITTWOCH, 6. FEBRUAR 2008 – 9

marketing & media

© APA/Georg Hochmuth

JUBEL Grazer Event- & PR-Agentur RathConsulting feiert 15-jähriges Jubiläum **Seite 12**

KRACH ÖVP lanciert parlamentarische Initiative gegen höhere ORF-Gebühren **Seite 14**

FEIER Pressefest (fast) ohne Politik im Kanzleramt **Seite 16**

www.eclipping.at
eClipping ©medianet
Medienbeobachtung, eMeinungsbeobachtung und virales Marketing

Emotionale Resultate in der Medienbeobachtung

Die eigene Reputation im Netz Eine Wiener Forschergruppe hat ein Web-Tool entwickelt, mit dem die Online-Berichterstattung nicht nur nach Häufigkeit, sondern auch nach der emotionalen Wertigkeit analysiert werden kann. **Seite 10**

SHORT

© Verlagsgruppe News

Oswald Greil, Verlagsleiter der Sky Media Group, bringt unter dem Dach der Verlagsgruppe Sportmagazin mit *Succeed* ein neues Premium-Business-Magazin heraus. *Seite 11*

© spiegelgruppe.de

Stefan Aust, legendärer *Spiegel*-Chefredakteur, wurde abberufen und freigestellt. Ein Gütetermin im Rechtsstreit zwischen Aust und dem Verlag war gescheitert. *Seite 14*

© Motorrad.at

Guido Gluschitsch, nach eigenen Angaben selbst „spätberufener" Motorradfahrer und bekannt für treffende Formulierungen, ist Chefredakteur von Motorrad.at *Seite 16*

MEDIANET.TV HEUTE

© Arnold/Nitro

Arnold/Nitro inszeniert Bergabfahrhilfe HDC des Volvo XC70. click+ > www.medianet.at

media.netcast.at create.at
podcasting medianet
medianet schon gehört? Mit jedem mp3-Player oder direkt auf media.netcast.at

Betriebsrat Fiedler soll laut *tv-media* den Hut nehmen

ORF dementiert Kündigungspläne

© ORF/Thomas Ramerstorfer

ORF-Zentralbetriebsratsobmann Heinz Fiedler steht unter Beschuss.

Wien. Für Aufregung hat am Dienstag eine Vorabmeldung von *tv-media* gesorgt. Berichtet wird dort über Pläne, den mächtigen Christgewerkschafter und ORF-Zentralbetriebsratsobmann Heinz Fiedler wegen kritischer Aussagen in Interviews – sprich: „Unternehmensschädigung" – zu kündigen. ORF-Kommunikationschef Pius Strobl wies diese Spekulationen als „absurd" zurück. Fiedler hatte am Wochenende in der *Presse* erklärt, dass ORF-Chef Alexander Wrabetz nicht die „Lichtgestalt" sei, „für die ihn viele gehalten haben" . Gegenüber *profil* hegte Fiedler „Zweifel an der Ausgewogenheit" der TV-Information.

die Canapéschmiede
Ihr Spezialist für Canapés & Fingerfood!
Gratis Lieferung
Online Bestellung
Online-Catering-Kalkulator
Spezielle Angebote für:
Agapen
Meetings
Geburtstagsfeiern
Geschäftsfeiern
Geschäftseröffnungen etc.
1190 Wien, Heiligenstädter Lände
T: (01) 710 37 59
F: (01) 710 37 59/15
office@deinbroetchen.at • www.deinbroetchen.at
powered by www.deinbote.at

EMOTIONEN MESSEN

Medienbeobachtung im Internet ist ein längst erprobtes und anerkanntes Werkzeug. Nun ist es einer österreichischen Forschergruppe gelungen, ein Online-Tool zu entwickeln, mit dem Einträge gescannt und nach inhalt (positiv/negativ) bewertet werden können.
Hinter dem Web-Monitor-Projekt steht ein 13-köpfiges Forscherteam verschiedener österreichischer Universitäten, das bereits auf langjährige gemeinsame Projekterfahrung zurückblickt.
Die Partner: Modul University Vienna, Wirtschaftsuniversität Wien, TU Graz, Gentics Software GmbH, Prisma Solutions und Österreich Werbung.
Der „US Election 2008 Web Monitor" ist eine von insgesamt drei Anwendungen, die derzeit im Rahmen des FIT-IT Semantic Systems-Projekts „Idiom" durchgeführt werden.

Novum Österreichische Forscher entwickeln Tool, mit dem automatisiert Webseiten nach Inhalt analysiert werden können

E-Clipping: Inhalte automatisiert nach Emotionen durchforsten

Eine neues Web-Tool analysiert Online-Berichterstattung. Neben Häufigkeit wird auch emotionale Wertigkeit berücksichtigt.

DINKO FEJZULI/PTE

Wien. Dank des Internets wurde auch die Medienbeobachtung revolutioniert. Schnell und umfangreich waren die neuen Attribute.

Doch einen Haken hatte die Sache von Beginn an. Medienbeobachtung im Internet stellt in der Regel zwar die Häufigkeit der Nennungen, aber nie die Qualität derselben dar.

Qualitative Analyse von Blogs

Nun hat ein Forscherteam unter Beteiligung österreichischer Universitäten ein Analysetool entwickelt, mit dem bestimmte Inhalte aus Online-Texten extrahiert und analysiert werden können.

„Das System analysiert 2.200 Webseiten und misst die Anzahl der Nennungen. Gleichzeitig wird auch untersucht, wie jemand dargestellt wird."

ARNO SCHARL, MODUL

© Modul University Vienna

Zum Einsatz kommt das präsentierte System neben anderen Anwendungen derzeit vor allem als Analyse-Monitor der US-Wahlkampfsituation. Der „US Election 2008 Web Monitor" verfolgt dabei die aktuelle Berichterstattung zum Thema in mehr als 2.200 Online-Medien und ermöglicht durch ein spezielles Auswertungsverfahren die reflektierte Betrachtung des bisherigen Wahlverlaufs. Neben der Anzahl der Nennungen eines bestimmten Namens analysiert das System dabei auch, ob positiv oder negativ über die Kandidaten berichtet wird.

„In unserem Forschungsprojekt geht es darum, aus Online Texten Wissen zu extrahieren", erläutert Arno Scharl vom Institut für Neue Medientechnologie der Modul University Vienna das Projekt.

Der US-Wahlkampf werde deshalb analysiert, weil er durch eine traditionell umfangreiche Berichterstattung viel Untersuchungsmaterial biete. „Dass Online-Medien generell immer wichtiger werden, ist mittlerweile klar", stellt Scharl fest. Insofern sei es auch eine logische Konsequenz, dass Analysen der Berichterstattung im Internet zunehmend relevanter werden. „Auch dem Trend der vermehrten Blog-Nutzung tragen wir mit unserem Analysesystem Rechnung, indem wir zusätzlich zur normalen Berichterstattung in Online-Medien auch solche Texte mit einbeziehen", so Scharl.

Der „US Election 2008 Web Monitor" dient dabei hauptsächlich als Spiegel der Online-Berichterstattung. „Basierend auf einer Analyse von über 2.200 Webseiten misst das System zunächst die Anzahl der Nennungen eines bestimmten Namens. Gleichzeitig wird aber auch untersucht, wie jemand dargestellt wird", erklärt Scharl. „Mit dem Web-Monitor wollen wir die Wirklichkeit so nahe wie möglich treffen", betont der Medienforscher.

Drei Projekte in Arbeit

Neben der systematischen Analyse von Web-Texten eröffnet das vorgestellte System aber auch die Möglichkeit zu detaillierten Recherchen, etwa um die inhaltliche Positionierung der verschiedenen Kandidaten zu vergleichen.

Zudem bietet es interessante Einblicke in die häufig kontroverse Darstellung der Ereignisse in den unterschiedlichen Medientypen. Besonders lohnenswert ist hier der Vergleich zwischen den Meldungen der Tageszeitungen und der Berichterstattung in Weblogs, welche meist spontaner und emotionaler argumentieren. Insgesamt arbeitet die Forschergruppe an drei unterschiedlichen Projekten.

Neben dem „US Election 2008 Web Monitor" gibt es einen weiteren zum Thema Klimawandel und einen dritten zum vor allem für Österreich interessanten Bereich Tourismus.

„Im Grunde genommen soll es Österreich-Reisende bei der Suche nach relevanten Informationen zu ihrem Reiseziel unterstützen", so Astrid Dickinger, Assistent Professor an der Modul University Vienna. Das Projekt soll in wenigen Wochen starten und „die Sichtweise Reisender und deren Meinung zum Tourismusland Österreich wiedergeben", so Dickinger.

© Modul University Vienna

„Im Gegensatz zum normalen Clipping können wir nicht nur sagen, wie häufig, sondern ob jemand positiv oder negativ erwähnt wurde."

ASTRID DICKINGER, MODUL

Ausgewertet werden tourismusrelevante Blogs, unterschiedliche Medien und andere Contentquellen, die zur Verfügung stehen.

Vielfältiger Einsatz möglich

Wesentlich dabei sei eben, so Dickinger, dass man die Informationen nicht nur aus originär österreichischen, sondern, dem Gedanken des World Wide Web entsprechend, aus weltweit verfügbaren Quellen bezieht. Neben dem Wahlmonitor und dem Tourismusmonitor hat man mit dem Thema Klimawandel ein drittes Thema am Tableu.

Das Projekt wurde sogar von Google mit einem eigenen Award ausgezeichnet: „Und Google ist nicht irgendwer", so Dickinger.

Gerade das Projekt rund um die US Wahlen sei ein Pilotprojekt – die Einsatzmöglichkeiten an sich sind unterschiedlichster Art.

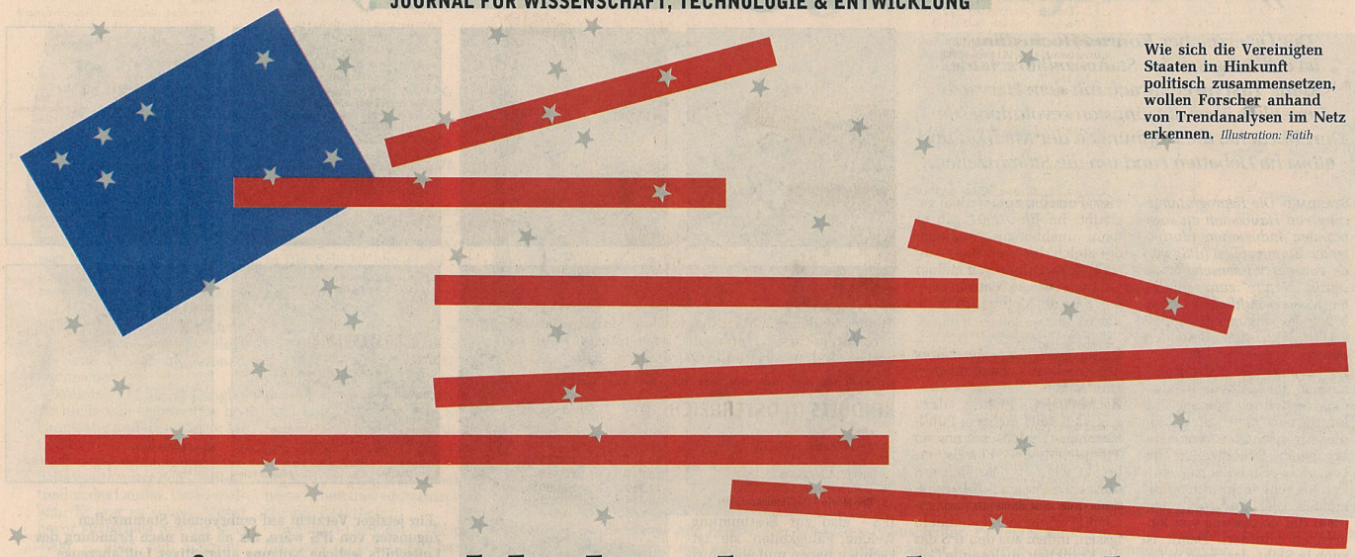
„Unsere Anwendung ist für alle Unternehmen, in denen große Datenmengen vorhanden sind, aus denen Wissen extrahiert werden soll, interessant", so Dickinger.

Bei der Medienbeobachtung streicht Dickinger noch einen Vorteil hervor: „Wir beobachten die Berichterstattung über Firmen und Marken. Und im Gegensatz zur normalen Medienbeobachtung/Clipping können wir nicht nur sagen, wie häufig, sondern ob jemand positiv oder negativ erwähnt wurde."

Hinter dem Web-Monitor-Projekt steht ein 13-köpfiges Forscherteam verschiedener österreichischer Universitäten, das bereits auf langjährige gemeinsame Projekterfahrung zurückblickt. „Der ‚US Election 2008 Web Monitor' ist eine von insgesamt drei Anwendungen, die wir derzeit im Rahmen des FIT-IT Semantic Systems Projekt IDIOM durchführen", so Scharl abschließend.

www.idiom.at
www.modul.ac.at/nmt
www.ecoresearch.net/climate
www.ecoresearch.net/election2008

MITTWOCH, 9. 1. 2008 FORSCHUNG SPEZIAL DER STANDARD 13
JOURNAL FÜR WISSENSCHAFT, TECHNOLOGIE & ENTWICKLUNG



Wie sich die Vereinigten Staaten in Hinkunft politisch zusammensetzen, wollen Forscher anhand von Trendanalysen im Netz erkennen. *Illustration: Fatih*

Die US-Wahl, durchs Web gesehen

Welcher der Kandidaten für die US-Präsidentschaftswahl die Nase vorn hat, wird auch im Internet entschieden. Der von einem österreichischen Forscherteam entwickelte „US Election 2008 Web Monitor" analysiert mittels semantischer Technologien die Trends in der Online-Community.

Karin Krichmayr

Stehen Wahlen an, sind es für gewöhnlich nicht nur die Kandidaten, die um das beste Ergebnis rittern – schon Wochen und Monate vor dem entscheidenden Termin übertreffen sich Analysten, Politologen, Meinungsforscher und sonstige Stimmungspropheten gegenseitig darin, das Abstimmungsverhalten möglichst genau in Statistiken, Charts und Barometern vorauszusagen. Dass dabei kein Weg an der virtuellen Welt vorbeiführt, kann man nicht nur an den per YouTube geführten Debatten des laufenden Wahlkampfs in den USA und den Kampagnen im Second Life ablesen.

Mitte Dezember des vergangenen Jahres, also elf Monate vor den US-Präsidentschaftswahlen, hat ein österreichisches Forscherteam ein vollautomatisiertes System zur Trendanalyse präsentiert, das sich allein auf die Web-Community und Online-Ressourcen stützt. „Es gibt viele Methoden, um den Erfolg von Wahlkampfprogrammen zu messen", sagt Arno Scharl, Leiter des Instituts für Neue Medientechnologie an der privaten Modul University Vienna, die seit Oktober 2007 am Wiener Kahlenberg residiert. „Die meisten Methoden konzentrieren sich auf Meinungsumfragen. Diese geben zwar ein repräsentatives Stimmungsbild aus Konsumentensicht, lassen aber das Informationsangebot, insbesondere im Internet, unberücksichtigt", erläutert Scharl die Motivation hinter dem Projekt. Zusammen mit Experten der Wirtschaftsuniversität Wien und der Technischen Universität Graz haben Scharl und seine Kollegen von der Modul-Universität ein Web-Portal *(siehe Webtipp)* entwickelt, auf dem mit wenigen Klicks ersichtlich ist, wie die Online-Berichterstattung die Auftritte von Hillary Clinton, Barack Obama, Mike Huckabee, Mitt Romney und Co beurteilt – und zwar aus der Sicht von Online-Medien, NGOs, Bloggern und führenden US-Unternehmen.

Auf einem zweiten Portal, der Mediawatch, kann auf die analysierten Publikationen zugegriffen werden: Mittels visueller Darstellungen von geografischen Karten, ontologischen Begriffsnetzwerken und Wissenslandschaften, welche die Themen in Topografien einbetten, werden die verschiedenen Quellen in einen Kontext gesetzt. Darüber hinaus können die User selbst ihre Stimme abgeben.

„Web Mining"

„Es geht uns um die Wechselwirkung und Unterschiede in der Berichterstattung von Medien im Vergleich zu Umweltorganisation, kommerziellen Interessensgruppen und den Usern selbst. Schließlich ist es ein Merkmal des Web 2.0, dass sich Informationsangebot und -nachfrage vermischen", erklärt der Informationswisschafter Arno Scharl, der bereits seit 1999 im Bereich „Web Mining" durch semantische Technologien forscht.

Die technologische Weiterentwicklung des Semantic Web – die logische Verknüpfung und Verarbeitung von verschiedenen im Internet verfügbaren Daten – ist auch die Basis des „US Election 2008 Web Monitor": Seit Oktober durchforstet ein Webcrawler einmal pro Woche 800.000 Web-Dokumente von 150 englischsprachigen Medien, 50 Umweltorganisationen, den 1000 umsatzstärksten US-Unternehmen sowie von 1000 populären politischen Blogs.

Anhand einer automatischen semantischen Analyse werden Charts erstellt, welche sowohl die Präsenz der einzelnen Kandidaten in der Berichterstattung zeigen („Attention") als auch, ob sie in Zusammenhang mit definierten positiven oder negativen Begriffen erwähnt werden („Sentiment") und mit welchen Themen sie in Verbindung gebracht werden („Keywords").

Wobei Fehlinterpretationen und wenig aussagekräftige Nennungen nicht auszuschließen sind, wie auch Scharl einräumt: „Sarkasmus kann das System (noch) nicht erkennen." Aufgrund der Menge der Information komme es aber auf einzelne falsche Ergebnisse nicht an.

Schon das Pilotprojekt zur US-Präsidentschaftswahl im Jahr 2004 habe gezeigt, dass die semantische Webanalyse ein sehr realistisches Bild abgebe.

„Es geht vor allem darum, den Informationsraum im Internet greifbarer zu machen und neuartige semantische Methoden zu finden, um die Informationen auf intuitive Weise zu veranschaulichen", fasst Scharl das Ziel des Projekts zusammen, das im Rahmen der Programmlinie FIT-IT Semantic Systems des Bundesministeriums für Verkehr, Innovation und Technologie gefördert wird und in Zusammenarbeit mit Industriepartnern realisiert wurde.

Denn die Basistechnologie, mit der derzeit Wahltrends und -analysen aufbereitet werden, soll noch weitere Anwendungsgebiete erschließen: Gemeinsam mit Nasa World Wind, der Open-Source-Variante von Google Earth, will das Team von Scharl dreidimensionale Wissensgloben erstellen, die der Informationsverbreitung in den neuen interaktiven Online-Medien Rechnung tragen. Bis dahin wird erst einmal gewählt.

DER STANDARD **Webtipp:**
www.ecoresearch.net/election2008
www.fit-it.at

„Die Rolle der führenden Nation"

Wer wäre der beste US-Präsident für die Wissenschaft? Klaus Taschwer sprach mit dem aus den USA stammenden Historiker Mitchell Ash über seine Kandidatenwahl, die Rolle der Religion und den Einfluss des Präsidenten auf die Forschung.

STANDARD: *Wer ist Ihr Favorit für die US-Präsidentenwahlen?*
Ash: Ich habe bei allen Kandidaten so meine Ambivalenzen. Für die Wissenschaft wäre Hillary Clinton sicher eine gute Präsidentin, weil sie in Sachen Medizin, Gesundheitspolitik oder Klimaforschung das wohl beste Programm hat. Aber auch Barack Obama wäre eine gute Wahl. Schließlich wäre er der erste Präsident seit Woodrow Wilson, der Universitätsprofessor war.

Wissenschafter des Jahres 2007 wurde der Literatur- und Sprachwissenschafter Wendelin Schmidt-Dengler.
Seite 15

STANDARD: *Wie groß ist der Einfluss, den ein Präsident auf die Wissenschaft nehmen kann?*
Ash: Da muss man zwischen mehreren Ebenen unterscheiden. Auf der unteren Ebene der konkreten Forschungsförderung ist alles durch Peer bzw. Panel-Reviews autonom geregelt. Da hat ein Präsident keinen direkten Einfluss. Doch kann er sehr wohl den Diskussionskontext der Wissenschaftspolitik beeinflussen, wie das George W. Bush in bestimmten Fragen zu tun versucht hat.

STANDARD: *Wie schätzen Sie die Amtszeit von Bush aus wissenschaftspolitischer Warte ein?*
Ash: Bush ist sicher kein Gegner der Forschung. Soweit ich sehe, sind alle einschlägigen Forschungsbudgets gestiegen oder zumindest gleich geblieben. In Fragen des Klimawandels oder der Stammzellforschung hat er allerdings Positionen vertreten, die von der Scientific Community nicht geteilt werden.

STANDARD: *Im aktuellen Wahlkampf scheint die Frage der Religion eine besondere Rolle zu spielen.*
Ash: Bei den republikanischen Stammwählern ist die Religion ein wichtiges Thema, und wenn der republikanische Kandidat Huckabee gewinnen sollte, der ein bekennender Kreationist ist, dann hätte das sicher negative Folgen für die Wissenschaft. Bei den Demokraten sieht es anders aus. Zwar betonen auch die demokratischen Kandidaten die Bedeutung der Religion im eigenen Leben. Aber da würde niemand dafür eintreten, dass Kreationismus in der Schule gelehrt wird.

STANDARD: *Was sind die wichtigsten wissenschaftspolitischen Herausforderungen der nächsten US-Präsidentschaft?*
Ash: Da gibt es viele. In erster Linie gilt es, möglichst viel zu tun, um die Rolle der USA als führende Wissenschaftsnation abzusichern, was angesichts der wachsenden Konkurrenz Chinas wichtiger wird. Das betrifft nicht zuletzt auch die Einwanderungspolitik. Dann ist es in den USA um die wissenschaftliche Allgemeinbildung sehr schlecht bestellt. Da muss dringend etwas getan werden. Und in Sachen Klimawandel ist ein Umdenken dringend geboten.

ZUR PERSON:
Mitchell Ash (59), Professor für neuere Geschichte an der Universität Wien mit den Schwerpunkten Wissenschafts- und Universitätsgeschichte. *Foto: Corn*

[text only] [mobil]

derStandard.at/Web

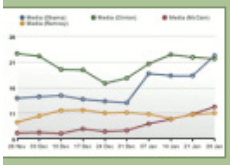
NEWSROOM Politik Investor Web Sport Panorama
LIVINGROOM Innovationen IT-Business Telekom Netzpolitik Game

derStandard.at | WebStandard | Innovationen

04. Februar 2008
14:33

Web-Tool analysiert Online-Berichterstattung

Neben Häufigkeit wird auch emotionale Wertigkeit berücksichtigt



Ein Forschungsprojekt österreichischer Universitäten hat ein Analysetool entwickelt, mit dem bestimmte Inhalte aus Online-Texten extrahiert und analysiert werden können. Zum Einsatz kommt das präsentierte System neben anderen Anwendungen derzeit vor allem als Analyse-Monitor der US-Wahlkampfsituation. Der "US Election 2008 Web Monitor" verfolgt dabei die aktuelle Berichterstattung zum Thema in mehr als 2.200 Online-Medien und ermöglicht durch ein spezielles Auswertungsverfahren die reflektierte Betrachtung des bisherigen Wahlverlaufs. Neben der Anzahl der Nennungen eines bestimmten Namens analysiert das System dabei auch, ob positiv oder negativ über die Kandidaten berichtet wird.

[text only] [mobil]

derStandard.at/Web

NEWSROOM Politik Investor Web Sport Panorama Etat Kultur
LIVINGROOM Innovationen IT-Business Telekom Netzpolitik Games Webmix Preisverg

derStandard.at | WebStandard | Netzpolitik

31. Jänner 2008
13:24

US-Wahlkampf im Internet abseits herkömmlicher Umfragen

Medienpräsenz, Zugriffsstatistiken, Online-Börsen - Web bietet Trendmessungen der neuen Art

Barack Obama im Wahlkampf

GOOGLE INC.	
NASDAQ	GOOG
USD 515.90	-8.57%

Der US-Wahlkampf findet in einem nicht zu vernachlässigenden Ausmaß auch im Internet statt. Neben den herkömmlichen Umfrageergebnissen von Meinungsforschern bietet das Internet zahlreiche Möglichkeiten, Trends im Wahlkampf an weniger beachteten Parametern zu messen. Die Methoden sind zwar nicht wissenschaftlich, doch stimmen bekanntlich auch die Prognosen von Meinungsforschungsinstituten nicht immer.

Wirkung eines Kandidaten

Der einfachste Weg, die Wirkung eines Kandidaten zu messen, ist die Medienpräsenz. Je öfter jemand erwähnt wird, desto besser für die Person, sei es aufgrund eines

Mehr zum Thema
Internet
mPAY24 - Die Online -Zahlungslösung
Erfolg

Networked_Performance

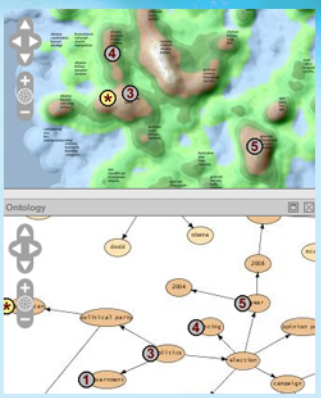
Search the site

Networked_Performance

US Election 2008 Web Monitor

Tags:
visualization news mapping tactical locative

Jo-Anne Green

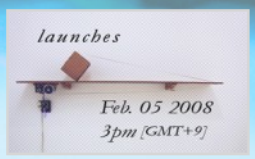


The ECOresearch Network has just released **US Election 2008 Web Monitor**, a geotagged news archive on the US Presidential Election. The system gathers and annotates documents from blogs, environmental organizations, the Fortune 1000 and news media from the US, Canada, UK, Australia and New Zealand. Processing these sites yields more than 800,000 documents each week.

The tightly coupled interface integrates geographic maps with information landscapes, ontology graphs and tag clouds to reveal both geographical and semantic relationships. Each visualization is implemented as a Web Map Service and displayed via OpenLayers. Besides geotagging the documents, the system identifies (i) attention by counting references to a candidate, (ii) sentiment towards a candidate by looking for co-occurring positive and negative expressions, (iii) keywords reflecting the most important topics associated with a candidate. The weekly statistics are available here. Screencast demonstrating the major components.

Dec 18, 13:00
Trackback URL

Live Stage



Now Playing
Nothing Happens [box]: Act 1 [online]

02.07 Exhibiting On The Internet [Vienna]
02.07 Mixed Realities [Boston + Second Life]
02.08 SWAMP Splash [Amsterdam]
02.08 SWAMP Splash [Amsterdam]
02.08 Mixed Realities [Boston + Second Life]

More from Live Stage

Tags
freq alpha

What is this?

Networked Performance (N_P) is a research blog that focuses on emerging network-enabled practice. Read more...

RSS feeds

N_P offers several RSS feeds, either for specific tags or for all the posts. Click the top left RSS icon that appears on each page for its respective feed. What is an RSS feed?

Bloggers

helen
jo

F.Y.I.

turbulence
COMMISSIONING AND SUPPORTING NET ART FOR 12 YEARS: 1996-2008

slashgeo

In+ersec+ion for Spatial People

Search

Search Slashgeo:
Google™ Custom
Search

Search geospatial blogs:
Google™ Custom
Search

Navigation

About Slashgeo
FAQ
Open Budget
Stories
Submit Story
Old Stories
Topics
Hall of Fame
RSS Feed
LOGIN
Create Account/Log in
- This will allow you to

Geotagged News Archive on the US Election 2008

posted by Satri on Tuesday December 18, @12:55PM Permalink Trackback URI Slashdotthis Diggthis Del.icio.us

from the voting-for-maps dept.

Arno Scharl writes "The ECOresearch Network has just released a geotagged news archive on the US Presidential Election 2008. The system gathers and annotates documents from blogs, environmental organizations, the Fortune 1000 and news media from the US, Canada, UK, Australia and New Zealand. Processing these sites yields more than 800,000 documents each week. The tightly coupled interface integrates geographic maps with information landscapes, ontology graphs and tag clouds to reveal both geographical and semantic relationships. Each visualization is implemented as a Web Map Service and displayed via OpenLayers. A 6-minute screencast demonstrates the major components. Besides geotagging the documents, the system provides weekly statistics on the US Election 2008. It identifies (i) attention by counting references to a candidate, (ii) sentiment towards a candidate by looking for co-occurring positive and negative expressions, (iii) keywords reflecting the most important topics associated with a candidate." See below other US elections 2008 stories.

CONVERGENCE CULTURE CONSORTIU
COMPARATIVE MEDIA STUDIES AT MIT
CMS MIT Massachusetts Institute of Technology

WEBLOG
ARCHIVES

« Around the Consortium: The Digital Race, FoE2, Soaps, and IAP | Main | CMS Research Fair Feb. 28 »

JANUARY 3, 2008

Tracking the US Election

By Joshua Green

The varied uses of YouTube by candidates, citizens and the news media has lent a participatory air to the 2008 US Presidential election. While there is an emphasis in much of this discussion on the possibilities for candidates and citizens to connect more directly with each other (however unevenly this might be realized in practice), effective participation in democratic systems equally relies on access to information. In this regard, both Yahoo's *Election '08 Political Dashboard* and the ECOresearch Network's *US Election 2008 Web Monitor* projects , both of which offer reasonably sophisticated tools for tracking campaign coverage and candidate performance, are especially interesting because of the access to information and analysis they provide.

COMPUTERWOCHE.de

PREMIUM-Login
E-Mail-Adresse
******
Passwort vergessen?
ANMELDEN

PREMIUM-Vorteile
Bitte wählen
Registrieren Infos

Nachrichten
Archiv
Mittelstand
Newsletter
Themenalert
News als MP3
CW Notizblog
RSS- + Newsfeed
Forum
Webcasts

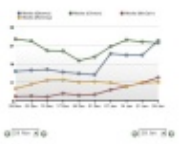
CW-Traveller | Aboshop | Kontakte | Mediadaten |

Sie sind hier: > Startseite > Produkte + Technik > Software

SOFTWARE

Forschung: Web-Tool analysiert Online-Berichterstattung

04.02.2008 um 14:25 Uhr
Autor(en): pte pte.



Ein Forschungsprojekt österreichischer Universitäten hat ein Analysetool entwickelt, mit dem bestimmte Inhalte aus Online-Texten extrahiert und analysiert werden können.

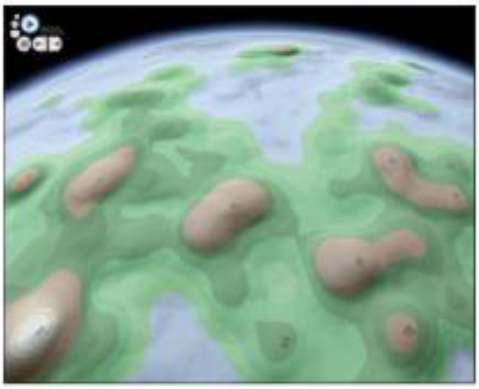
Zum Einsatz kommt das präsentierte System neben anderen Anwendungen derzeit vor allem als Analyse-Monitor der US-Wahlkampfsituation. Der "US Election 2008 Web Monitor" verfolgt dabei die aktuelle Berichterstattung zum Thema in mehr als 2.200 Online-Medien und ermöglicht durch ein spezielles Auswertungsverfahren die reflektierte Betrachtung des bisherigen Wahlverlaufs. Neben der Anzahl der Nennungen eines bestimmten Namens analysiert das System dabei auch, ob positiv oder negativ über die Kandidaten berichtet wird.

Die digitale Zukunft hat in Österreich bereits begonnen: Das Programm FIT-IT des Bundesministeriums für Verkehr, Innovation und Technologie stellt jährlich zehn Millionen Euro zur Verfügung, um Gemeinschaftsprojekte aus Forschung und Wirtschaft in der Informationstechnologie zu fördern.

Informationstechnologie: Österreichs Forschung gibt den Ton an

Ab in die Zukunft

Das Internet beherrscht unser Leben – im Beruf wie im Alltag. Nicht nur: In der Informationstechnologie liegt die Zukunft unserer Wirtschaft. Österreich schickt sich an, eines der modernsten „digitalen" Länder der Welt zu werden. Dafür sorgen nicht nur eine Forscher-Elite und Hightech-Unternehmen, sondern auch großzügige Fördermittel. Satte 35 Millionen Euro wurden vom Staat in den vergangenen fünf Jahren in die Erforschung und Weiterentwicklung der Informationstechnologie, und damit in die Zukunft Österreichs investiert. Die Devise lautet: Nicht erst auf den digitalen Zug aufspringen, sondern die Lokomotive sein.



Prämiertes FIT-IT-Projekt „IDIOM": User können in Online-Archiven nach Themen suchen, diese auf Geo-Browsern wie „NASA World Wind" darstellen und erfahren, wie häufig ein Thema aufgegriffen wurde und ob die Berichterstattung positiv oder negativ ist.

Das Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie hat vor fünf Jahren die Initiative FIT-IT ins Leben gerufen, um gezielt Innovation und Technologie-Entwicklung in Österreich zu fördern. Zum Beispiel das international prämierte Projekt „IDIOM" – eine Gemeinschaftsarbeit von verschiedenen heimischen Forschungsinstituten und IT-Unternehmen. Ziel war unter anderem die Vereinfachung der Suche von bestimmten Themen in umfangreichen Online-Archiven mit Hilfe von Visualisierungen wie in „Google Earth" oder „NASA World Wind".

Die großen Ziele dieses Forderprogrammes liegen jedoch nicht nur in der universitären Forschung, sondern vor allem in der Stärkung Österreichs als „digitaler" Wirtschaftsstandort. Nur durch eine optimale Verbindung aus Forschung und innovativen Unternehmen kann Österreich seinen Top-Platz in der Informationstechnologie halten – und noch weiter ausbauen.

FACTS & FIGURES

- FIT-IT ist ein besonderes Förderprogramm des Bundesministeriums für Verkehr, Innovation und Technologie. (www.fit-it.at)
- Mit zehn Millionen Euro werden jährlich Projekte zur Technologie-Entwicklung in der Informationstechnologie gezielt gefördert.
- Ein Schwerpunkt liegt auch in der Vernetzung von Forschung, Industrie und spezialisierten Klein- und Mittelunternehmen.
- Mit dem Programm FIT-IT wird generell der digitale Wirtschaftsstandort Österreich für die Zukunft gerüstet.
- Geförderte Projekte, wie etwa „IDIOM" wurden bereits international ausgezeichnet. (www.idiom.at www.ecoresearch.net/climate)

In 5 Jahren wurde mit 35 Millionen Euro die digitale Zukunft gefördert.

EARTH SCIENCES DIVISION

+ NASA Home Page
+ Goddard Space Flight Center
+ Earth Sciences Division

+ ABOUT US | + SUBCOMMITTEES | + PERSONNEL | + DOCUMENTS | – CALENDAR | + LINKS

+ Home Back

Committee for Education & Public Outreach

Calendar

+ All Entries

SHOW ONLY::

+ Announcements
+ Conferences
+ Events

ARCHIVES::

+ Education and Outreach Colloquiums

EDUCATION AND OUTREACH COLLOQUIUM, PROFESSOR ARNO SCHARL

Affiliation: MODUL University Vienna Department of New Media Technology
Event Date: Wednesday, September 12, 2007

Location: NASA GSFC, Building 33, Room H114
Time: 12:00 PM

Files: Click here for files associated with this entry

IDIOM Media Watch on Climate Change - Geospatial Web Technology for Accessing Environmental Online Resources
http://www.ecoresearch.net/climate/

To increase awareness and the availability of environmental information, the IDIOM Media Watch on Climate Change provides a comprehensive and continuously updated account of media coverage on climate change and related issues. The current portal aggregates, filters and visualizes environmental Web content from 150 Anglo-American news media sites. Additional sources of documents such as the Earth Observatory and the Web sites of Fortune 500 companies and non-governmental organizations (NGOs) will be added within the next few months.

The vision of a Geospatial Web promotes the convergence of geographic information, Internet technology and social change. Taking a step towards this vision, the Media Watch on Climate Change uses automated content analysis to extract geospatial context and build a geotagged knowledge base. The interface provides various means to interactively access this knowledge base. It shows that geobrowsers are not only suited to explore geographic features, but can also render other types of imagery such as three-dimensional "Knowledge Planets".

TELEPOLIS

home
politik
wissenschaft
energie & klima
e-news
wochenschau
un-klimakonferenz
kultur
medien
magazin

Anzeige

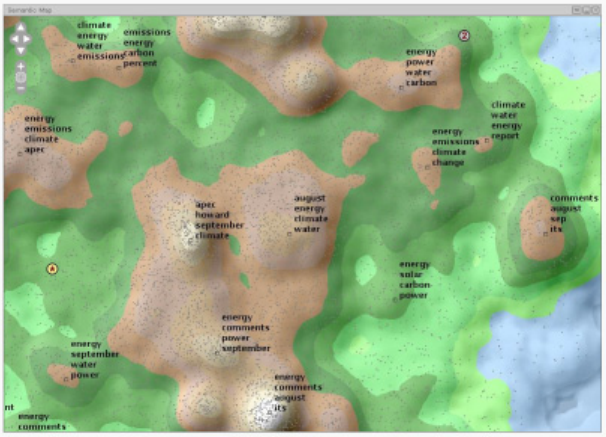
letzte einträge

Österreich bei US-Wahlen doch dabei
Dauerreden gegen erneuerbare Energien nicht gestoppt
Asus stellt ein Öko-Notebook vor
Klimaschutzkonferenz

Österreich bei US-Wahlen doch dabei

Nein, Arnie kandidiert nicht, aber die österreichische Webseite EcoResearch.net hat ihr eigenes Ranking der Kandidaten für die US-Präsidentschaft erstellt. In Grafiken wird anschaulich visualisiert, wie oft die Kandidaten in den Medien vieler englischsprachiger Länder (USA, UK, Kanada, & Australien/Neuseeland) erwähnt werden - und von wem: Nichtregierungsorganisationen, Blogs, Fortune, und "Medien".

Auch sonst empfiehlt sich ein Blick auf die Webseite, denn die Organisation betreibt ein Webportal, das viele interessante, aktuelle Infos zum Weltklima bietet - zusammen unter anderem mit einer "semantic map" (siehe unten) der Berichterstattung in den Medien.



Eine Bedienungsanleitung für die Webseite der US-Wahlen gibt es auch.

Craig Morris 15.12.2007

[text only] [mobil]
derStandard.at/Wissenschaft
NEWSROOM Politik Investor Web Sport Panorama Etat Kultur Wissenschaft
LIVINGROOM Mensch Natur Raum Technik Welt Zeit Zoom
10. Juli 2007
16:55
Suchen nach: in: Sitesearch
derStandard.at | Wissenschaft | Welt | Forschung Spezial

Zusammenhänge im Netz finden

Semantische Technologien stehen im Mittelpunkt eines neuen Förderprogramms

Gewisse Wortkreationen könnten auch User überraschen, die schon von der IT-Industrie einiges gewohnt sind. "Information Diffusion Across Interactive Online Media" alias "Idiom" ist aber auch kein unbedingt alltägliches Projekt. Hier entwickeln Forscher der TU Graz und der WU Wien zusammen mit Gentics Software, Prisma Solutions und Austria.info Systems neue Zugänge zu Internetinhalten.

"Ziel ist es, dem Benutzer ein Werkzeug zu geben, mit dem er Themen- und Informationsströme im Web gezielt beobachten kann", sagt Albert Weichselbraun vom Forschungsinstitut für Rechenintensive Methoden der WU Wien. Über eng verbundene Visualisierungen kann der User etwa die Popularität von Umweltthemen, Produkten oder Politparteien verfolgen. Infos stehen durch Links zu den Texten bereit, verwandte Themen werden mitgeliefert. Artikel, die im Naheverhältnis zueinander stehen, erscheinen dazu auf geografischen und semantischen Karten.

Außerdem kann das System automatisch Publikationen identifizieren, die besonders positiv oder negativ über Sachverhalte berichten. Ein Prototyp zum Thema Klimawandel ist auf www.ecoresearch.net/climate zu finden. Idiom wird mit einer halben Million Euro vom Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie (BMVIT) innerhalb des Programmes FIT-IT Semantic Systems gefördert. "Durch explosiv wachsende Datenmengen wird der Ruf nach Lösungen zur automatischen Bewältigung immer lauter. Systeme, die Daten eigenständig aufgrund ihrer Bedeutung klassifizieren und verarbeiten können, sind deshalb ein technologisches Muss der nächsten Jahre", sagt Georg Niklfeld vom Programmabwickler FFG (Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft).

Solche Zukunftsarbeit leistete unter anderem das Projekt "NextWrap": Hier verfolgten TU Wien, TU Graz sowie Lixto Software das Anliegen, die so genannten "Wrappertechnologien" auf die nächste Ebene zu bringen. "Wrapper" sind Programme, die aus relativ unstrukturierten Webseiten strukturierte Fakten extrahieren können. "Damit kann das Internet wie eine große Datenbank benutzt werden. Fakten wie Preise oder Flüge lassen sich strukturiert in einem Datawarehouse ablegen und dann analysieren, um beispielsweise tagesaktuellen Marktüberblick zu erhalten", erklärt Robert Baumgartner, Lektor am Institut für Informationssysteme der TU Wien.

Ein Beispiel ist die Metasuche nach Hotels auf der Seite der Österreich Werbung (austria.info). Daten werden von den Homepages der jeweiligen Portale geholt und für den User aufbereitet. Zusätzliche Infrastruktur betreffend Datenaustausch ist daher auch nicht mehr notwendig. Im Gegensatz zu traditionellen Suchmaschinen geht es bei der Datenextraktion um Fakten in den betreffenden Sites selbst, nicht um eine Kategorisierung oder die Relevanz von Dokumenten.

Wissensintensiv

Dyonipos (Dynamic Ontology based Integrated Process Optimisation) ist schließlich eine von FIT-IT geförderte Idee, die das Know-Center Graz, HP Austria, TU Graz und m2n – consulting und development umsetzen. "Es geht um Unterstützung wissensintensiver Geschäftsprozesse in Firmen durch semantische Technologien", sagt Michael Granitzer, Division Manager des Know-Center Graz. "Durch Analyse der Eingaben kann erkannt werden, ob der Anwender gerade ein Dokument bearbeitet oder sich im Internet zu einem Thema schlau macht. Dyonipos sucht im Unternehmen dann automatisch nach ergänzender Information. Durch die Analyse der Tätigkeiten einzelner Mitarbeiter können außerdem Engstellen im Betrieb betreffend den Wissensfluss festgestellt und behoben werden."

Jetzt steht der vierte Call in Sachen Semantic Systems offen. Das Fördervolumen beträgt dabei rund drei Millionen Euro (vorbehaltlich der Freigabe des Förderbudgets und der förderrechtlichen Grundlagen). Geplante Deadline für Einreichungen ist der 23. Juli, 12.00 Uhr. Entscheidungen werden im September mitgeteilt. Niklfeld: "Diesmal gibt es zusätzlich einen Impuls in Richtung Lösungen, die mit einem Blick auf spätere Volumenmärkte und Anwendungen in Großsystemen gestaltet sind. Irgendwann muss jede neue Informations-Technologie auch den Schritt in die kommerzielle Verwertung schaffen." (pren/(Der Standard, Print-Ausgabe, 11.7. 2007)

posten mailen drucken

© derStandard.at
2007

11. Juni 2007, 15:14 Uhr

KLIMAWANDEL

Ein trockenes Thema anschaulich gemacht

Der Klimawandel und seine Folgen sind rund um den Erdball das Thema. Doch wer weiß in Deutschland schon, was dazu in Australien in der Zeitung steht? Oder wie kontrovers in Kanada die Einführung des klimafreundlichen 100-km/h-Tempolimits auf Highways diskutiert wird?

Der virtuelle Wissens-Globus zeigt, was weltweit zum Thema Klimawandel in der Zeitung steht. Auf www.ecoresearch.net kann man sich jetzt ein Bild davon machen. Hier werden internationale Medienberichte zur globalen Erwärmung gezeigt – anschaulich auf einer Wissenslandkarte mit Bergen und Tälern.

Viele Internetseiten nutzen Geobrowser wie Google Earth oder Nasa World Wind, um umfangreiche Archive von Dokumenten überschaubarer zu machen. Häufig vorkommende Themen werden dabei als Gebirgsmassiv, weniger diskutierte Inhalte als Täler dargestellt. Beim „Digital Earth 3D Visualization Contest" im amerikanischen Berkeley wurde am 7. Juni der Prototyp eines neuen Online-Portals ausgezeichnet.

SCHLAGWORTE
Klimwandel Weltkarte Nasa

Mit ihrer nutzerfreundlichen Arbeit haben die Wissenschaftler der TU Graz und der WU Wien eine frei zugängliches Seite entwickelt, die Artikel amerikanischer Medien zum Klimawandel sammelt und visuell aufbereitet. Dazu beobachten die Forscher softwaregestützt bis zu 200.000 Texte pro Woche. Aus dieser Masse an Material werden dann zwischen 5000 und 10.000 Umwelt-Artikel ausgewählt und in eine Datenbank eingespeist. „Aus diesen Informationen berechnen wir unsere Wissenslandkarten", so Projektleiter Arno Scharl vom Institut für Wissensmanagement der TU Graz.

Neben Wissenslandkarten präsentiert das System inhaltlich und geographisch verwandte Dokumente. Außerdem erlaubt es, gezielt nach Zitaten zu suchen. In Zukunft soll das Portal die Kommunikation zwischen Wissenschaftlern, Entscheidungsträgern und interessierter Öffentlichkeit verbessern.

BA

TOP-THEMA: PSYCHOLOGIE

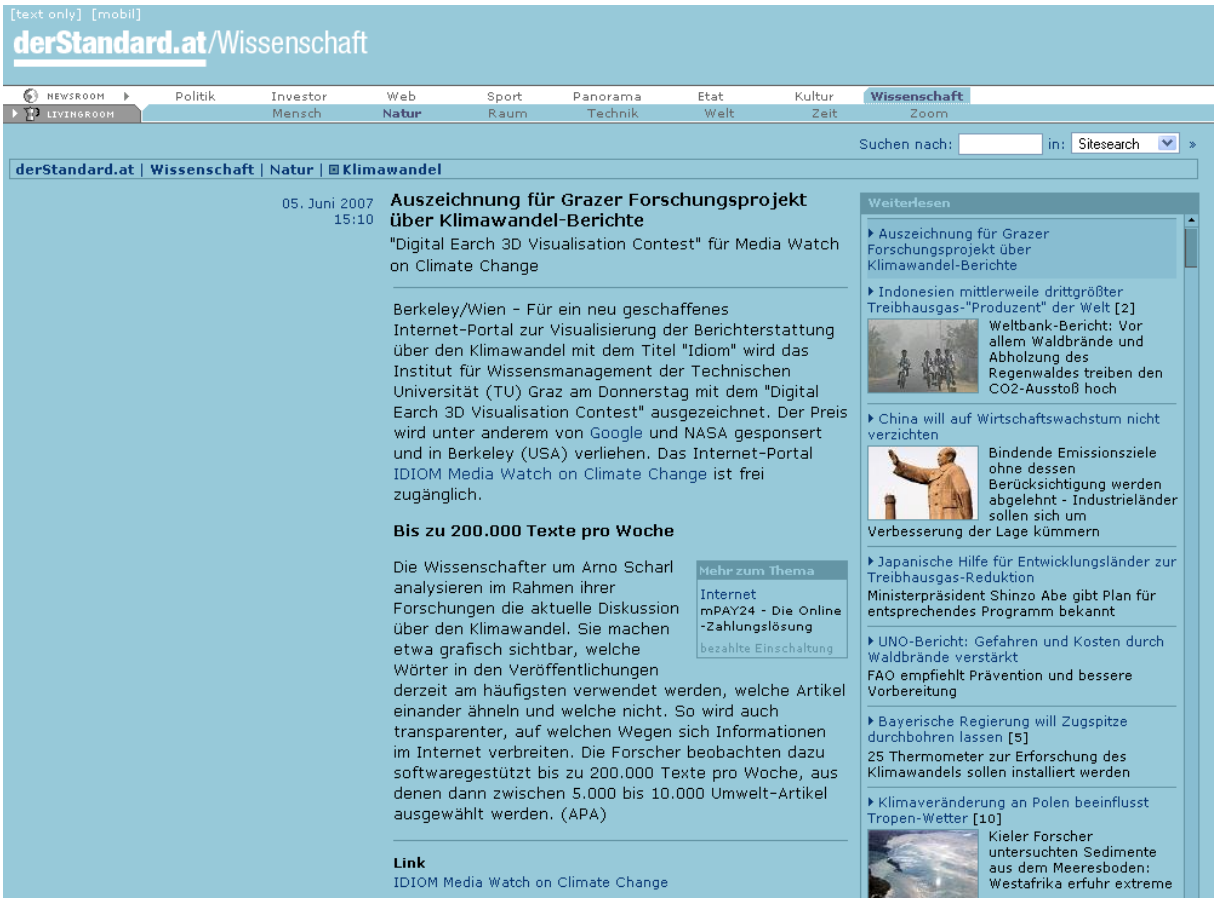
Niedlich ist, was uns ähnelt
Warum fast alle Tierkinder niedlich finden, hat einen simplen Grund: Sie erwecken die Assoziation mit einem Kleinkind. Kulleraugen, Stupsnase und Pausbäckchen sind typische Zeichen. Das Kindchenschema gilt als einer der wichtigsten Schlüsselreize des Menschen und hat eine lebenswichtige Aufgabe.

VON HELLA MÖHRING mehr

GÜRTLERS GESAMMELTE GRÜTZE
Im Jahr 1794 richteten deutschstämmige Siedler aus Virginia eine Petition an den US-Kongress. Sie forderten, dass bestimmte Bundesverordnungen ins Deutsche übersetzt und auch auf deutsch veröffentlicht werden sollten. Die Petition wurde von einem Ausschuss des Kongresses mit nur einer Stimme Mehrheit abgelehnt.

mehr Grütze

AON.AT
TELEKOM.AT
BUSINESS KUNDEN
Home
mehr aon. mehr möglichkeiten.
Suche
GO
Mein aon
Produkte
Themen
Mein aon LOGIN
Login Name
Passwort
» Registrierung
» Passwort vergessen?
» Newsletteranmeldung
Vorteilswelt
» Webmail
» Online Statistik
Foren, Chat & Blogs
Wetten & Gewinnen
Fotocenter
Klicken & Finden
Musikdownload
Gamesdownload
Softwaredownload
E-Mail & SMS
Meine Einstellungen
aon » DigitalTV
» aon.tv
» Shop
» Love.at
» Business
EURO2008
Letzte Meldungen » British Airways streicht alle Londonflüge
Bei Umfrage teilnehmen und gewinnen!
Geo-Plattformen in den verschiedensten Ausrichtungen erleben derzeit einen wahren Boom. Ihre Meinung ist dazu gefragt. Nehmen Sie an der Online-Umfrage teil und gewinnen Sie ein Navigationssystem!
PRODUKTFINDER
Sie suchen das passende Produkt für Internet oder Festnetz?
PRODUKT SUCHEN »
AUS DER WERBUNG
€ 9,90 pro Monat
Ein Leben lang ab € 9,90 pro Monat
STARMANIA
GEWINNE DEIN PRIVATKONZERT
» Gewinnspiel Der Starmania-Sieger singt für dich & deine Freunde!
AGBs | Impressum | Copyright & Datenschutz | Fragen & Antworten | Kontakt
Newsletter | Sitemap


[text only] [mobil]
derStandard.at/Wissenschaft
NEWSROOM
LIVINGROOM
Politik
Investor
Web
Sport
Panorama
Etat
Kultur
Wissenschaft
Mensch
Natur
Raum
Technik
Welt
Zeit
Zoom
Suchen nach:
in:
Sitesearch
derStandard.at | Wissenschaft | Natur | Klimawandel
05. Juni 2007
15:10
Auszeichnung für Grazer Forschungsprojekt über Klimawandel-Berichte
"Digital Earch 3D Visualisation Contest" für Media Watch on Climate Change
Berkeley/Wien - Für ein neu geschaffenes Internet-Portal zur Visualisierung der Berichterstattung über den Klimawandel mit dem Titel "Idiom" wird das Institut für Wissensmanagement der Technischen Universität (TU) Graz am Donnerstag mit dem "Digital Earch 3D Visualisation Contest" ausgezeichnet. Der Preis wird unter anderem von Google und NASA gesponsert und in Berkeley (USA) verliehen. Das Internet-Portal IDIOM Media Watch on Climate Change ist frei zugänglich.
Bis zu 200.000 Texte pro Woche
Die Wissenschafter um Arno Scharl analysieren im Rahmen ihrer Forschungen die aktuelle Diskussion über den Klimawandel. Sie machen etwa grafisch sichtbar, welche Wörter in den Veröffentlichungen derzeit am häufigsten verwendet werden, welche Artikel einander ähneln und welche nicht. So wird auch transparenter, auf welchen Wegen sich Informationen im Internet verbreiten. Die Forscher beobachten dazu softwaregestützt bis zu 200.000 Texte pro Woche, aus denen dann zwischen 5.000 bis 10.000 Umwelt-Artikel ausgewählt werden. (APA)
Mehr zum Thema
Internet
mPAY24 - Die Online -Zahlungslösung
bezahlte Einschaltung
Link
IDIOM Media Watch on Climate Change
Weiterlesen
Auszeichnung für Grazer Forschungsprojekt über Klimawandel-Berichte
Indonesien mittlerweile drittgrößter Treibhausgas-"Produzent" der Welt [2]
Weltbank-Bericht: Vor allem Waldbrände und Abholzung des Regenwaldes treiben den CO2-Ausstoß hoch
China will auf Wirtschaftswachstum nicht verzichten
Bindende Emissionsziele ohne dessen Berücksichtigung werden abgelehnt - Industrieländer sollen sich um Verbesserung der Lage kümmern
Japanische Hilfe für Entwicklungsländer zur Treibhausgas-Reduktion
Ministerpräsident Shinzo Abe gibt Plan für entsprechendes Programm bekannt
UNO-Bericht: Gefahren und Kosten durch Waldbrände verstärkt
FAO empfiehlt Prävention und bessere Vorbereitung
Bayerische Regierung will Zugspitze durchbohren lassen [5]
25 Thermometer zur Erforschung des Klimawandels sollen installiert werden
Klimaveränderung an Polen beeinflusst Tropen-Wetter [10]
Kieler Forscher untersuchten Sedimente aus dem Meeresboden: Westafrika erfuhr extreme

APA ZUKUNFTWISSEN

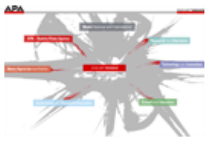
» Metasuche | Home ‹ FTI & Wissenschaft ‹ Top News | » Login

FTI & Wissenschaft
Schule & Bildung
Kunst & Kultur

Termine
Links

Einsenden
Kontakt

Über APA-ZukunftWissen
Impressum



APA-ZukunftWissen
Österreichs Netzwerk für Wissenschaft, Bildung, Technologie & Innovation

specialfeature
Austrian R&D inside

Scientists, researchers, researchs promoters and politicans are part of [...]

specialfeature
Mit Freud durchs Jahr 2006

150 Jahre wäre Sigmund Freud in diesem Jahr geworden. Zum Jubiläum [...]

specialfeature
Gateway zum neuen Haus der Forschung

FFG, FWF, CDG, ACR und Joanneum Research teilen sich seit kurzem ein Dach [...]

fti und wissenschaft — top news

Forscher untersuchen Online-Infos

apa/epa

Graz (APA) - Technologien, die die Bedeutung von Informationen im Internet untersuchen und diese mit Wissenslandkarten und geographischen Schnittstellen koppeln, stehen im Mittelpunkt des Projektes "Idiom" (Information Diffusion Across Interactive Online Media), das Anfang Dezember startete. Die Rolle von Usern als Konsumenten und Produzenten steht bei der zweijährigen Forschungsinitiative von Wissenschaftern der WU Wien und der TU Graz ebenso im Mittelpunkt.

"Wir entwickeln Werkzeuge für die Erstellung und Wartung komplexer Informationsräume, die für die Entwicklung neuer Internet-Technologien höchste Relevanz haben", erklärte Projektleiter Arno Scharl vom Institut für Wissensmanagement der TU Graz. Im Gegensatz zu anderen Projekten auf dem Gebiet spielt hier die duale Rolle von Benutzern als Konsumenten und Produzenten von Inhalten eine wichtige Rolle. "Wir analysieren auch, wie Benutzer bestimmte Visualisierungsformen und geographische Dienste annehmen und welchen Einfluss elektronische Inhalte auf die öffentliche Meinung haben."

Virtueller Zusammenarbeit unterstützen

"Unsere Werkzeuge sollen die duale Rolle im Zuge virtueller Zusammenarbeit optimal unterstützen. Geographische Systeme wie Google Earth oder NASA World Wind eignen sich dazu hervorragend. So können diese nicht nur benutzt werden, um natürliche Vorgänge wie den Hurrikan 'Kathrina' oder menschliches Verhalten wie Verkehrsinformation und Stauwarnungen abzubilden. Auch Dokumente können geographisch positioniert - etwa die Ankündigung eines Konzerts in Wien - oder statistisches Material veranschaulicht werden, z.B. die jährlichen CO2-Emissionen pro Land", so Scharl. "Idiom" will auf diesem Weg Plattformen wie Google Earth "zweckentfremden", um Wissenslandskarten anzubieten.

Anhand zweier Beispiele sollen die Werkzeuge der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden, um eine große Anzahl von User-Interaktionen zu erhalten. Das soll einerseits durch eine Kooperationsplattform - mit Nachrichten, Diskussionsforen, Umfragen, Simulationen u. ä. - zum Thema Klimawandel in Kooperation mit der NASA, der Universität Oxford, dem Umweltbundesamt sowie dem World Wide Fund for Nature (WWF) geschehen.

Das zweite Thema stellt Tourismus dar. Hier verbinden die Forscher - u.a. durch Unterstützung der Austria.info Systems GmbH-Suchmaschine - Wissenslandkarten und geographische Dienste. So können Nutzer z.B. Weintourismus über eine Österreichkarte abrufen und bekommen dazu Themen als Berg oder Tal in einer Wissenslandkarte dazu. "Idiom" wird vom Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie und von der Forschungsförderungsgesellschaft (FFG) mit rund einer halben Mio. Euro unterstützt.

Service: Weitere Infos sind online unter http://www.idiom.at abrufbar.

© APA - Austria Presse Agentur reg.GenmbH. Alle Rechte vorbehalten. Die Meldungen dürfen ausschließlich für den privaten Eigenbedarf verwendet werden - d. h. Veröffentlichung, Weitergabe und Abspeicherung ist nur mit Genehmigung der APA möglich. Sollten Sie Interesse an einer weitergehenden Nutzung haben, wenden Sie sich bitte an Tel. ++43-1/36060-5750 oder an zukunftwissen@apa.at.

topthema
Heimische Industrie setzt auf das Internet

Die Bedeutung von Internettechnologien für die Wirtschaft steigt. Neben klassisch IT-affinen Unternehmen wie Amazon, [...]

im **portrait**
Reinhard Posch
Professor für Informatik an der TU Graz

termin aktuell
"Aufs Bild gebracht - ein visueller Zugang zur Mathematik"
Vortrag von Peter Markowich im Rahmen der Reihe "Der FWF im math.space"
07.12.2006, 19:00
math.space, Museumsplatz 1, Ovaltrakt e-5.4, 1070 Wien
Weitere Informationen:
www.fwf.ac.at/de/News/r

medientipp
Achtung Eisbären!
Auf der Wrangelinsel zwischen Sibirien und Alaska lebt ein russischer Biologe zeitweise mit rund 300 Polarbären zusammen.
05.12. / WDR, 20:15 Uhr

fördertipp
7. EU-Forschungsprogramm
FFG/EU

zitat der woche
Dirk Pilat, Leiter der OECD-Abteilung Wissenschaft und Technologie
"Österreich ist auf dem Weg, vom Technologienehmer zu einer technologieintensiven Wirtschaft zu werden."

KLEINE ZEITUNG Steiermark

Benutzername | Hilfe
Passwort | Anmelden
Neu registrieren
106934 Mitglieder | 213 online
Zur Kärnten-Ausgabe wechseln
05. Dezember 2006 15:09

Nachrichten
Sport
Region
Ennstal
Graz
Hartbergerland
Leoben
Murtal
Mürztal
Süd & Südwest
Südoststeier
Weiz
Weststeier
Freizeit & Wellness
Events & Tickets
Kino & Filme
Lokale & Rezepte
Auto & Motor
Immo & Wohnen
Job & Karriere
Multimedia
Video
Leser-Reporter
Horoskop
Meine Kleine Weblogs
Ombudsmann
Spielen & Gewinnen
TV-Programm
Wetter
Flirtzone
Partnersuche
Aboangebote
Kiosk
Tarif & Mediadaten
Vorteilsclub
Aboservice
E-Paper & Archiv

Startseite > Graz

05.12.2006 11:51

Grazer Forscher untersuchen Online-Infos und User-Rollen

Zweijährige Initiative "Idiom" der WU Wien und TU Graz in Kooperation mit der NASA startete Anfang Dezember.

Technologien, die die Bedeutung von Informationen im Internet untersuchen und diese mit Wissenslandkarten und geographischen Schnittstellen koppeln, stehen im Mittelpunkt des Projektes "Idiom" (Information Diffusion Across Interactive Online Media), das Anfang Dezember startete. Die Rolle von Usern als Konsumenten und Produzenten steht bei der zweijährigen Forschungsinitiative von Wissenschaftern der WU Wien und der TU Graz ebenso im Mittelpunkt.

Konsumenten. "Wir entwickeln Werkzeuge für die Erstellung und Wartung komplexer Informationsräume, die für die Entwicklung neuer Internet-Technologien höchste Relevanz haben", erklärte Projektleiter Arno Scharl vom Institut für Wissensmanagement der TU Graz. Im Gegensatz zu anderen Projekten auf dem Gebiet spielt hier die duale Rolle von Benutzern als Konsumenten und Produzenten von Inhalten eine wichtige Rolle. "Wir analysieren auch, wie Benutzer bestimmte Visualisierungsformen und geographische Dienste annehmen und welchen Einfluss elektronische Inhalte auf die öffentliche Meinung haben."

Plattformen. "Unsere Werkzeuge sollen die duale Rolle im Zuge virtueller Zusammenarbeit optimal unterstützen. Geographische Systeme wie Google Earth oder NASA World Wind eignen sich dazu hervorragend. So können diese nicht nur benutzt werden, um natürliche Vorgänge wie den Hurrikan 'Kathrina' oder menschliches Verhalten wie Verkehrsinformation und Stauwarnungen abzubilden. Auch Dokumente können geographisch positioniert - etwa die Ankündigung eines Konzerts in Wien - oder statistisches Material veranschaulicht werden, z.B. die jährlichen CO2-Emissionen pro Land", so Scharl. "Idiom" will auf diesem Weg Plattformen wie Google Earth "zweckentfremden", um Wissenslandskarten anzubieten.

Drucken | Versenden | Zurück

Mehr Graz
- Magna verliert mit Mercedes 500 Jobs
- Zwei Gelddiebe in der Steiermark ausg...
- Drogendealer und Autoschieber in Spie...
- 30.000 Euro Schaden bei Brand in Graz
- Hauptschulen schöpfen aus Krise neue ...

Babys

Die Grazer Babys

Babyweblogs
- Die neuen Erden-bürger unserer User

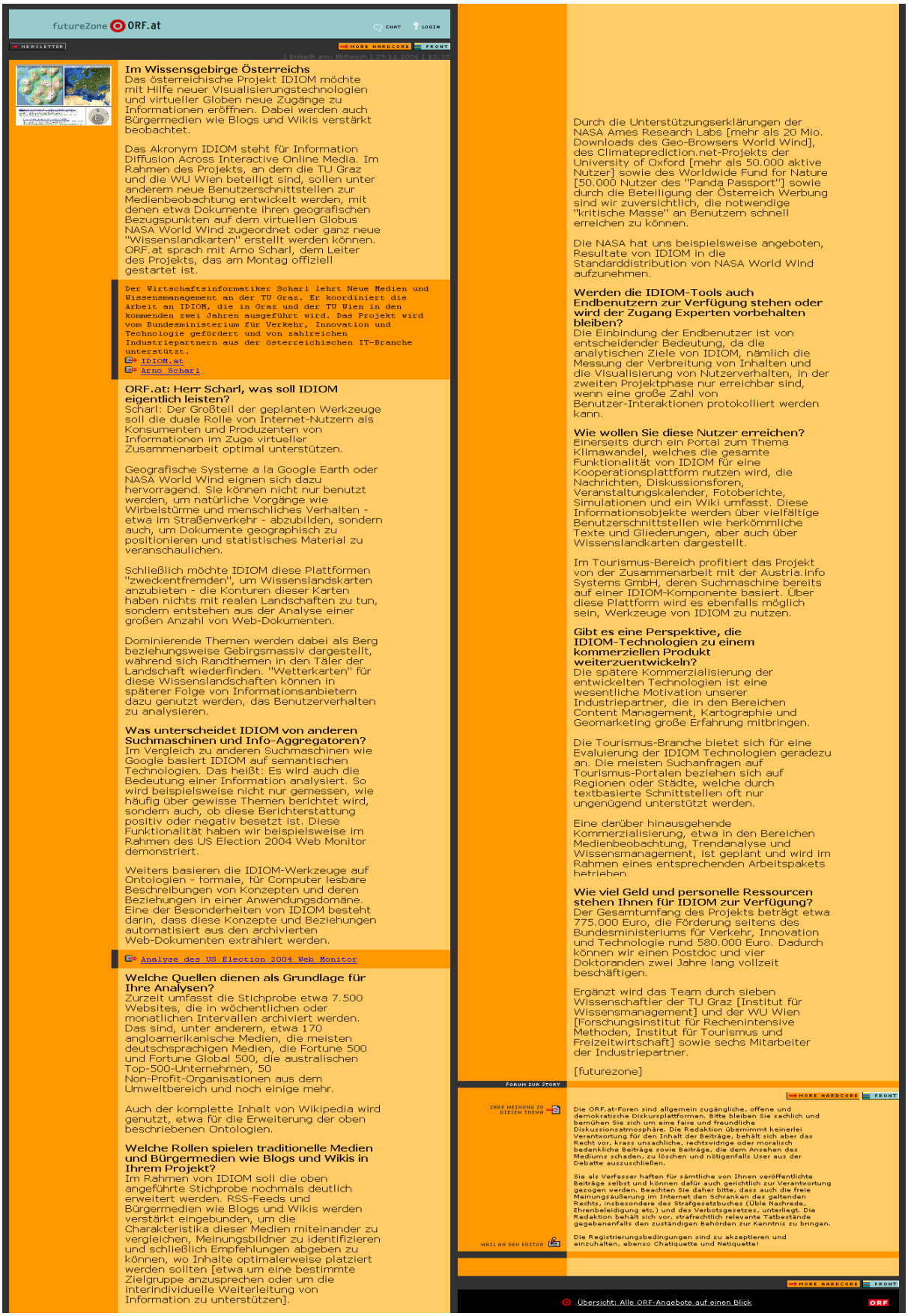
Rückblicke

Schlagerklänge unterm Uhrturm: Musikantenstadl
Mehr
- Stadl-Video aus Graz
- Geisha & Co: Japanisches Festival

WERBUNG

Videos & Fotos

Toni Polster präsentierte sein neues Buch in Graz
- "Gruselige" Fotos vom Lordi-Konzert
- Heinz Fischer-Signierstunde
- Eröffnung der neuen Disco "Package"



futureZone ORF.at

CHAT LOGIN

NEWSLETTER MORE HARDCORE FRONT

Erstellt am: Mittwoch | 29.11.2006 | 13:52

Im Wissensgebirge Österreichs
Das österreichische Projekt IDIOM möchte mit Hilfe neuer Visualisierungstechnologien und virtueller Globen neue Zugänge zu Informationen eröffnen. Dabei werden auch Bürgermedien wie Blogs und Wikis verstärkt beobachtet.

Das Akronym IDIOM steht für Information Diffusion Across Interactive Online Media. Im Rahmen des Projekts, an dem die TU Graz und die WU Wien beteiligt sind, sollen unter anderem neue Benutzerschnittstellen zur Medienbeobachtung entwickelt werden, mit denen etwa Dokumente ihren geografischen Bezugspunkten auf dem virtuellen Globus NASA World Wind zugeordnet oder ganz neue "Wissenslandkarten" erstellt werden können. ORF.at sprach mit Arno Scharl, dem Leiter des Projekts, das am Montag offiziell gestartet ist.

Der Wirtschaftsinformatiker Scharl lehrt Neue Medien und Wissensmanagement an der TU Graz. Er koordiniert die Arbeit an IDIOM, die in Graz und der TU Wien in den kommenden zwei Jahren ausgeführt wird. Das Projekt wird vom Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie gefördert und von zahlreichen Industriepartnern aus der österreichischen IT-Branche unterstützt.

IDIOM.at
Arno Scharl

ORF.at: Herr Scharl, was soll IDIOM eigentlich leisten?
Scharl: Der Großteil der geplanten Werkzeuge soll die duale Rolle von Internet-Nutzern als Konsumenten und Produzenten von Informationen im Zuge virtueller Zusammenarbeit optimal unterstützen.

Geografische Systeme a la Google Earth oder NASA World Wind eignen sich dazu hervorragend. Sie können nicht nur benutzt werden, um natürliche Vorgänge wie Wirbelstürme und menschliches Verhalten - etwa im Straßenverkehr - abzubilden, sondern auch, um Dokumente geographisch zu positionieren und statistisches Material zu veranschaulichen.

Schließlich möchte IDIOM diese Plattformen "zweckentfremden", um Wissenslandskarten anzubieten - die Konturen dieser Karten haben nichts mit realen Landschaften zu tun, sondern entstehen aus der Analyse einer großen Anzahl von Web-Dokumenten.

Dominierende Themen werden dabei als Berg beziehungsweise Gebirgsmassiv dargestellt, während sich Randthemen in den Täler der Landschaft wiederfinden. "Wetterkarten" für diese Wissenslandschaften können in späterer Folge von Informationsanbietern dazu genutzt werden, das Benutzerverhalten zu analysieren.

Was unterscheidet IDIOM von anderen Suchmaschinen und Info-Aggregatoren?
Im Vergleich zu anderen Suchmaschinen wie Google basiert IDIOM auf semantischen Technologien. Das heißt: Es wird auch die Bedeutung einer Information analysiert. So wird beispielsweise nicht nur gemessen, wie häufig über gewisse Themen berichtet wird, sondern auch, ob diese Berichterstattung positiv oder negativ besetzt ist. Diese Funktionalität haben wir beispielsweise im Rahmen des US Election 2004 Web Monitor demonstriert.

Weiters basieren die IDIOM-Werkzeuge auf Ontologien - formale, für Computer lesbare Beschreibungen von Konzepten und deren Beziehungen in einer Anwendungsdomäne. Eine der Besonderheiten von IDIOM besteht darin, dass diese Konzepte und Beziehungen automatisiert aus den archivierten Web-Dokumenten extrahiert werden.

Analyse des US Election 2004 Web Monitor

Welche Quellen dienen als Grundlage für Ihre Analysen?
Zurzeit umfasst die Stichprobe etwa 7.500 Websites, die in wöchentlichen oder monatlichen Intervallen archiviert werden. Das sind, unter anderem, etwa 170 angloamerikanische Medien, die meisten deutschsprachigen Medien, die Fortune 500 und Fortune Global 500, die australischen Top-500-Unternehmen, 50 Non-Profit-Organisationen aus dem Umweltbereich und noch einige mehr.

Auch der komplette Inhalt von Wikipedia wird genutzt, etwa für die Erweiterung der oben beschriebenen Ontologien.

Welche Rollen spielen traditionelle Medien und Bürgermedien wie Blogs und Wikis in Ihrem Projekt?
Im Rahmen von IDIOM soll die oben angeführte Stichprobe nochmals deutlich erweitert werden. RSS-Feeds und Bürgermedien wie Blogs und Wikis werden verstärkt eingebunden, um die Charakteristika dieser Medien miteinander zu vergleichen, Meinungsbildner zu identifizieren und schließlich Empfehlungen abgeben zu können, wo Inhalte optimalerweise platziert werden sollten [etwa um eine bestimmte Zielgruppe anzusprechen oder um die interindividuelle Weiterleitung von Information zu unterstützen].

Durch die Unterstützungserklärungen der NASA Ames Research Labs [mehr als 20 Mio. Downloads des Geo-Browsers World Wind], des Climateprediction.net-Projekts der University of Oxford [mehr als 50.000 aktive Nutzer] sowie des Worldwide Fund for Nature [50.000 Nutzer des "Panda Passport"] sowie durch die Beteiligung der Österreich Werbung sind wir zuversichtlich, die notwendige "kritische Masse" an Benutzern schnell erreichen zu können.

Die NASA hat uns beispielsweise angeboten, Resultate von IDIOM in die Standarddistribution von NASA World Wind aufzunehmen.

Werden die IDIOM-Tools auch Endbenutzern zur Verfügung stehen oder wird der Zugang Experten vorbehalten bleiben?
Die Einbindung der Endbenutzer ist von entscheidender Bedeutung, da die analytischen Ziele von IDIOM, nämlich die Messung der Verbreitung von Inhalten und die Visualisierung von Nutzerverhalten, in der zweiten Projektphase nur erreichbar sind, wenn eine große Zahl von Benutzer-Interaktionen protokolliert werden kann.

Wie wollen Sie diese Nutzer erreichen?
Einerseits durch ein Portal zum Thema Klimawandel, welches die gesamte Funktionalität von IDIOM für eine Kooperationsplattform nutzen wird, die Nachrichten, Diskussionsforen, Veranstaltungskalender, Fotoberichte, Simulationen und ein Wiki umfasst. Diese Informationsobjekte werden über vielfältige Benutzerschnittstellen wie herkömmliche Texte und Gliederungen, aber auch über Wissenslandkarten dargestellt.

Im Tourismus-Bereich profitiert das Projekt von der Zusammenarbeit mit der Austria.info Systems GmbH, deren Suchmaschine bereits auf einer IDIOM-Komponente basiert. Über diese Plattform wird es ebenfalls möglich sein, Werkzeuge von IDIOM zu nutzen.

Gibt es eine Perspektive, die IDIOM-Technologien zu einem kommerziellen Produkt weiterzuentwickeln?
Die spätere Kommerzialisierung der entwickelten Technologien ist eine wesentliche Motivation unserer Industriepartner, die in den Bereichen Content Management, Kartographie und Geomarketing große Erfahrung mitbringen.

Die Tourismus-Branche bietet sich für eine Evaluierung der IDIOM Technologien geradezu an. Die meisten Suchanfragen auf Tourismus-Portalen beziehen sich auf Regionen oder Städte, welche durch textbasierte Schnittstellen oft nur ungenügend unterstützt werden.

Eine darüber hinausgehende Kommerzialisierung, etwa in den Bereichen Medienbeobachtung, Trendanalyse und Wissensmanagement, ist geplant und wird im Rahmen eines entsprechenden Arbeitspakets betrieben.

Wie viel Geld und personelle Ressourcen stehen Ihnen für IDIOM zur Verfügung?
Der Gesamtumfang des Projekts beträgt etwa 775.000 Euro, die Förderung seitens des Bundesministeriums für Verkehr, Innovation und Technologie rund 580.000 Euro. Dadurch können wir einen Postdoc und vier Doktoranden zwei Jahre lang vollzeit beschäftigen.

Ergänzt wird das Team durch sieben Wissenschaftler der TU Graz [Institut für Wissensmanagement] und der WU Wien [Forschungsinstitut für Rechenintensive Methoden, Institut für Tourismus und Freizeitwirtschaft] sowie sechs Mitarbeiter der Industriepartner.

[futurezone]

FORUM ZUR STORY

MORE HARDCORE FRONT

IHRE MEINUNG ZU DIESEM THEMA

Die ORF.at-Foren sind allgemein zugängliche, offene und demokratische Diskursplattformen. Bitte bleiben Sie sachlich und bemühen Sie sich um eine faire und freundliche Diskussionsatmosphäre. Die Redaktion übernimmt keinerlei Verantwortung für den Inhalt der Beiträge, behält sich aber das Recht vor, krass unsachliche, rechtswidrige oder moralisch bedenkliche Beiträge sowie Beiträge, die dem Ansehen des Mediums schaden, zu löschen und nötigenfalls User aus der Debatte auszuschließen.

Sie als Verfasser haften für sämtliche von Ihnen veröffentlichte Beiträge selbst und können dafür auch gerichtlich zur Verantwortung gezogen werden. Beachten Sie daher bitte, dass auch die freie Meinungsäußerung im Internet den Schranken des geltenden Rechts, insbesondere des Strafgesetzbuches (Üble Nachrede, Ehrenbeleidigung etc.) und des Verbotsgesetzes, unterliegt. Die Redaktion behält sich vor, strafrechtlich relevante Tatbestände gegebenenfalls den zuständigen Behörden zur Kenntnis zu bringen.

Die Registrierungsbedingungen sind zu akzeptieren und einzuhalten, ebenso Chatiquette und Netiquette!

MAIL AN DEN EDITOR

MORE HARDCORE FRONT

Übersicht: Alle ORF-Angebote auf einen Blick

ORF

MITTWOCH, 6. DEZEMBER 2006 FORSCHUNG SPEZIAL DER STANDARD 15

Der Planet des Wissens

Österreichische Wissenschafter beschäftigen sich in den kommenden zwei Jahren damit, das Internet noch besser zu machen. Sie wollen erkunden, wie im WWW Informationen dargestellt werden können, damit die Suche nach Zusammenhängen einfacher wird.

Auf Basis von Geo-Browsern soll ein Wissensplanet entstehen, mit dessen Hilfe man zum Beispiel Kooperationen unter Klimaforschern besser einfädeln könnte.
Illustration: APA

Johannes Klostermeier

Am 1. Dezember fiel der Startschuss für das Projekt IDIOM. Die Abkürzung steht für Information Diffusion Across Interactive Online Media. Das Team aus Forschern von der Wirtschaftsuniversität Wien (WU) und der TU Graz sowie Mitarbeitern von Industriepartnern, das dahinter steht, möchte zum einen die Suche im Internet durch neue visuelle Schnittstellen vereinfachen. „Wir wollen im Internet kontextvisualisierte Aktionsräume schaffen", sagt Arno Scharl, Professor für Neue Medien und Wissensmanagement am Institut für Wissensmanagement der TU Graz.

Zum anderen wollen sie herausfinden, wie sich Informationen im Internet verteilen und ausbreiten. „Wie kann man im Netz am besten Informationen verbreiten", lautet die Forscherfrage.

Um das mit mehr als einer halben Million Euro vom Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie und der Forschungsförderungsgesellschaft (FFG) im Rahmen der FIT-IT-Förderung unterstützte Projekt besser zu verstehen, müsste man eigentlich die dreidimensionalen Wissenslandkarten vor sich sehen und selber ausprobieren. Noch ist es aber nicht so weit. Deshalb wollen die Wissenschafter ihr Projekt anhand von zwei Praxisbeispielen verdeutlichen.

Das erste stammt aus der Tourismus-Branche. Dabei hilft WU-Professor Karl Wöber vom Institut für Tourismus und Freizeitwirtschaft mit seinem Wissen.

„Wir wollen die Informationssuche um geografische Merkmale („Geospatial Web") erweitern", sagt Wöber. Web-Inhalte können dann auch auf andere Weise als gewohnt präsentiert werden. Gesuchte Inhalte etwa zum Weintourismus könnten die Nutzer abrufen, indem sie mit der Maus über eine Österreichkarte wandern und auf einzelne Regionen klicken.

Es gibt aber auch noch eine Darstellungsweise, die das Team als „semantische" bezeichnet. Hier stellt der Computer auf einer Website zu einem Bereich alle populären und viel diskutierten Themen als Berg oder Gebirgsmassiv dar. Wenig beachtete Themen finden sich hingegen in den Tälern der Informationslandschaft wieder. So wird das Wichtige auf einen Blick deutlich. Zusammenhänge werden sichtbar.

Mehr Zusammenarbeit

Das zweite Beispiel stammt aus dem Umweltbereich und wird sich den Auswirkungen des Klimawandels widmen. Arno Scharl, Professor für Neue Medien und Wissensmanagement am Institut für Wissensmanagement der TU Graz, ist hier zuständig. Seine Vision: „Ein frei zugängliches Internet-Portal soll die Zusammenarbeit von Wissenschaftern und Entscheidungsträgern in Politik und Wirtschaft, von Non-Profit-Organisationen und der Öffentlichkeit fördern."

Es soll zusammen mit der amerikanischen Raumfahrtbehörde NASA, der Universität Oxford, dem Umweltbundesamt und dem WWF realisiert werden. Wissenslandkarten – so genannte „Wissensplaneten – auf Basis von Geo-Browsern wie NASA World Wind, Google Earth und MS Virtual Earth sollen einen benutzerfreundlicheren Zugang zu den Inhalten ermöglichen. „Auf einer Landkarte könnte man etwa sehen, wo die wichtigsten Klimaforscher wohnen."

Da das Internet bisher keine geografischen Daten und kaum inhaltliche Beschreibungen kennt, schreiben die Wissenschafter Programme, damit die „dumme Maschine" den Web-Inhalten automatisch Bedeutung zuordnen kann – das „Tagging."

Wenn Automaten Suchaufgaben übernehmen oder Daten austauschen, die Information darüber enthalten, wie sie zu strukturieren und zu interpretieren sind („Metadaten"), benötigen sie dafür eine Repräsentation der zugrunde liegenden Begriffe und Zusammenhänge. In der Informatik heißt das „Ontologie". Web-Dokumente werden mit Bedeutung („Semantik") in Form von Metadaten aufgeladen, die den Inhalt beschreiben.

„Bei der Aufstellung der Ontologien wird ein Team aus Computer und Experten die besten Ergebnisse erzielen", meint Professor Albert Weichselbraun.

Er stellt sich am WU-Institut für rechenintensive Methoden den technologischen Herausforderungen des IDIOM-Projekts. Spätestens im Dezember 2008 weiß man, ob sich der ganze Aufwand gelohnt hat.

DER STANDARD **Webtipp:**
www.fit-it.at
www.ffg.at
www.wu-wien.ac.at
www.tuwien.ac.at

futureZone ORF.at

CHAT LOGIN

NEWSLETTER MORE IT-CHRONIK FRONT

Erstellt am: Mittwoch | 06.06.2007 | 15:30

Österreichischer Wissensglobus prämiert

Prototyp einer Klimaschutz-Ressource

Der erste Prototyp des österreichischen IDIOM-Projekts zur Erstellung von Wissenslandkarten wird am Donnerstag in Berkeley im Rahmen des unter anderem von Google und der NASA gesponserten "Digital Earth 3D Visualization Contest" ausgezeichnet.

Automatisch generierte Artikeldatenbank

IDIOM wird von Wissenschaftlern an der TU Graz und an der WU Wien entwickelt. Der prämierte Prototyp ist ein Informationsportal zum Thema Klimawandel. Die Software des Projekts überprüft wöchentlich bis zu 200.000 Texte aus 150 angloamerikanischen journalistischen Quellen, wählt daraus bis zu 10.000 Artikel zum Thema Umwelt aus und fügt diese in eine Datenbank ein.

Aus Stichworten in den Artikeln generiert die Software automatisch semantische Wissenslandkarten, mit deren Hilfe verwandte Dokumente schnell aufgefunden werden können. Häufig vorkommende Themen stellt das System etwa als "Berge" dar, selten diskutierte Aspekte dagegen als "Täler". Über ein auf der Website integriertes Mash-up mit Google Maps sind auch die in den Artikeln erwähnten Schauplätze schnell aufgefunden.

Die Wissenslandkarten sollen als öffentliche Ressource frei zugänglich bleiben, sagt Projektleiter Arno Scharl von der TU Graz.

Ecoresearch: Climate

Für die Wissenslandkarten will IDIOM in Zukunft auch die kürzlich vorgestellte Java-Version des virtuellen NASA-Globus World Wind verwenden. Das Projekt ist im November vergangenen Jahres gestartet.

Hauptförderer des Projekts sind das Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie sowie die Forschungsförderungsgesellschaft.

Virtueller Java-Globus der NASA
Im Wissensgebirge Österreichs