

Hans-Jürgen Bucher,
Thomas Gloning, Katrin Lehnen (Hg.)

Neue Medien – neue Formate

Ausdifferenzierung und Konvergenz
in der Medienkommunikation

Inhalt

Medienformate: Ausdifferenzierung und Konvergenz – zum
Zusammenhang von Medienwandel und Formatwandel
Hans-Jürgen Bucher/Thomas Gloning/Katrin Lehnen..... 9

I. Multimodalität: ein neues Forschungsfeld der Medienanalyse

Multimodalität – eine Universalie des Medienwandels:
Problemstellungen und Theorien der Multimodalitätsforschung
Hans-Jürgen Bucher.....41

Multimodal design: Media structures, media principles and users’
meaning-making in newspapers and net papers
Jana Holsanova/Andreas Nord.....81

II. Ausdifferenzierungen von Fernsehformaten

Musik- und Soundstrukturen medialer Gattungen:
Eröffnungssequenzen von Fernsehmagazinen
Kathrin Lämmle/Andreas Wagenknecht107

Expansion der Ratgeber- und Lebenshilfeformate im deutschen
Fernsehen
Karl N. Renner119

Wie sich Formate verändern: die Mustervariation der <i>Geschichte</i> in Fernsehnachrichten <i>Daniel Perrin</i>	145
--	-----

III. Text-Bild-Beziehungen in der Medienkommunikation

Die Bilder-Zeitung: wie ein Textmedium zu einem Medium der visuellen Kommunikation wird <i>Thomas Schröder</i>	169
Google Earth als Hypertext: der geografische Browser und seine Verknüpfungen mit dem World Wide Web <i>Heike Ortner</i>	189

IV. Transformationen und Medienübergänge

Der Live-Ticker in der Online-Berichterstattung: zur Entstehung einer neuen Mediengattung <i>Stefan Hauser</i>	207
Konvergenz an den Schnittstellen unterschiedlicher Kommunikationsformen: ein Frame-basierter analytischer Zugriff <i>Claudia Fraas/ Stefan Meier/ Christian Pentzold</i>	227
Texte im öffentlichen Raum: Formen medienvermittelter Kommunikation auf Bahnhöfen <i>Christine Domke</i>	257
Von der Enzyklopädie zu Wikipedia – Überlegungen zur medialen Transformation enzyklopädischen Wissens <i>Olaf Gätje</i>	283
Intramediale und intermediale Verweise in Boulevardzeitungen – Vernetzung im Medienverbund <i>Andreas Wiesinger</i>	301

Medienkonvergenz und Ausbildung: Lehren und Lernen im Newsroom <i>Wibke Weber</i>	319
V. Neue Formen der Wissenschaftskommunikation	
Digitale Formate in der Wissenschaftskommunikation: Konstellationen und Konvergenzen <i>Gerd Fritz/ Anita Bader</i>	337
Formen und Muster der Multimodalität in wissenschaftlichen Präsentationen <i>Henning Lobin/ Malgorzata Dynkowska/ Betül Özsarıgöl</i>	357
Die wissenschaftliche Präsentation als multimodale Kommunikationsform: zur Rezeption von Powerpoint-Vorträgen <i>Hans-Jürgen Bucher/ Martin Krieg/ Philipp Niemann</i>	375
Autorinnen und Autoren	409

sammenhänge bestehen zwischen dem Formatwandel und anderen Aspekten des Medienwandels? Gibt es allgemeine Prinzipien und Muster, nach denen sich Formatwandel vollzieht? Wird der Formatwandel durch die technischen Gegebenheiten neuer Medien determiniert? Aus den Fragen lässt sich bereits ableiten, dass Formatwandel kein isolierbarer Aspekt des Medienwandels, sondern untrennbar mit dessen anderen Dimensionen und Faktoren verflochten ist.

Begriffe wie *Format*, *Gattung*, *Darstellungsform*, *Textsorte*, *Genre*, *Regel*, *Muster* werden normalerweise herangezogen, wenn es darum geht, die Stabilität sozialer oder kommunikativer Ordnungen und Praktiken zu erklären. Die damit gekennzeichneten Strukturen oder Traditionen des Handelns geben den Kommunikatoren Orientierung für die Gestaltung ihrer Beiträge, den Rezipienten liefern sie Anhaltspunkte, wie diese Beiträge einzuordnen und zu verstehen sind. Wenn beide Parteien des kommunikativen Austausches wissen, was ein Wetterbericht, eine Rezension, eine Nachrichtensendung, ein Online-Chat, ein Tweet oder ein wissenschaftlicher Vortrag ist, so trägt dieses gemeinsame Wissen entscheidend dazu bei, dass Verständigung in den verschiedenen Kommunikationssituationen auf der Basis standardisierter gegenseitiger Erwartungen gelingen kann.

Medienformate und -genres sind, wie es Denis McQuail formuliert, »a mechanism for ordering the relations between producers and consumers« (McQuail 2005: 370). Als ein solcher Koordinationsmechanismus ist es eine ihrer zentralen Aufgaben, die Kontinuität der Medienkommunikation zu sichern: Formate schaffen die Voraussetzungen für die Etablierung von erwartbaren Programmstrukturen. Altheide und Snow (1988) gehen sogar so weit, dem Format eine grundlegendere Rolle bei der Medialisierung der Weltsicht zuzuschreiben als den medial vermittelten Inhalten (Altheide/Snow 1988). Formate sind in dieser Sichtweise ein konstitutiver Bestandteil der jeweiligen Medienlogik (Mazzoleni 2008), die den wissenssoziologischen Rahmen vorgeben, in dem die dargestellte Welt gesehen wird.

Ordnungen, verstanden als Strukturen, haben allerdings nicht nur stabilisierende Funktion, sondern immer auch eine dynamische Seite: sie sind einerseits Voraussetzungen des sozialen Handelns, andererseits aber auch dessen Ergebnis. Giddens hat in diesem Zusammenhang von der »Dualität von Strukturen« (Giddens 1995: 77) gesprochen: Sie sind »sowohl Medium wie Ergebnis der Praktiken, die sie rekursiv organisieren« (ebd.). Struktur »schränkt Handeln nicht nur ein, sondern ermöglicht es auch« (ebd.: 78), weshalb sie nicht mit Zwang gleichgesetzt werden kann. Struktur und han-

delnde Strukturierung sind zwei Seiten derselben Medaille. Auf Medienformate übertragen bedeutet dies: sie sind einerseits Voraussetzung für das Gelingen der Medienkommunikation, andererseits aber auch deren Resultate. Stabilität und Dynamik stellen zwei komplementäre Aspekte von Medienformaten dar. Medienformate werden in der Medienkommunikation als Rahmenvorgaben genutzt, zugleich aber auch im Prozess der Kommunikation etabliert und gegebenenfalls modifiziert und verändert. Medienwandel ist dementsprechend immer auch ein Formatwandel. Deshalb ist die Analyse von Medienformaten und ihren Wandlungsprozessen auch ein Schlüssel zur Mediengeschichte, der – das sei hier nur am Rande bemerkt – in der Medienhistoriografie viel zu selten zum Aufschließen dieses komplexen Prozesses genutzt wird.

Eine genealogische Untersuchung von Medienformaten ist deshalb keine einfache Aufgabe, weil der Begriff des Medienwandels in verschiedener Hinsicht komplex ist: *Erstens* müssen verschiedene Dimensionen unterschieden werden, die einem Wandel unterworfen sein können. Wandeln kann sich die Medientechnik, das Mediendispositiv, zu dem veränderte Rezeptionsweisen, aber auch das jeweils veränderte Zusammenspiel verschiedener Mediengattungen gehören, die gesellschaftliche Einbettung eines Mediums, also seine Medialisierungseffekte, die verbreiteten Themen und Inhalte, und die semiotischen Konfigurationen und Ressourcen.

Zweitens wird der Medienwandel von unterschiedlichen Faktoren vorangetrieben. Monofaktorielle Erklärungsmuster wie der technologische Determinismus werden der Komplexität und der Eigendynamik des Wandlungsprozesses nicht gerecht. Es ist vielmehr von einem »multifaktoriellen Bedingungsrahmen« (Hickethier 2003) auszugehen, in dem soziale, kulturelle, ökonomische und nutzerbedingte Faktoren zusammenwirken.

Der Medienwandel ist *drittens* ein mehrstufiger Prozess, der sich in verschiedenen Phasen ereignet, die ihrerseits jeweils eine eigene Dynamik entfalten können. So ist es in der Regel für die Anfangsphase einer Implementierung oder Etablierung charakteristisch, dass zwar einerseits Verstöße gegen etablierte Nutzungs- und Kommunikationsgewohnheiten den Veränderungsprozess auslösen, andererseits aber auch Elemente früherer Entwicklungsstufen tradiert werden. So dienen die Beiträge der Kinowochenschau in den neu entstandenen Fernsehnachrichten der frühen 50er Jahre des 20. Jahrhunderts sogar als Sendungsmaterial, die Kanzleikorrespondenzen bestimmen in den ersten Wochenzeitungen des 17. Jahrhunderts die Darstellungsformen, die *alten* Internetangebote finden sich in den

neuen mobilen Endgeräten vielfach neben den speziellen Formaten für mobile Medien. Die Diffusionskurve, mit der der Verlauf der Etablierung einer Innovation dargestellt wird, zeigt, in welcher Weise sich ein Wandlungsprozess nach Erreichung einer kritischen Masse von Anhängern dynamisieren kann (Rogers 1995).

Der Medienwandel hat *viertens* eine stratifikatorische Struktur. Er ist dementsprechend beschreibbar auf einer Makroebene, beispielsweise als Übergang von einer analogen Medienlandschaft – der »Gutenberg-Galaxis« – zu einer digitalen – der »Internet-Galaxie« (Castells 2005: 10), auf einer Mesoebene beispielsweise als Transformation des Journalismus, wie es dessen Professionalisierung im 19. Jahrhundert darstellt (Requate 1995); aber auch auf einer Mikroebene, wie im Falle des Formatwandels. Die Komplexität dieser stratifikatorischen Struktur ist auch dadurch bedingt, dass die drei unterschiedenen Ebenen eines Wandlungsprozesses nicht unabhängig von einander sind, sondern sich wechselseitig beeinflussen.

Unter einem *fünften* Gesichtspunkt ist die Komplexität des Medienwandels dadurch bedingt, dass Wandlungsprozesse nicht mehr nur ein Medium betreffen, sondern crossmedial verlaufen. Die Verflechtung in Produktion und Nutzung von Mediengattungen hat ein dichtes Netz medienübergreifender Abhängigkeiten geschaffen, denen zu Folge Änderungen in einer Mediengattung Resonanzen in den anderen Gattungen auslösen können. Die aktuelle Kritik der Zeitungsverlage an der Online-Strategie der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten spiegelt diese crossmedialen Verflechtungen wider. Haben Fernsehen und Tageszeitung bislang getrennte Publikums- und Anzeigenmärkte bedient, so konvergieren diese Geschäftsfelder der beiden Anbietertypen nun im Internet. Auch die in der Mediengeschichte zu beobachtenden gattungsübergreifenden Metaprozesse wie die Boulevardisierung, die Visualisierung oder die Multimodalisation machen deutlich, dass der Formatwandel in verschiedenen Medien synchronisiert sein kann (Cooke 2005).

Vor dem Hintergrund der Explikation des Begriffs *Medienwandel* kann die Ausrichtung des vorliegenden Sammelbandes folgendermaßen charakterisiert werden: Mit der Fokussierung auf den Wandel von Medienformaten stehen die Mikrostrukturen des Medienwandels im Zentrum; die Analysen haben eher die Anfangsphasen von Veränderungsprozessen zum Gegenstand, wobei der Schwerpunkt der Betrachtung auf den Transformationen der semiotischen Konfigurationen und Ressourcen, der Rezeption und auf den entsprechenden medialen Dispositiven liegt. Eine me-

dienübergreifende Perspektive liegt den meisten Beiträgen zugrunde und wird in verschiedenen Sektionen des Bandes explizit thematisiert. Zusammengehalten werden die Beiträge durch den Grundgedanken, dass sich in den Medienformaten einerseits makrostrukturelle Wandlungsprozesse widerspiegeln, dass andererseits aber Modifikationen der Mikrostrukturen der Medienkommunikation die Ansatzstellen für weitergehende Wandlungsprozesse und deren Verständnis sein können.

2. Der Formatwandel: Aspekte und Erklärungsansätze

Für eine Theorie des Medienwandels ist eine Reihe unterschiedlicher Erklärungen und Prinzipien vorgeschlagen worden, die sich alle auch auf den Formatwandel übertragen lassen. Winfried Schulz hat in systematischer Weise vier Aspekte des Medienwandels unterschieden, die er nutzt, um den Prozess der Medialisierung transparent zu machen: die *Extension* der Medien auf alle Kommunikationsbereiche, die *Substitution* von Kommunikationsformen durch andere, beispielsweise Formen direkter Kommunikation durch medien-vermittelte Formen, die *Amalgamierung*, also die Verschmelzung von Kommunikationsbereichen, und die *Akkommodierung*, also die Anpassung von Kommunikationsformen an eine mediale Logik (Schulz 2004: 88–90). Die Beiträge in diesem Sammelband liefern reichhaltige Beispiele für alle vier der genannten Aspekte des Medienwandels. Auch in bisherigen Erklärungen des Medienwandels kommen diese vier Aspekte immer wieder vor, wenn auch meistens nicht in zusammenhängender Form. Die im Untertitel des Bandes genannten Begriffe der Ausdifferenzierung und der Konvergenz entsprechen hier der Extension und der Amalgamierung. Die Substitution und die Akkommodierung sind zentrale Kategorien in Erklärungen der neueren Medienumbrüche, die auf das sogenannte Riepl'sche Gesetz zurückgreifen. Dieses Erklärsmuster wurde bereits 1913 von Wolfgang Riepl am Beispiel des Informationswesens des Altertums formuliert, um den Übergang von einem alten zu einem neuen Medium zu erklären:

[Es] ergibt sich gewissermaßen als ein *Grundgesetz der Entwicklung* des Nachrichtenwesens, daß die einfachsten Mittel, Formen und Methoden, wenn sie nur einmal eingebürgert und brauchbar befunden worden sind, auch von den vollkommensten und höchst entwickelten niemals wieder gänzlich und dauernd verdrängt und außer