

Teil II

Fachkulturen und methodische Ansätze

Zeitschriften sind seit ihrer expansiven Vermarktung im 19. Jahrhundert ein allgegenwärtiges Massenmedium. Technologische, ökonomische und gesellschaftliche Veränderungen führten zu einer starken Ausdifferenzierung des Zeitschriftenangebots und der Adressierung unterschiedlichster Zielgruppen. Mit Blick auf die Geschichte der Magazine wird deutlich, dass diese als Imaginationsräume und Ausstellungsorte der Gesellschaft dienen, da sie Menschen an der Schnittmenge von Kunst, Literatur, Politik, Wissenschaft, Architektur, Design, Mode und Lebensstilen verorten (siehe Fallbeispiele in Teil 3 im Band). Als massenmediale Bindungs- und Vermittlungsformen sind Zeitschriften medienspezifische Objekte, die sowohl theoriebedürftig sind als auch spezielle methodische Ansätze benötigen, um zu zeigen, wie Periodika Inhalte variantenreich materialisieren und periodisch prozessieren (siehe die Beiträge in Teil 1 im Band). Zeitschriften sind einerseits distinkte historische Gegenstände, die mit ihren spezifischen Druckordnungen und periodischen Eigenzeiten epochale Wissensbestände speichern und mit ihrer je eigenen Logik und Materialität sichtbar, begreifbar und fühlbar machen. Andererseits sind Zeitschriften allerdings nicht nur als historische Quellen zu betrachten, die gleichsam in einer *longue durée* den Wandel in Presse, Politik und Gesellschaft reflektieren. Mit Blick auf das Publizieren im 21. Jahrhundert fungieren Zeitschriften vielmehr als stilbildende Objekte für die Darstellung von Menschen, Dingen und Gemeinschaften. Aktuell erfahren etwa trotz der fortschreitenden Digitalisierung der Printmedien die unabhängig von den Großverlagen im Selbstverlag erscheinenden stilbildenden Magazine weltweit einen regelrechten Boom (siehe Leslie, Holmes im Band).

Waren Zeitschriften über einen langen Zeitraum hinweg ein eher ephemererer Zweig in der Forschung, unternahmen insbesondere die Literatur- und die Buchwissenschaft den Versuch, die medienspezifischen Konstellationen der Periodika materialphilologisch zu erforschen. Damit werden unterschiedliche Relationen in den Blick genommen, wie solche die sich zwischen den Herausgeber:innen und der Zeitschrift, den personalen und kommunikativen Netzwerken sowie den seriellen Textbezügen inner- und außerhalb der Zeitschrift, etwa aus den Fortsetzungsabdrucken ergeben. Gegenüber den etablierten Methoden zur Textanalyse theoretisiert die Germanistik aktuell Zeitschriften im Kontext der modernen Wissensproduktion. Die Zeitschrift wird zu einem

wirkmächtigen Medium für die Ko-Konstitution von Subjekt- und Objektkategorisierung. Deutlich wird dieser Zusammenhang in der aktuellen kulturwissenschaftlichen Forschung. Im Bereich der Populärkultur konstituieren Zeitschriften multimediale Plattformen für die Wechselbeziehungen zwischen Autor:innen, Fans und Herausgeber:innen. Die Translationswissenschaft macht deutlich, dass dabei häufig Übersetzungen eine wesentliche Rolle spielen, die die Verbreitung von Magazinen an ein breiteres Publikum fördern. Als Sprachrohr für Gemeinschaften kommunizieren Zeitschriften über linguistische und kulturelle Grenzen hinweg. Hier werden auch linguistische Methoden fruchtbar, die danach fragen, was die spezifische Sprache der Zeitschrift ist bzw. ob eine zeitschriftenspezifische Sprache existiert und wie darüber Zugehörigkeit transportiert wird. Medien- und kommunikationswissenschaftliche Methoden folgen hingegen einer multimodalen Perspektive, um im Zusammenspiel von Text, Bild, Design die Objektkonstitution am papiernen Korpus der Zeitschrift zu ergründen. Während die genannten Methoden Close Readings bevorzugen, die von der punktuellen Analyse einer Doppelseite oder anderer magazinspezifischer Genres wie dem Cover bis hin zur Sichtung ganzer Titel reichen, setzt die digitale Zeitschriftenforschung auf ein maschinenbasiertes Distanzlesen, um so elektronisch erfasste Zeitschriftenbestände mit Hilfe der digitalen Mustererkennung zu erschließen.

Trotz aller Unterschiede im methodischen *Procedere* liegt eine Gemeinsamkeit darin, die Eigenlogik von Zeitschriften zu erforschen, um so die innovative, materialreiche und mitunter aktivistische Symbiose aus visueller und grafischer Umsetzung sowie die Synthese von Bild und Text verständlich zu machen. Sowohl historische als auch aktuelle Analyseansätze zeigen, dass die Zeitschriften nicht verschwinden, sondern lediglich das Medium wechseln und gegenwärtig als »Metazines« (Tim Holmes) sowohl online als auch in Print agieren. Diese Entwicklung widerspricht damit der weitläufigen Annahme, dass der zunehmende Online-Konsum das Lesen von Zeitschriften verdrängt. Dabei profitieren z.B. die unabhängigen Magazine stark vom Internet oder beeinflussen mit kreativen, auf Visualität und Haptik setzenden Druckdesigns die digitalen Medien. Auch für die kommerziellen Zeitschriften werden sie zum Vorbild, dienen gar als Gradmesser für Innovation. Damit erreichen Zeitschriften eine große thematische Bandbreite, die Informationen für unterschiedliche Zielgruppen generieren und mit Leser:innen interagieren. Wie sie dies tun, zeigen die folgenden methodischen Ansätze, die der zweite Teil des Handbuchs versammelt. Das Methodenspektrum reicht von materialphilologischen Arbeitsweisen in der Literaturwissenschaft bis hin zu Text Mining-Verfahren in den Digital Humanities.

Im dritten Teil des Bandes sind Fallstudien versammelt, die konkret aufzeigen, welche Fragen die Zeitschriftenforschung an ihre Untersuchungsobjekte herantragen kann und wie diese in bestimmten disziplinären Perspektiven und Methoden verhandelt werden können.