

Notabene: Der Herausgeber, einer der besten Kenner der Kulturgeschichte des modernen Katholizismus, arbeitet seit Jahren an einem „Handbuch des literarischen Katholizismus im deutschsprachigen Raum des 20. Jahrhunderts“. Es ist zu hoffen, dass der erste Band des schon länger angekündigten Werkes bald das Licht der Bücherwelt erblicken kann.

Literatur

Ackermann, Konrad (1965): *Die geistige Opposition der Monatsschrift Hochland gegen die nationalsozialistische Ideologie*. München.

Giacomin, Maria Cristina (2009): *Zwischen katholischem Milieu und Nation. Literatur und Literaturkritik im Hochland (1903-1918)*. Paderborn.

Schnabl, Wolfgang (1937): *"Hochland". Geistige Kämpfe und Leistungen der ersten zehn Jahrgänge*. Wien.

Walter Hömberg, Eichstätt/Wien

Egbert van Wyngaarden: Digitale Formatentwicklung. Nutzerorientierte Medien für die vernetzte Welt. Köln: Herbert von Halem Verlag 2018, 400 Seiten, 34,00 Euro.



Die Digitalisierung und der damit verbundene Medienwandel stellen Medien vor allem vor finanzielle Herausforderungen. Noch immer fehlen in einigen Bereichen wie dem Online-Journalismus verlässliche Erlösmodelle. Innovationen steht ein (angeblicher) Ressourcenmangel gegenüber. Doch eines ist inzwischen Fakt: Alle Medien sind digital(isierbar). Das löst bei manchen Medienschaffenden ein mulmiges Gefühl aus, bedeutet für andere aber die ersehnte Freiheit, Geschichten über Mediengrenzen hinweg erzählen zu können: „Es gibt keinen technologischen Grund mehr, Mediengattungen zu trennen“, schreibt Egbert van Wyngaarden (S. 20).

Im Schnelldurchlauf führt van Wyngaarden seine Leser_innen durch die Geschichte des Internets und der Konsumentenelektronik. Zunächst verortet er die Leser_innen in einer durch den Medienwandel vom Angebots- zum Nachfragemarkt transformierten Medienlandschaft. Dort buhlen Medienproduzent_innen um die rar gewordene Aufmerksamkeit ihrer Rezipient_innen. Dann hakt er in aller Kürze veränderte Kommunikationsweisen und Probleme der Wertschöpfung für Medien ab. Wichtig ist für ihn die Öffnung eines Rückkanals, durch den das Publikum seine passive Rolle verlassen „und mit den Anbietern

von Medieninhalten in Dialog treten kann“ (S. 21). Außerdem würden die Nutzer_innen durch Soziale Medien nicht mehr aufs Konsumieren reduziert, sondern „zu einer gestalterischen Kraft“ (ebd.). Wyngaardens Botschaft an seine medienschaffenden Leser_innen: Geht offen und pragmatisch an den Medienwandel heran, experimentiert, versteht und lernt aus euren Erfahrungen.

Das Handbuch will als Werkzeugkasten mit interdisziplinärem Ansatz verstanden werden. Van Wyngaarden möchte mit einem „ganzheitlichen Blick“ (S. 13) zeigen, dass digitales Erzählen Komplexes greif- und erlebbar machen kann. Weitgehend gelingt ihm die Gratwanderung, dabei nicht zu spezialisiert, aber auch nicht zu oberflächlich auf die unterschiedlichen Aspekte digitaler Formate einzugehen.

Bevor es allerdings in die „Werkstatt“ geht, wendet sich der Autor den Nutzer_innen zu: Wie nutzen sie Medien? Wie aktiv sind sie selbst? Welche Bedürfnisse haben sie? Die Produzierenden müssen diese Fragen beantworten: Mit welchen Methoden können sie vorgehen? Was fangen sie mit den Ergebnissen an? Die eigentliche Umsetzung digitaler Formate im Sinne der Nutzer_innen steht dann in den folgenden Kapiteln im Mittelpunkt. Ein breit aufgespanntes Spektrum von Dramaturgie über Crowdsourcing bis hin zu virtuellen Realitäten und kontextbezogenen, personalisierten Medien eröffnet Anknüpfungspunkte für eigene Kreativität. Mit zusammenfassenden Grafiken, Check- und To-Do-Listen sowie Fragen motiviert van Wyngaarden seine Leser_innen dazu, eigene digitale Formate zu entwickeln.

Akzeptanz und Authentizität sind soziale Attribute, die nun anders vergeben werden als über bloßen sozialen Status.

In der Werkstatt stehen trans- und crossmediale Produktionsansätze im Vordergrund. Aber auch das Zusammenstellen eines funktionierenden Teams, Techniken für kreatives Arbeiten sowie moderne Projektmanagement-Methoden werden beschrieben, mit deren Hilfe die Bedürfnisse der Nutzer_innen besser berücksichtigt werden können.

Allerdings bleibt nicht überall ausreichend Platz für einen tieferen Zugang. Kein Wunder, denn das Buch versucht alle Bereiche abzudecken und befasst sich unter anderem schließlich auch mit Planung, Produktion, Finanzierung und Marketing.

Anhand zahlreicher Beispiele zeigt van Wyngaarden, was erfolgreiche digitale Formate charakterisiert und an welchen Stellschrauben weniger gut gelungene Projekte hätten drehen sollen. Leider werden die Beispiele nicht direkt gezeigt und so

werden sich die Leser_innen regelmäßig dabei erwischen, das Werk beiseite zu legen und durch ein erwähntes Webdossier zu surfen oder eine genannte App auszuprobieren.

Aus journalistischer Perspektive fällt auf, dass ein Großteil der beschriebenen Beispiele aus Film und Fernsehen sowie aus Unterhaltungsformaten stammen, das gilt auch für den technisch-strategischen Fokus von Wyngaardens. Wer digitale Formate mit nachrichtenjournalistischem Bezug entwickeln möchte, muss adaptieren und wird hier nicht einfach an die Hand genommen.

Das Werk richtet sich in erster Linie an Praktiker_innen, ist aber auch für Lehrende und Lernende in Praxisprojekten im Rahmen der Ausbildung eine sinnvolle Lektüre. Besonders Berufseinsteiger_innen zeigt es digital-mediale Möglichkeiten auf, wie interdisziplinäre Teams wertvolle und moderne Inhalte erstellen können. Denn das Geschichtenerzählen werden uns auch Sprachassistenten und Künstliche Intelligenz vorläufig noch nicht abnehmen.

Pascal Tannich, Eichstätt