Hans-Jürgen Bucher / Ulrich Püschel (Hg.)

Die Zeitung zwischen Print und Digitalisierung

Wiesbaden: Westdeutscher-Verlag, 2001. - 259 S.

ISBN 3-531-13474-4

Der Band über die Gestaltung gedruckter und elektronischer Zeitungen bietet ein reizvolles Aufeinandertreffen von Praktikern und Wissenschaftlern. Er geht auf eine Tagung zurück, die im November 1998 an der Universität Trier stattgefunden hat. Gemeinsam ist den Beiträgen der zehn Autorinnen und Autoren die Suche nach Begründungen für Designempfehlungen.

Den Auftakt des Bandes bildet ein anregender Beitrag von *Claudia Blum* und *Joachim Blum* über den Wandel der Zeitungsgestaltung in Deutschland. Der Journalismus sei lange Zeit ein durch Gewohnheit geprägter Beruf gewesen: „Redaktionelle Standards orientierten sich an tradierten Auffassungen der Redakteure, die ihre Weisheiten an die Volontäre des Hauses weitergaben." (19) Der Reformimpuls für die „in drei Jahrzehnten geradezu erstarrte[n] Zeitungspraxis" sei in den achtziger Jahren „die Entdeckung des Lesers" (25) und eine Hinwendung zur Leserforschung gewesen. Zwar habe es inzwischen Redesigns und Relaunches von Zeitungen in breiter Front gegeben, doch habe man weder die Möglichkeiten des „Textdesigns" ausgeschöpft, noch seien die empfohlenen Veränderungen genügend fundiert: „Was noch immer aussteht, ist die Verwissenschaftlichung des Journalismus in dem Sinne, als solche Tendenzen objektiviert werden müssen. Eine Verwissenschaftlichung, die das handwerkliche Repertoire beschreibt, erklärt und lehrt." (34)

Ebenfalls das Bild einer unreflektierten Praxis zeichnet *Ulrich Püschel*: Er stellt die These auf (die er allerdings nur auf einer schmalen empirischen Basis prüft), dass in der Vergangenheit Innovationen journalistischer Textformen nicht am Leserbedürfnis orientiert waren, sondern durch sonstige Rahmenbedingungen und durch eine „unsichtbare Hand" herbeigeführt worden sind.

Was aber kann die wissenschaftliche Analyse leisten? Unübersehbar besteht auch in der Forschung eine Kluft zwischen den Angeboten und deren Nutzung, die Hinweise für deren Optimierung liefern soll. Linguistische Textanalysen versuchen sie zu überwinden, indem sie von einem – empirisch nicht präsenten – „Normalleser" ausgehen. *Ulrich Schmitz* kritisiert „optische Labyrinthe im digitalen Journalismus", die dem Nutzer die Kohärenzbildung erschweren: Bild und Text seien zu wenig aufeinander bezogen, der Informationsgehalt von Bildern beschränke sich auf die Zeigefunktion, meist seien sie nur „plakativer Einstiegspunkt" (222). In seiner exemplarischen Analyse von Text-Bild-Beziehungen gibt Schmitz einige Fingerzeige für die Praxis.

Eine direkte Verbindung zwischen Angebots- und Nutzerseite stellt *Hans-Jürgen Bucher* experimentell her: Er hat das Navigationsverhalten von Online-Nutzern digital, visuell und auditiv aufgezeichnet und ausgewertet. Seiner Studie liegt ein elaboriertes handlungstheoretisches Konzept zugrunde, das Online-Angebote, Nutzer und Aneignungshandlungen integriert (und das empirisch erst zum Teil eingelöst ist). Die Rezeption nonlinearer Kommunikationsangebote begreift Bucher als „Sequenz von Aneignungshandlungen" (143), die durch Fortsetzungserwartungen und Kohärenzurteile untereinander und mit den Angeboten verknüpft sind. Die Angebotsstruktur stellt potenzielle Nutzungspfade für antizipierte User-Erwartungen bereit, wobei die Navigationselemente adäquate Fortsetzungserwartungen ermöglichen sollen. Bucher zieht das Fazit: „Die Entwicklungsdynamik der digitalen Kommunikationsmöglichkeiten ist so hoch, dass sich Standardisierungen in der Verwendung der Gestaltungsmittel nur sehr schwer einstellen. Ihre Usability ist deshalb dadurch zu sichern, dass den Nutzern realistische Chancen für eine inferenzielle (‚abduktive') Erschließung eröffnet werden, wobei sie die Kompetenzen aus andern Mediengattungen einsetzen." (165)

Einige weitere Beiträge runden den Band ab. So fasst *Angelika Storrer* Möglichkeiten und Regeln für die Gestaltung von Online-Zeitungen aus Lehr- und Handbüchern zusammen. Auf die spezifischen Rahmenbedingungen der Online-Angebote französischer Tageszeitungen macht *Ernst Ulrich Grosse* aufmerksam. Allerdings vermisst man in dem Band eine ausführliche Darstellung der „Usability"-Forschung zur Nutzerfreundlichkeit von Online-Angeboten.

Christoph Neuberger

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2002-2-285 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY