

Medienkulturen – Multimodalität und Intermedialität

# Sprache in Kommunikation und Medien

Volume 14

Edited by

Ulla Kleinberger  
Martin Luginbühl  
Franc Wagner



**PETER LANG**

Bern · Berlin · Bruxelles · New York · Oxford

Hans W. Giessen / Hartmut E. H. Lenk /  
Susanne Tienken / Liisa Tiittula (Hrsg.)

# **Medienkulturen – Multimodalität und Intermedialität**



**PETER LANG**

Bern · Berlin · Bruxelles · New York · Oxford

**Bibliografische Information Der Deutschen Nationalbibliothek**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISSN 1662-1840 • ISBN 978-3-0343-3476-1 (Print)  
E-ISBN 978-3-0343-3477-8 (E-PDF) • E-ISBN 978-3-0343-3478-5 (EPUB)  
E-ISBN 978-3-0343-3479-2 (MOBI) • DOI 10.3726/b1578

Diese Publikation wurde begutachtet.

© Peter Lang AG  
Internationaler Verlag der Wissenschaften  
Bern 2019

Alle Rechte vorbehalten.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Printed in Germany

[www.peterlang.com](http://www.peterlang.com)

## Inhaltsverzeichnis

HANS W. GIESSEN / HARTMUT E. H. LENK / SUSANNE TIENKEN / LIISA TIITTULA Zur kontrastiven Analyse von Medienkulturen unter besonderer Berücksichtigung von Multimodalität und Intermedialität . . . . .	9
---	---

### *Medienkurlinguistische Ansätze*

MARTIN LUGINBÜHL Sprache und Kultur in der Kontrastiven Medienlinguistik: Vom Ländervergleich zur Analyse kulturell verdichteter Praktiken . . . . .	23
--	----

NADINE RENTEL Unterhalten und Aufklären mit Hilfe von Fallbeispielen und Furchtappellen in der Online-Gesundheitskommunikation – dargestellt am Beispiel des Deutschen und des Französischen . . . . .	53
---	----

AGNIESZKA MAC Zur visuellen Ausgestaltung von Nachrichtenmoderationen aus medienkurlinguistischer Perspektive . . . . .	77
---	----

JOHANNES MÜLLER-LANCÉ Sportlerszenen als Medienkulturen? Intermediale und transmediale Verfahren der Inszenierung kollektiver Identitäten in Trendsportmagazinen . . . . .	99
---	----

### *Diskursanalytische Studien*

GEORG WEIDACHER Transkriptionen von <i>Heimat</i> . Die transmediale Konzeptualisierung und Instrumentalisierung eines zentralen ideologischen Begriffs durch die FPÖ . . . . .	115
--	-----

HANS W. GIESSEN Von der Schweigespirale zur Redespirale? .....	133
JAROCHNA DĄBROWSKA-BURKHARDT „Der hässliche Deutsche“ und „der faule Grieche“. Nationale Stereotype im Sommer 2015 – eine diskursanalytische Untersuchung der deutschen Berichterstattung in der Zeit der Griechenlandkrise .....	151
JÓZEF JAROSZ Deutsche und österreichische Online-Leser-Kommentare zum Thema Anzeichen der Wirtschaftskrise in der Türkei (2016) aus diskursanalytischer Sicht .....	167
<i>Multimodale Medien und Medienformate</i>	
KLAUS KAINDL Theoretische und praktische Implikationen einer multimodalen Übersetzung(swissenschaft) .....	189
NINA JANICH / BERNADETTE KORBACH Das Kindersachbuch zwischen Multi-, Trans- und Intermedialität .....	213
HEINZ-HELMUT LÜGER Die Pressekarikatur als persuasive Bildsorte .....	231
LIISA TIITTULA / MAIJA HIRVONEN Siehst du, was ich höre? Audiovisuelle Multimodalität aus der Perspektive von Seh- und Hörbehinderten .....	245
EVA GREDEL Multimodalität in verschiedenen Sprachversionen der Wikipedia: Eine kontrastive Analyse von Bildinventaren und Text-Bild-Relationen in digitalen Diskursen .....	261

<i>Inhaltsverzeichnis</i>	7
WIBKE WEBER	
„Wir sind direkt im Code“ – Multimodales Storytelling im digitalen Wandel	279
JANUSZ POCIASK	
Comicblogs – Zu Status und Gestaltung einer (neuen) multimedialen Subtextsorte	297
MARTIN KALTENBACHER / THOMAS KALTENBACHER	
Ich seh', ich seh', was du nicht siehst! – Die Relevanz von Eye-tracking für die Analyse multimodaler Texte	317
<i>Intermedialität: Medienwechsel und Medienvergleich</i>	
HARTMUT E. H. LENK	
Auktoriales Selbstverständnis zwischen Instanz und Person: Kommentieren in der Tageszeitung und Kommentieren im Radio	341
KEN FARØ / LENE VINTHJER JENSEN	
Träumt Blade Runner von elektrischen Schafen? Oder: Wann, wie (oft) und warum führt Medienwechsel zum Titelwechsel?	361
ROMAN OPIŁOWSKI	
Argumentation mittels der Intermedialität in Fernsehnachrichten. Analyse eines Fernsehberichts der polnischen TVP im interkulturellen Kontext	379
GÜNTER SCHMALE	
Beobachtungen zur Multimodalität und Intermedialität von Wortspielen in deutschen und französischen Printwerbungen	399
Verzeichnis der Autorinnen und Autoren	421



HANS W. GIESSEN / HARTMUT E. H. LENK /  
SUSANNE TIENKEN / LIISA TIITTULA

## Zur kontrastiven Analyse von Medienkulturen unter besonderer Berücksichtigung von Multimodalität und Intermedialität

Der Beitrag gibt eine kurze Übersicht über Medienlinguistik als Wissenschaftsdisziplin im Sinne des Netzwerkes für Kontrastive Medienlinguistik und kreist die relevanten Untersuchungsbereiche des vorliegenden Bandes ein. Dabei wird zum einen das Konzept der Medienkultur konturiert, zum anderen auf Multimodalität und Intermedialität als analytische Zugänge eingegangen, um der Komplexität und gesellschaftlichen Wirkungsmacht des Gegenstands „Medienkultur“ gerecht zu werden. Abschließend werden kurze Zusammenfassungen der Beiträge zu diesem Band gegeben, die eine schnelle Orientierung im Themenband ermöglichen sollen.

### 1. Medienlinguistik als Wissenschaftsdisziplin

Unser Dasein ist heute wesentlich durch die Allgegenwart von Medienangeboten geprägt. Es ist daher nicht verwunderlich, dass sich auch die Linguistik mit der Sprachverwendung in Massenkommunikationsmedien befasst. Sie tat dies allerdings mit einer gewissen zeitlichen Verzögerung, die vor allem durch die lange nachwirkenden Traditionen des Faches in seiner anfänglich ausschließlich historisch-vergleichenden und später strukturalistischen Ausrichtung bedingt war.

Die Medienlinguistik wird in jüngster Zeit verschiedentlich (vgl. Stöckl 2012, Lenk 2013, Lüger 2017) als eine eigene Disziplin *in statu nascendi* beschrieben. Dieser Geburtsvorgang reicht bis zur ersten Beschäftigung von LinguistInnen mit der Sprachverwendung vor allem in Zeitungen zurück, die in der Mitte der 1960er Jahre zu ersten monographischen Abhandlungen in deutscher Sprache führte. Ihr hauptsächlichlicher Gegenstand sind also die sprachlichen Eigenschaften von Texten oder Kommunikaten in den

Massenkommunikationsmedien. Zu letzteren zählen neben der Presse insbesondere das Radio, das Fernsehen, das WorldWideWeb und die sog. sozialen Medien, der Kinofilm, die medial verbreitete (Popular-)Musik, die Direkt- und Plakatwerbung und weitere Bereiche.

Der weite Gegenstandsbereich der Medienlinguistik, der insbesondere durch die Entwicklung neuer Medien eine fortschreitende Ausdehnung erfährt, korrespondiert mit einer Vielfalt an Methoden, mit denen entsprechende Analysen und Beschreibungen erfolgen. Eine wichtige Rolle spielen dabei Vergleich und Kontrastierung medialer Kommunikation. Kontrastiv wird dabei i. d. R. in einem umfassenden Sinne verstanden und schließt den Vergleich von Massenkommunikation auf verschiedenen Ebenen ein: a) interkulturell zwischen dem medialen Sprachgebrauch in verschiedenen Kommunikationsgemeinschaften (etwa zwischen verschiedenen Sprachen – innerhalb und außerhalb von Staaten, zwischen verschiedenen Ländern (und/oder Nationen) mit gemeinsamer Sprache, zwischen Regionen, kulturellen Landschaften und Gemeinschaften einschließlich Subkulturen usw.); b) diachron zwischen verschiedenen historischen Zeiträumen innerhalb einer Kommunikationsgemeinschaft; c) intermedial zwischen verschiedenen Medien und schließlich d) intramedial zwischen verschiedenen Textsorten/Ressorts bzw. Sendeformaten oder AutorInnen, Redaktionen usw. innerhalb eines Mediums.

Ob eine Forschungsrichtung den Charakter einer eigenen wissenschaftlichen (Teil-)Disziplin annimmt, hängt neben der Abgrenzung eines eigenen Untersuchungsgegenstands und spezifischer Methoden seiner Beschreibung auch von einer gewissen organisatorischen Eigenständigkeit mit speziellen Publikationskanälen, regelmäßigen Treffen der FachvertreterInnen oder auch eigenen Fachverbänden ab. Was die Publikationskanäle betrifft, so hat die Medienlinguistik mit der jüngst erfolgten Gründung einer eigenen Online-Zeitschrift, des *Journal für Medienlinguistik* (<<https://jfm.org/>>), einen wichtigen Schritt getan, der über die Angebote von Internet-Portalen<sup>1</sup> hinausführt. Außerdem haben sich mehrere Tagungsserien (in verschiedenen Sprachen) etabliert, in denen spezielle Aspekte der Medienkommunikation aus linguistischer Perspektive beleuchtet werden. Eine dieser Veranstaltungsreihen sind die internationalen Konferenzen zur kontrastiven Medienlinguistik. Die erste fand 2004 in Helsinki mit der Tagung *Presstextsorten im Vergleich / Contrasting Text types in the Press* (vgl. Lenk/Chesterman (Hg.) 2005) statt. Ihr folgten die Tagungen zur Kontrastiven Medienlinguistik 2007 in

1 <<https://www.mediensprache.net>, <http://www.kontrastive-medienlinguistik.net>>.

Landau (vgl. Lüger/Lenk (Hg.) 2008), 2010 in Salzburg (vgl. Grösslinger/Held/Stöckl (Hg.) 2012), 2012 in Zürich (vgl. Hauser/Luginbühl (Hg.) 2014), 2014 in Mannheim (vgl. Baechler/Eckkrammer/Müller-Lancé/Thaler (Hg.) 2016) sowie 2015 in Rzeszów (vgl. Bilut-Homplewicz/Hanus/Mac (Hg.) 2017 und Bilut-Homplewicz/Hanus/Lüger/Mac (Hg.) 2017). Die Beiträge dieses Bandes stellen eine Auswahl von Vorträgen dar, die auf der 7. internationalen Konferenz zur kontrastiven Medienlinguistik vom 23.–25. August 2017 in Helsinki gehalten wurden. Die 8. Konferenz zur kontrastiven Medienlinguistik fand vom 6.–8. März 2019 in Stockholm statt.

## 2. Medienkulturen als Gegenstand medienlinguistischer Forschung

Die rasante Entwicklung der digitalen Medien v. a. in den vergangenen zwei Jahrzehnten hat dazu geführt, dass Medienkommunikation im wahrsten Sinne des Wortes allgegenwärtig geworden ist. Diesem Tatbestand trägt die Medienlinguistik zwar bereits seit Jahrzehnten durch die Untersuchung von medialen Produktionsweisen, Produkten sowie medialen Aneignungsverfahren Rechnung (vgl. Ayaß 2004, Klemm/Michel 2014), aber Medienkultur(en) sind dennoch bisher hauptsächlich Gegenstand einer soziologisch konturierten Kommunikations- und Medienforschung geblieben. Medienkulturen sind in dieser Rahmung als Kulturen verschiedener ‘mediatisierter Welten’ zu verstehen (Hepp 2013), in denen Bedeutungen qua technischer Kommunikationsmedien generiert und auch spezifisch geprägt werden. Aus linguistischer Perspektive ist also nicht nur Sprache und Sprachgebrauch im Kontext von bestimmten Medien relevant, sondern vor allem, dass und inwiefern die zunehmende Technisierung und Vernetzung zu einem Wandel von Interaktionsweisen, zu einer Beschleunigung medialer Konvergenzen sowie zu diversen sprachlichen und kulturellen Hybridisierungserscheinungen führt. Um Sprachlichkeit und technisch ‘mediatisierte Welt’ zueinander in Bezug zu setzen, liegt ein Schwerpunkt dieses Bandes in der medienlinguistisch orientierten Hinterfragung der etablierten Konzepte von Multimodalität, Intermedialität und Transmedialität.

### 3. Multimodalität

Medienlinguistik ohne Berücksichtigung von Multimodalität zu betreiben ist kaum noch möglich. Das gilt für die Analyse klassischer Massenmedien ebenso wie für das stetig wachsende Untersuchungsfeld der Neuen bzw. sozialen Medien. Mediennutzer verfügen über eine multimodal orientierte *Literacy*, die sowohl die Produktion als auch die Rezeption medialer Kommunikationsformate prägt (vgl. Jenkins 2008, Jewitt 2009).

Das Konzept von Multimodalität bezieht sich in diesem Band darauf, dass Kommunikation stets mit unterschiedlichen semiotischen Ressourcen realisiert wird, die in ihrer Gesamtheit zur Bedeutung beitragen. Die multimodale Analyseperspektive betrachtet die Kommunikation somit in ihrer gesamten Komplexität und berücksichtigt neben sprachlichen Ausdrucksmitteln nonverbale Mittel wie z. B. Bilder, Gestik, Mimik, Musik usw. Illustrierende Beispiele für multimodale Texte sind Filme, Comics, Werbeprospekte und Webseiten, aber auch mündliche Interaktion, die mit verbalen und körperlichen Ressourcen hergestellt wird. Kernfragen der multimodalen Analyse sind die Relationen zwischen den unterschiedlichen semiotischen Ressourcen und ihr Zusammenspiel bei der Bedeutungskonstruktion (vgl. Kress/van Leeuwen 2006) und ihre Bedeutung bei der Gestaltung kommunikativer und sozialer Situationen.

### 4. Intermedialität

Intermedialität ist ein vor allem in den Literaturwissenschaften viel gebräuchter Sammelbegriff, dessen Wurzeln einerseits bis in die Antike reichen und der in einer neueren Tradition im Zusammenhang mit der poststrukturalistischen Theorie der Intertextualität steht (Robert 2014: 20f.). Mit Rajewsky (2002: 11–20) kann Intermedialität von Intramedialität („Phänomene, die nur ein Medium involvieren“, ebd: 15) und von Transmedialität unterschieden werden. Letztere betrifft Phänomene, die in verschiedenen (als distinktiv wahrgenommenen) Medien mit jeweils eigenen Mitteln behandelt werden, ohne dass „die Annahme eines kontaktgebenden Ursprungsmediums wichtig oder möglich ist“ (ebd: 13). Als Formen der Intermedialität verstehen wir

intermediale Bezüge (z. B. die Wiedergabe von Tweets im Fernsehen oder der Bericht von Zeitungen über Kommentierungen eines Ereignisses in den sog. sozialen Medien) sowie Phänomene, die im Zuge eines Medienwechsels zu verzeichnen sind (z. B. Comic-Verfilmungen). Ein grundlegender Gedanke ist, dass wir es selten mit separaten Medien zu tun haben, sondern möglicherweise mit Medien, die polyfunktional wirken.

## 5. Zu den Beiträgen dieses Bandes

Der erste Abschnitt enthält vier Aufsätze, die sich dem noch relativ jungen Bereich der **Medienkulturlinguistik** zuordnen lassen.

MARTIN LUGINBÜHL (Universität Basel) geht am Beispiel der Analyse von Textsortenprofilen von Fernsehnachrichten verschiedener TV-Sender grundsätzlichen Fragen des Vergleichs kultureller Praktiken in der Medienlinguistik nach. Textsorten und Textsortennetze werden als Stilgestalten gefasst, die kulturelle Praktiken prägen, wobei sie von Kontextfaktoren beeinflusst sind, zugleich aber auch selbst einen Kontext für das sprachlich-kommunikative Handeln schaffen. Dabei sind nationale Grenzen nur ein Faktor unter mehreren bei der Etablierung medial durchformter sprachlicher Praktiken von Journalistinnen und Journalisten.

Beim Beitrag von NADINE RENTEL (Westsächsische Hochschule Zwickau) handelt es sich um eine kontrastive deutsch-französische Studie zur Nutzung von Online-Plattformen aus dem Bereich der Krebsprävention. Im Beitrag wird der Gebrauch sprachlicher Strategien sowie das Zusammenspiel sprachlicher und bildlicher Elemente untersucht, um Laien zu informieren, aufzuklären – und mitunter auch (nur) zu unterhalten. Der Beitrag konzentriert sich dabei auf die Frage, welche textsortenspezifischen Funktionen das Unterhalten im Kontext der Gesundheitskommunikation erfüllt und wie das Unterhalten im Rahmen dieses Diskursbereichs theoretisch bestimmt werden kann.

Die „Choreographie“, die die Nachrichtenredaktionen jeweils zweier öffentlich-rechtlicher Fernsehsender in Polen und Deutschland für das visuelle Agieren der NachrichtensprecherInnen bzw. Anchor-Personen entwickelt haben, unterzieht AGNIESZKA MAC (Universität Rzeszów) einer detaillierten Analyse. Dabei werden sowohl globale Einflüsse des Sendeformats TV-Nachricht als auch redaktionsspezifische kulturelle Praktiken deutlich.

JOHANNES MÜLLER-LANCÉ (Universität Mannheim) skizziert die Sportlerszenen der Windsurfer und Snowboarder als Medienkulturen. Anhand eines umfangreichen Textkorpus deutscher und französischer Trendsportmagazine legt er dar, wie kollektive Identitäten durch intermediale Verweis- bzw. Entlehnungsverfahren konstruiert werden.

Der zweite Abschnitt des Bandes vereint (ebenfalls vier) Beiträge, in denen **mediale Diskurse** im Mittelpunkt stehen.

GEORG WEIDACHER (Universität Graz) legt dar, wie das Konzept *Heimat* in der politischen Propaganda der FPÖ fremdenfeindlich konturiert und multimodal und transmedial weiter ausgearbeitet und mediiert wird. Der Prozess einer solchen Konzeptualisierung von *Heimat* als etwas Wertvollem, aber von Fremden Bedrohtem lässt sich an impliziten und expliziten Transkriptionen durch verschiedene Kommunikate der FPÖ nachzeichnen. WEIDACHER hält fest, dass zum einen Voreinstellungen der adressierten Rezipienten zum Erfolg einer politisch motivierten Konzeptualisierung beitragen, zum anderen aber auch die Affordanzen der Multimodalität und der Dialogizität der Neuen Medien politisch-strategisch eingesetzt werden.

Die Analyse der medialen Berichterstattung über die Pegida-Demonstrationen und ihrer Wirkungen auf die betreffenden Akteure, aber auch auf die Öffentlichkeit und vor allem die breite Masse der Bevölkerung führt HANS W. GIESSEN (Universität des Saarlandes/Universität Helsinki) zu der These, dass als Antipode der von Elisabeth Noelle-Neumann beschriebenen Schweigespirale in der Gegenwart eine Redespirale beobachtet werden könne, die einer Minderheit zu immer mehr Einfluss auf die öffentliche Kommunikation ver helfe.

An Hand eines Textkorpus aus überregionalen Printmedien untersucht JAROCHNA DĄBROWSKA-BURKHARDT (Universität Zielona Góra) die sprachlichen Mittel, mit denen Stereotype über Deutsche und Griechen im Sommer 2015 konstituiert, tradiert und gefestigt werden. Die Auto- und Heterostereotypen von Deutschen und Griechen verhalten sich genau spiegelverkehrt zueinander. Das in der Berichterstattung referierte griechische Heterostereotyp ist durch den Rückgriff auf den „hässlichen Deutschen“ aus der NS-Zeit geprägt.

JÓZEF JAROSZ (Universität Wrocław) analysiert deutsche und österreichische Online-Leserkommentare zu Artikeln mit dem Leitthema 'Anzeichen der Wirtschaftskrise in der Türkei' und fokussiert dabei auf Kontraste in der semantisch-thematischen Diskursstruktur. In beiden Diskursen ergibt sich ein jeweils heterogenes Bild, und beide Diskurse weisen weitgehende Übereinstimmungen auf. Die Untersuchung ergab aber auch signifikante Unterschiede: Im

österreichischen Korpus wurde kommentiertes Geschehen öfter mit heimischen Ereignissen verglichen; im deutschen Korpus kam hingegen seltener Kritik gegenüber dem Urlaub in der Türkei vor.

Die folgenden acht Beiträge befassen sich mit Medien bzw. Medienformaten, die sich durch ihren **multimodalen** Charakter auszeichnen.

KLAUS KAINDL setzt sich mit dem Konzept und der Rolle der Multimodalität in der Übersetzungswissenschaft auseinander. Obwohl der Fokus der Disziplin traditionell auf der Sprache und ihrem Transfer liegt, ist die Berücksichtigung der multimodalen Gesamtheit in vielen Bereichen (wie im audiovisuellen Übersetzen und Übersetzen von Comics oder illustrierten Kinderbüchern) unabdingbar. Anhand der Analyse eines Elvis-Presley-Songs zeigt er, dass die anderen Modi ebenfalls übersetzungsrelevant sind.

NINA JANICH und BERNADETTE KORBACH widmen sich den Strategien der Wissensvermittlung in zeitgenössischen Sachbilderbüchern für Kinder. Die Autorinnen analysieren anhand konkreter Textbeispiele die multimodalen Gestaltungsprinzipien in den von ihnen untersuchten Bilderbüchern, sie beschreiben intermediale Bezüge im Medienwechsel (den wir vom Buch zum Rätselheft wie auch zur DVD beziehungsweise zum Lernspiel erleben) und sie stellen transmediale Anreicherungen von Sachbilderbüchern durch audi-digitale Stifte vor. Transmedialität erweitert das klassische Sachbilderbuch um ein breites Sprachhandlungsinventar insbesondere durch die Audiodigitalisierung. Damit entstehen neue Vermittlungs-, Rezeptions- und Revisionspielräume in der Wissenskommunikation für Kinder.

Karikaturen in Zeitungen werden in der Fachliteratur gelegentlich „gezeichnete Kommentare“ genannt. Das persuasive Potenzial dieser Bild-Text-Sorte macht HEINZ-HELMUT LÜGER (Universität Landau) am Beispiel historischer Karikaturen aus Frankreich und Deutschland deutlich und erläutert dabei verschiedene Handlungs- und Bildstrategien, die Karikaturen mit ihrer auf Überzeugung und Unterhaltung zielenden spöttisch-sarkastischen Kommunikationsmodalität eher in die Nähe von Glossen rücken.

LIISA TIITTULA und MAIJA HIRVONEN (Universität Helsinki) zeigen in der vergleichenden Analyse der Audiodeskription (für Menschen mit Sehschwäche) und der Untertitelung (für Hörgeschädigte) in Bezug auf die Anfangssequenzen des Films *Der Untergang*, dass durch die intermodale Übersetzung eine dynamische Äquivalenz des Informationsangebots erzielt werden kann – auch wenn diese Übersetzung keine Kopie des Originals, sondern ein eigenständiges multimodales Kommunikationsangebot darstellt. Die Erkenntnisse sind

nicht zuletzt für die Gewährleistung einer barrierefreien Kommunikation von Gewicht.

In ihrer kontrastiven Analyse der Bild-Text-Relationen in Artikeln zum Thema Burn-out in drei verschiedenen Sprachversionen der Wikipedia weist EVA GREDEL (Universität Mannheim) große Unterschiede bei der multimodalen Ausgestaltung der untersuchten Artikel nach. Zugleich manifestiert sich in den eingesetzten metaphorischen Mustern eine transnationale Dimension digitaler Diskurse.

WIBKE WEBER von der Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften befasst sich mit multimodalem *Storytelling* und präsentiert Ergebnisse eines norwegisch-schweizerischen Forschungsprojekts, für das DatenjournalistInnen, DesignerInnen sowie ProgrammiererInnen aus führenden Medienunternehmen Deutschlands und der Schweiz interviewt worden sind. Das Ergebnis: Beim multimodalen *Storytelling* ist das Coden und Visualisieren genauso wichtig wie das Schreiben, denn das Ziel ist die Produktion von *Data Stories*, *Storymaps* oder *Explorables*. Charakteristisch ist, dass die Dominanz der verbalen Sprache zugunsten eines multimodalen Zusammenspiels zurück tritt, wobei der visuelle Aspekt zunehmend bedeutsamer wird. Dieses multimodale Zusammenspiel wird am Beispiel von interaktiven Datenvisualisierungen beleuchtet.

Eine textsortenanalytische Perspektive auf Comicblogs führt JANUSZ POCLASK (Kazimierz-Wielki-Universität Bydgoszcz) zu der Frage nach der Funktion dieses hybriden multimedialen Formats. Als Comicblogs sind dabei Weblogs zu verstehen, die als Comics gestaltet sind. Nach POCLASK werden die Narrativität und der (konventionalisierte) Unterhaltungswert von Comics zur Realisierung kommunikativer Handlungen genutzt und zudem mit dem medienspezifischen Potenzial des Weblogs verbunden. Im Medienwechsel lassen sich transmediale Vorgänge analytisch ablesen.

MARTIN KALTENBACHER und THOMAS KALTENBACHER berichten über die Ergebnisse zweier an der Universität Salzburg durchgeführter Studien, in denen mittels der Eyetracking-Analyse die Rezeption touristischer Webseiten durch Probandengruppen mit unterschiedlichem Bildungsstand erfasst wurde. Die Ergebnisse bestätigen einige bisherige Vermutungen über den Verlauf der Rezeption, differenzieren sie jedoch auch. So können beispielsweise saliente Elemente tatsächlich einen Einfluss auf den Lesepfad nehmen, allerdings in etwas anderer Weise als bisher angenommen: Beispielsweise werden Fotos von humanistisch gebildeten Akademikern kaum fixiert. Vektoren, auch versteckte, und sog. *covariate ties* steuern jedoch den Lesepfad und haben das Potenzial, interpretative Sakkaden auszulösen.

Im vierten und letzten Abschnitt des Bandes rücken vier Beiträge Fragen des Medienwechsels oder des Medienvergleichs und somit Aspekte der **Intermedialität** in den Mittelpunkt der Analysen.

In einer vergleichenden Analyse von Hörfunk- und Zeitungskomentaren derselben Journalistinnen und Journalisten geht HARTMUT E. H. LENK (Universität Helsinki) der Frage nach, wie sich die unterschiedlichen Rollen der KommentatorInnen als Gast im Hörfunk oder als Redaktionsmitglied der Tageszeitung äußern. Der unterschiedliche Gebrauch der Personalpronomen der 1. Person Singular deutet auf Differenzen im auktorialen Selbstverständnis, aber auch auf mediale Differenzierung der Textsorte Kommentar hin.

Mit der Frage, wann, wie (oft) und warum ein Medienwechsel manchmal zu einem Wechsel des Titels beim Zielprodukt führt, befassen sich KEN FARØ und LENE VINTHJER JENSEN (beide Universität Kopenhagen). In ihrer Analyse zweier Korpora stellen sie fest, dass ein Titelwechsel bei etwa einem Fünftel des untersuchten Materials vorkommt. Es werden mehr als zehn Typen von Titeländerungen ermittelt. Bemerkenswert ist die Tendenz, dass Titel beim Medienwechsel, anders als bei der Übersetzung, kürzer werden.

ROMAN OPIŁOWSKI (Universität Wrocław) kann anhand eines Fernsehberichts in einer polnischen Nachrichtensendung nachzeichnen, wie Intermedialität argumentativ verwendet werden kann. In der Fallstudie werden die Arten und die Bedeutsamkeit des Medienwechsels des argumentativ herangezogenen medialen Materials analysiert. OPIŁOWSKI legt in einem nächsten Schritt dar, wie Schlagwörter, Schlagbilder und Topoi in diesem Kontext zusammengeführt werden, um polnischen Fernsehzuschauern die Konklusion nahe zu legen, dass das öffentlich-rechtliche Fernsehen in Deutschland Nachrichtenmaterial in anmaßender Weise und zu Ungunsten Polens manipulierte.

Um Wortspiele in Schlagzeilen deutscher und französischer Printwerbung geht es im Beitrag von GÜNTER SCHMALE (Universität Jean Moulin Lyon 3). Der Sinn des Spiels mit der Sprache erschließt sich dem Leser nach SCHMALE dabei nicht aus der verbalen Gestaltung, sondern nur aus dem Rückgriff auf Ko- und Kontext sowie durch intra- und intermediale Analysen.

\*\*\*

Die Ausrichtung der Konferenz im August 2017 und die Entstehung dieses Bandes wären nicht möglich gewesen ohne die finanzielle Unterstützung, die die Herausgeber von verschiedener Seite erhalten haben. Wir bedanken uns bei der Universität Helsinki und ihrem Fonds zur Förderung der Zusammenarbeit mit der Universität Stockholm, der Emil-Öhmann-Stiftung der

Finnischen Akademie der Wissenschaften, dem Dachverband der finnischen Gelehrtenesellschaften TSV, bei der Botschaft Österreichs in Finnland und dem Goethe-Institut Finnland. Unser besonderer Dank gilt allen Autorinnen und Autoren sowie den anonymen Gutachterinnen und Gutachtern für die bereitwillig geleistete Arbeit.

## 6. Bibliographie

- Ayaß, Ruth (2004): Konversationsanalytische Medienforschung. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft* 52 (1), 5–29.
- Baechler, Coline / Eckkrammer, Eva Martha / Müller-Lancé, Johannes / Thaler, Verena (Hrsg.) (2016): *Medienlinguistik 3.0 – Formen und Wirkung von Textsorten im Zeitalter des Social Web*. Berlin: Frank & Timme (Sprachwissenschaft 34).
- Bilut-Homplewicz, Zofia / Hanus, Anna / Mac, Agnieszka (Hrsg.) (2017): *Medienlinguistik und interdisziplinäre Forschung I: Textsortenfragen im medialen Umfeld*. Frankfurt a. M.: Peter Lang (Studien zur Text- und Diskursforschung 15).
- Bilut-Homplewicz, Zofia / Hanus, Anna / Lüger, Heinz-Helmut / Mac, Agnieszka (Hrsg.) (2017): *Medienlinguistik und interdisziplinäre Forschung II: Kontrastive Ansätze im medial geprägten Kontext*. Frankfurt a. M.: Peter Lang (Studien zur Text- und Diskursforschung 16).
- Grösslinger, Christian / Held, Gudrun / Stöckl, Hartmut (Hrsg.) (2012): *Presstextsorten jenseits der News: Medienlinguistische Perspektiven auf Kreativität*. Frankfurt a. M.: Peter Lang (Sprache im Kontext 38).
- Hauser, Stefan / Luginbühl, Martin (Hrsg.) (2014): *Hybridisierung und Ausdifferenzierung. Kontrastive Perspektiven linguistischer Medienanalyse*. Bern u. a.: Peter Lang (Sprache in Kommunikation und Medien 7).
- Hepp, Andreas (2013): *Medienkultur. Medien – Kultur – Kommunikation*. Wiesbaden: Springer.
- Jenkins, Henry (2008): *Convergence culture: where old and new media collide*. New York: New York University Press.
- Jewitt, Carey (2009): Different approaches to multimodality. In: Jewitt, Carey (ed.): *The Routledge Handbook of Multimodal Analysis*. London: Routledge, 28–39.

- Klemm, Michael / Michel, Sascha (2014): Medienkulturlinguistik. Plädoyer für eine holistische Analyse von (multimodaler) Medienkommunikation. In: Benitt, Nora u. a. (Hrsg.): Kommunikation, Korpus, Kultur: Ansätze und Konzepte einer kulturwissenschaftlichen Linguistik. Trier: Wissenschaftlicher Verlag, 183–215.
- Kress, Gunther / van Leeuwen, Theo (2006): Reading images: the grammar of visual design. London: Routledge.
- Lenk, Hartmut E. H. (2013): Sinn und Nutzen textlinguistischer Medienforschung. In: Berdychowska, Zofia / Bilut-Homplewicz, Zofia / Mikolajczyk, Beata (Hrsg.): Textlinguistik als Querschnittsdisziplin. Frankfurt a. M. u. a.: Peter Lang (Studien zur Text- und Diskursforschung 5), 67–83.
- Lenk, Hartmut E. H. / Chesterman, Andrew (Hrsg.) (2005): Presstextsorten im Vergleich / Contrasting Text Types in the Press. Hildesheim, Zürich, New York: Georg Olms (Germanistische Linguistik – Monographien 17).
- Lüger, Heinz-Helmut (2017): Media Linguistics: Interfaces to Media and Communication Studies. In: Bedijs, Kristina / Maaß, Christiane (eds): Manual of romance languages in the media. Berlin, Boston: Walter de Gruyter, 10–31.
- Lüger, Heinz-Helmut / Lenk, Hartmut E. H. (Hrsg.) (2008): Kontrastive Medienlinguistik. Landau: Verlag Empirische Pädagogik (Landauer Schriften zur Kommunikations- und Kulturwissenschaft 15).
- Rajewsky, Irina O. (2002): Intermedialität. Tübingen, Basel: Francke (UTB 2261).
- Robert, Jörg (2014): Einführung in die Intermedialität. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Stöckl, Hartmut (2012): Medienlinguistik. Zu Status und Methodik eines (noch) emergenten Forschungsfeldes. In: Grösslinger, Christian / Held, Gudrun / Stöckl, Hartmut (Hrsg.): Presstextsorten jenseits der ‚News‘. Medienlinguistische Perspektiven auf Kreativität. Frankfurt a. M. u. a.: Peter Lang, 13–34.