

12. Produktionsforschung

Abstract: Während die Struktur multimodaler Kommunikate inzwischen recht gut erforscht ist, weiß man immer noch wenig über deren konkrete Produktionsprozesse, also über die Verfahren und Muster des *Doing Multimodality*. Im Beitrag wird gezeigt, wie man mit ethnografischer Feldforschung, der Dokumentation und Reflexion von Textproduktionsprozessen sowie Experteninterviews die systematische Verknüpfung von Sprache, Bild und Ton erfassen und dabei zugleich Redaktions- und Senderkulturen sowie multimodale Stile oder Ideologien offenlegen kann. Zwei qualitative Verfahren werden vorgestellt: die langfristige Textproduktions- bzw. Schreibprozessforschung, mit der man Produktionsprozesse in einem spezifischen redaktionellen Kontext *en detail* erfassen kann, und die Kurzethnografie, mit der unterschiedliche Settings kontrastiv erforscht werden können. Als Fallbeispiele dienen die Produktion von Fernsehnachrichten und TV-Programmtrailern.

- 1 Zur Erforschung des *Doing Multimodality*
- 2 Darstellung der Methoden: Ethnografische Produktionsforschung
- 3 Beispieldiskussion: Der Fall *Marslaser*
- 4 Leistungsfähigkeit der Methoden: Kritische Beurteilung
- 5 Fazit/Ausblick: Desiderat Produktionsforschung
- 6 Literatur

1 Zur Erforschung des *Doing Multimodality*

Während multimodale Kommunikate in den letzten Jahren vielfältig medienlinguistisch erforscht worden sind (vgl. z. B. Diekmannshenke/Klemm/Stöckl 2011; Schneider/Stöckl 2011), weiß man nach wie vor wenig über die vorausgehenden Produktionsprozesse. Wie werden Sprache, Bild und Ton zusammengefügt in konkreten redaktionellen Kontexten in Presse, Fernsehen oder Online-Medien, aber auch in professionellen wie privaten Konstellationen auf Websites oder in Sozialen Medien? Gibt es standardisierte Verfahren des *Doing Multimodality* oder sind die medienstrukturellen Unterschiede zwischen den Kommunikationsformen sowie die jeweiligen kontextuellen und kulturellen Besonderheiten so relevant, dass es (noch) sehr unterschiedliche Praktiken gibt?

„Multimodales Denken“ ist längst zum Normalfall geworden, etwa im journalistischen Alltag oder in Werbeagenturen (dazu Stöckl 2011), in der Selbstdarstellung von Politikerinnen und Politikern (Klemm 2011; Klemm/Trierweiler 2013) oder Privatleuten, wenn man etwa an den aktuellen Trend der ‚Selfies‘ denkt. Redakteure, Werbe-

texter oder Kommunikationsstrategien integrieren häufig bereits in ihrer Textkonzeption visuelle Komponenten wie Aufmacherfotos (*Key Visuals*) und Grafiken oder in Online-Medien hypertextuelle und multimediale Texterweiterungen wie Audio- und Videodateien, zumal viele Beiträge inzwischen crossmedial für verschiedene Medienformate aufbereitet werden müssen (dazu Hicks/Perrin 2014). Regelmäßig reflektiert und geklärt werden müssen Sprach-Bild-Bezüge beim Bebildern von Artikeln oder beim Betexten von Fotos, bei der Kombination von verbaler Erklärung und Informationsgrafik (dazu Stöckl 2012) im Rahmen eines komplexen multimodalen ‚Textdesigns‘ (dazu bereits Blum/Bucher 1998), noch mehr bei der Produktion audiovisueller Zeichenkomplexen wie Werbespots, Einspielern in TV-Diskussionen (Klemm 2015) oder Nachrichtenfilmen (Gnach/Perrin 2011) am Schnittpunkt. Viele dieser Prozesse finden arbeitsteilig statt und erfordern daher kommunikative Aushandlungen, etwa zwischen Redakteur und Cutter, die man wie die entstehenden Kommunikate selbst als Fenster zu Produktionsprozessen erforschen kann. Hier setzt eine produktionsseitige Multimodalitätsforschung an.

2 Darstellung der Methoden: Ethnografische Produktionsforschung

Im Zentrum der Produktionsforschung steht das ethnografische Aufspüren und Analysieren von Handlungs- und Deutungsmustern im multimodalen Textherstellungsprozess, also von verbalen und nonverbalen Praktiken, die – für die Textrezipienten unsichtbar – hinter den Kulissen stattfinden. Dabei geht es nicht zuletzt darum, vermeintlich unreflektierte Routinen der Akteure im ethnomethodologischen Sinne aufzudecken, um zum Beispiel – aus Beteiligtenperspektive – „gute Praktiken“ von „kritischen Situationen“ (vgl. Gnach/Perrin 2011) abzugrenzen. Aus medienlinguistischer Perspektive wird vor allem das sprachliche und kommunikative Handeln der Akteure dokumentiert und interpretiert. Dabei geht es weniger um das subjektive Rollenverständnis und individuelle Agieren der einzelnen Textproduzentinnen und Textproduzenten als deren Integration in komplexe (z. B. redaktionelle) Handlungszusammenhänge und ihr ständiges Changieren zwischen externen Vorgaben und traditionellen Gepflogenheiten (z. B. aufgrund von Sender- und Redaktionskulturen) auf der einen und individuellen kreativen bzw. innovativen Praktiken auf der anderen Seite. Dieses rekursive Zusammenspiel von Struktur und Handlung führt exemplarisch vor Augen, wie Textproduzenten im Rahmen des stets kulturell vorgeprägten Settings mit den ihnen jeweils zur Verfügung stehenden semiotischen Mitteln Wirklichkeit konstruieren (können).

Empirisch lässt sich dieses *Doing Multimodality* vor allem ethnografisch rekonstruieren, da sich die notwendigen Daten nur durch Feldaufenthalte authentisch erheben lassen (dazu u. a. Wintsch 2006) – Fragebogenerhebungen oder standar-

disierte Befragungen stoßen hier schnell an ihre Grenzen. Brüggemann (2011) plädiert deshalb dafür, solche Produktionsprozesse datengeleitet und hermeneutisch-interpretativ zu erfassen. Dabei können unterschiedliche Datenerhebungsmethoden der qualitativen Medienforschung (dazu Ayaß/Bergmann 2006 und Mikos/Wegener 2005) kombiniert bzw. trianguliert werden. Hierzu gehören: (im Idealfall) Ton- und/oder Videoaufnahmen von den Produktionssettings und den Interaktionen zwischen den Textproduzenten, ansonsten zumindest ausführliche Feldnotizen im Rahmen einer teilnehmenden Beobachtung; (Computer)Aufzeichnungen von den authentischen Textherstellungsprozessen; zudem Leitfaden- bzw. Experteninterviews mit allen Beteiligten sowie Verbalprotokolle von nachträglichen Reflexionen über die Entstehung der produzierten Texte – diese Methoden werden im Folgenden noch ausführlich erläutert.

Grob kann man zwei Formen von Medienethnografie bei der Produktionsforschung unterscheiden: zum einen langfristige Aufenthalte in einem Feld, über die detaillierte Binnenstrukturen und auch Wandelprozesse erfasst werden können; zum anderen „akkumulierte ethnographische Miniaturen“ (Bachmann/Wittel 2006, 191), bei denen durch zeitlich begrenzte Aufenthalte in mehreren Feldern ein breiteres Spektrum unterschiedlicher Settings abgedeckt wird, um typische Muster und Praktiken vergleichen zu können (so z. B. Bölz 2013). Welches Setting bevorzugt wird, hängt von den Möglichkeiten des Feldzugangs und vom Erkenntnisinteresse ab. Langfristige Ethnografie ermöglicht dichte Beschreibungen und differenzierte Analysen der Interaktionsstrukturen, ist aber aufwändig und in vielen Feldern kaum durchführbar (vgl. aber Perrin 2013). Kurzfristige Aufenthalte erlauben hingegen, auch wenn sie keine Detailstrukturen erfassen können, typisierende Vergleiche und damit zumindest symptomatische Rückschlüsse z. B. auf unterschiedliche Redaktions-, Sender- oder journalistische Kulturen (dazu Hahn/ Schröder 2008), denn allgemeine Muster und Praktiken lassen sich nicht von einem einzelnen, noch so ‚tiefen‘ Feldaufenthalt ableiten. In Kapitel 2.1 werden wir mit der multimodalen Schreibprozess- und Redaktionsforschung eine langfristige Ethnografie und in Kapitel 2.2 mit dem Vergleich von Programmtrailer-Produktionen eine akkumulierte Kurz-Ethnografie vorstellen, um die Möglichkeiten und Grenzen beider Ansätze zu verdeutlichen.

Die Auswertung der erhobenen Daten kann sich je nach Erkenntnisinteresse an den theoretischen und methodischen Prämissen verschiedener Ansätze orientieren: etwa an der angewandten Gesprächsforschung (u. a. Brünner/Fiehler/Kindt 1999), den ethnomethodologischen *Studies of Work* (u. a. Bergmann 2006), der Schreibprozessforschung (u. a. Perrin 2001; 2013; Gnach 2013), der multimodalen Diskursanalyse (u. a. Meier 2011) sowie einer kulturorientierten Journalismusforschung (u. a. Klaus/Lünenborg 2000; Brüggemann 2011; Trümper 2011). Ziel ist stets, die rein produzentzentrierte Mikroperspektive dadurch zu überwinden, dass z. B. mit der Redaktion die Mesoperspektive textherstellender Tätigkeiten fokussiert, zum anderen aber auch in Kombination mit Produkt- und Aneignungsanalyse ein holistisches Bild (vgl. Klemm/Michel 2014) des Zyklus von Produktion, Produkt und Rezeption gezeichnet

werden kann, das auch die Einflüsse gesellschaftlicher Dispositive und Diskurse auf die (multimodale) Textproduktion berücksichtigt.

Ausgangspunkt der Produktionsanalysen ist die These, dass die Kombination von Sprache, Bild und Ton nicht zufällig ist, sondern zumindest impliziten Regeln und Zielen folgt. Es geht also darum, die komplexen Handlungen und Praktiken, die der multimodalen Sinnerzeugung zugrunde liegen, einzelfallübergreifend zu rekonstruieren und zu kategorisieren, jeweils unter Berücksichtigung der Kontextregeln (z. B. öffentlich-rechtliches vs. privat-kommerzielles Fernsehen) und Genredispositive (z. B. die politischen/ökonomischen/soziokulturellen Rahmenbedingungen von Nachrichtenfilmen im Vergleich zu Werbespots). Daraus ergeben sich etwa die folgenden Leitfragen:

- (1) Wie äußert sich in den Arbeitsabläufen und Kommunikationen das „verkörperte Wissen“ (Bergmann 2006) der Textproduzenten hinsichtlich des Zusammenspiels der unterschiedlichen Codes und Modalitäten?
- (2) Welche Arten von Redaktions- bzw. Senderkultur und Genrespezifika wirken auf die Konstruktion multimodaler Kommunikate ein und wie trägt das konkrete Handeln wiederum rekursiv zur Konstituierung oder Weiterentwicklung von Mustern bei?
- (3) Ergeben sich daraus spezifische oder übergreifende Stile, die als multimodale Manifestation einer Corporate Identity oder von journalistischen Kulturen interpretiert werden können? Auf diese und weitere Fragen gehen wir auch bei den folgenden Beispielanalysen ein.

2.1 Multimodale Schreibprozessforschung im Journalismus

Die Progressionsanalyse ist ein Mehrmethodenansatz, mit dem Daten auf drei Stufen gewonnen und aufeinander bezogen werden: Vor dem Schreiben wird mit Interviews und teilnehmender Beobachtung die Arbeitssituation nachgezeichnet, während des Schreibens mit computergestützter Beobachtung die Schreibbewegung vermessen, nach dem Schreiben mit datengestützten retrospektiven Verbalprotokollen das Repertoire der Schreibstrategien erschlossen.

Wie man die Progressionsanalyse anwenden kann, zeigt der Fall *Wahlkampf*: Ein Rundfunkjournalist löst Ausschnitte aus einer Wahlkampf-Rede und baut sie in einen neuen Beitrag ein. Dabei unterwirft er sie seinen institutionellen und medialen Produktionsbedingungen sowie seiner Kommunikationsabsicht: Er will mit auditiven Mitteln das „Floskelhafte, Provinzielle“ des Wahlkampfs zeigen (vgl. Abb. 3).

An diesem Beispiel führen die nächsten Seiten die drei Stufen der Progressionsanalyse vor: Arbeitssituation (1), Schreibbewegung (2), Schreibstrategien (3 und 4). Die Daten dieser drei Ebenen ergänzen sich zum Gesamtbild (5).

2.1.1 Die Arbeitssituation erfassen

Vor dem Schreiben hält die Progressionsanalyse mit ethnografischen Interviews und Beobachtungen fest, in welcher Situation jemand schreibt und auf welche Erfahrung sie oder er dabei baut. Wichtig sind etwa die Schreibaufgabe, die Berufssozialisation oder ökonomische und technologische Einflüsse am Arbeitsplatz. Alle diese Faktoren sind einerseits Teil einer realen Welt, andererseits Teil der Vorstellung, die sich der Autor von der Welt macht und die sein Handeln motiviert. – Für die Fallstudie *Wahlkampf* lautet ein Ausschnitt aus der Situationsanalyse:

Echo der Zeit ist die abendliche Hintergrundsendung zu den Nachrichten des Schweizer Radios DRS. Die Redaktion versteht sich laut Redakteur JS als „Bollwerk“ gegen die Tendenz zum Unterhaltungsjournalismus: Man wolle die Stärken des Mediums Radio nutzen, schnell über Neues informieren, Zusammenhänge verständlich aufzeigen, Meinungen kompetenter Persönlichkeiten vermitteln – und dabei die Vielfalt der Präsentationsformen auskosten und mit der Sprache bewusst umgehen. JS, *1955, arbeitet als Auslandredakteur und Produzent bei *Echo der Zeit*. In der Fallstudie schreibt JS ein Feature zum Thema Wahlkampf in Österreich. Acht Minuten soll der Beitrag umfassen, davon gehen drei Minuten an Originalton-Sequenzen („O-Töne“), die JS an Schauplätzen in Österreich aufgezeichnet und bereits geschnitten hat. Diese „O-Töne“ mit Aussagen der Quellen stecken den Textaufbau schon ab. Am Vortag der Ausstrahlung „macht“ JS zwischen 14:00 und 16:30 Uhr den Beitrag. Er tippt zuerst die Stichwörter zu acht „O-Tönen“ ins Textfenster; seinen eigenen Text schiebt er als Moderation dazwischen. Dabei stützt er sich auf seine Eindrücke und auf Informationen aus mitgebrachten Zeitungen. Zwischendurch plaudert er mit Kollegen. Ausgestrahlt wird der *Beitrag im Echo der Zeit* vom 19. März 1998 in der Rubrik *Echo Dossier*. Er dauert mit der Anmoderation 9 Minuten 11 Sekunden. (Fall *Wahlkampf*, Situationsanalyse)

Abb. 1: Fall *Wahlkampf*, Situationsanalyse

2.1.2 Die Schreibbewegung vermessen

Während des Schreibens zeichnet die Progressionsanalyse jeden Arbeitsschritt auf, den jemand am Computer vollzieht. Dazu läuft hinter dem Textprogramm ein Aufzeichnungsprogramm. Das wissen die Schreibenden; anzunehmen ist, dass dieses Wissen sie am Anfang stärker irritiert, mit der Zeit weniger. Technisch bleibt der Aufzeichnungsprozess unsichtbar bis zur Auswertung.

Diese Auswertung geschieht zum Beispiel in S-Notation: Überall dort, wo jemand seinen Schreibfluss unterbricht, um etwas zu löschen oder einzufügen, setzt die S-Notation das Break-Zeichen | in den Text. Gelöschte Stellen, Deletionen, stehen in [eckigen Klammern]; nachträgliche Einfügungen, Insertionen, stehen in {geschweiften Klammern}. Insertionen und Deletionen bilden zusammen die Revisionen. Die Zahlen unten an den Break-Zeichen und oben an den Klammern zeigen die Reihenfolge der Schritte, der Revisionen an:

```

Bürgermeister-Rede-Ton während 8'' aufziehen 3{, dann drunterhalten3 |4
Es gehe 1{um die Zukunft2[ hat|2]2, 5{hat der Bürgermeister ge|5
|68{meint8 |9}1 |3 6{9[e]9 |1010{sagte10 |11 der 7{brüger|7 }7Bürgermeister6 |8
4{,und11{ meinte den Semmeringtunnel, die Sozialpolitik22[ und]22 |23 23{,23
|24 die EU-Osterweiterung 24{ und andere Wahlkampf-Themen24 |25.
Bd A) o-ton 2: Höger 08''
Bd A) o-ton 3: Höger 13''
Bd A) o-ton 4: Pröll 27''
Bd A) o-ton 4: Pröll 27''

```

Abb. 2: Fall *Wahlkampf*, Revisionen in S-Notation

Erkennbar wird hier, dass JS zuerst eine Liste von Originaltönen notiert hat und nun den ersten („Bürgermeister-Rede-Ton“) und den zweiten („BD A o-ton 2“) mit einer Überleitung verbindet, wobei er die Regieanweisung zum ersten Originalton mit „dann drunterhalten“ ergänzt (Revision 3). Ähnlich wird er anschließend die weiteren Originaltöne mit Übergängen verbinden.

2.1.3 Ein Verbalprotokoll erstellen

Nach dem Schreiben erschließt die Progressionsanalyse die Repertoires individueller Schreibstrategien: Ist der Schreibprozess abgeschlossen, können sich die Autorinnen und Autoren in Echtzeit oder im Zeitraffer anschauen, wie der Text am Bildschirm entstanden ist. Dabei sagen sie laufend, was sie beim Schreiben getan haben und warum sie es getan haben. Ein Tonaufnahmegerät zeichnet diese datengestützten retrospektiven Verbalprotokolle auf. So kommentiert JS den Originalton des Redners:

```

Und da geht es auch noch darum, dass das noch so ein schöner Ton ist,
du weißt, so unterhaltsam, wenn der da so etwas radebrechend die Leute
dazu aufruft, SP zu wählen, weil es geht um die Zukunft. Das ist all
das Floskelhafte, Provinzielle. Das finde ich noch so schön, wenn man
das so zeigen kann. Also es ist wirklich halt etwas Länder-Reisen-
Völker. Also so nach draußen schauen, ohne dass es jetzt gerade, ja,
so knallharte Information sein muss, sondern auch etwas unterhalten.

```

Abb. 3: Fall *Wahlkampf*, Protokoll zu Revision 53

JS' retrospektives Verbalprotokoll ist natürlich nicht zu lesen als eine originalgetreue Wiedergabe der Überlegungen, die der Autor während des Schreibprozesses tatsächlich so angestellt hat. Vielmehr bringt JS, angeregt durch die Beobachtung seines eigenen Schreibens, einzelne der Überlegungen zur Sprache, die er in vergleichbaren Situationen anstellen könnte: Überlegungen, die in seinem Wissen über Sprache,

zum Sprachgebrauch und besonders zur Textproduktion gründen. Sie heißen hier Schreibstrategien.

Dabei sind Verzerrungen möglich. JS könnte zum Beispiel nur Dinge sagen, die er für erwünscht hält, – also von Strategien sprechen, mit denen er die Forschenden beeindrucken will. Bei der Datenaufzeichnung und -auswertung sind solche Verzerrungen stets mit zu bedenken und wenn möglich zu verhindern. Auch wichtig ist aber, dass kein heute greifbares Verfahren ein direktes Fenster in den Kopf öffnet; Strategien, Überlegungen, Denkmuster können stets nur indirekt erschlossen werden.

2.1.4 Die Schreibstrategien erschließen

Unter Schreibstrategie verstanden wird hier die verfestigte, bewusste und damit benennbare Vorstellung davon, wie Entscheidungen beim Schreiben (bzw. multimodalen Textproduzieren) zu fällen sind, damit eine Schreibaufgabe optimal gelöst werden kann; damit also der Schreibprozess und das Textprodukt mit höherer Wahrscheinlichkeit eine zielgemäße Gestalt annehmen und eine zielgemäße Funktion erfüllen kann. Mit Blick auf die noch unverbundene Liste der Originaltöne etwa sagt JS:

Ja gut, das hat natürlich etwas damit zu tun, dass man diese O-Töne ja so geschnitten hat, dass es einen Sinn- oder, hoffentlich einen Sinn gibt. So kann man es dann aneinanderreihen. [...] Also, das Konzept entsteht eigentlich beim Schneiden der O-Töne. Respektive, eigentlich schon beim Aufnehmen, also beim Fragen hast du ja schon das Konzept, weil du hast das Thema, das du ausführen möchtest. Dann fragst du auch etwas in diese Richtung.

Abb. 4: Fall *Wahlkampf*, Protokoll vor Revision 1

In diesen beiden Äußerungsfolgen zeigen sich Strategien: mit dem Informationsbeitrag auch unterhalten; dazu die Rede eines „radebrechend[en]“ Politikers als Originalton einbauen, also multimodal rekontextualisieren, weil „das so ein schöner Ton ist“ und weil sie „das Floskelhafte, Provinzielle“ zeigt; vor dem Schreiben die Originaltöne „aneinanderreihen“ und das Konzept des Beitrags „beim Schneiden der O-Töne“ entwickeln, wenn es nicht schon vor den Interviews feststeht.

2.1.5 Die Leistung der Progressionsanalyse

Die Progressionsanalyse des Falls *Wahlkampf* ergibt also: Die Rekontextualisierungen erfüllen primär produktionstechnische und mediendramaturgische Funktionen;

der Journalist steckt mit Originaltönen sowohl den Produktionsprozess als auch das Textprodukt ab. Zuerst bestimmt er die Abfolge der „O-Töne“, dann schreibt er seine Teile als Brücken von „O-Ton“ zu „O-Ton“. Dabei rekontextualisiert er die Originaltöne vorwiegend nach seiner eigenen Gestaltungsabsicht – die von der vermutbaren Handlungsabsicht des Sprechers im Originalkontext stark abweichen kann, wie das Beispiel der Wahlkampf-Rede zeigt.

2.2 Ethnografische Miniaturen zur Programmtrailer-Produktion

Im Rahmen einer Feldforschung zur Produktion von TV-Programmtrailern wurden mehrere Redaktionen von Fernsehsendern oder beauftragte eigenständige Produktionsfirmen für die Dauer von zwei bis vier Tagen begleitet (vgl. Klemm/Michel 2014). Beim Sample wurde darauf geachtet, dass sowohl öffentlich-rechtliche als auch private Redaktionen abgedeckt wurden, um unterschiedliche Senderkulturen und Dispositive zu berücksichtigen. Die Erhebung, die insbesondere unterschiedliche Verfahren bei der Trailerproduktion identifizieren sollte, fand von September bis Oktober 2012 in den Trailer-Redaktionen von *Globe tv* (Produktionsunternehmen für *Das Erste*), *Phoenix*, *NDR* sowie *RTL* statt. Während des Feldaufenthalts wurden leitfadengestützte Experteninterviews mit leitenden Redaktionsmitgliedern durchgeführt, um die spezifischen institutionellen Rahmenbedingungen der Trailerproduktion zu erfassen, und Videoaufnahmen von relevanten Prozessen und Ereignissen gemacht. Da die meisten Autoren weitgehend allein an der Produktion von Trailern arbeiteten, folgte die Datenerhebung überwiegend dem Prinzip der sprachlichen Rekonstruktion von Handlungsabläufen, das heißt die unterschiedlichen nonverbalen Handlungsschritte mussten mittels begleitender Befragung versprachlicht werden. Interaktionen, die sich zwischen Cuttern, Sprechern und leitenden Redakteuren ergaben, wurden gesprächsanalytisch ausgewertet.

Die Analysen zeigen, dass die Produktion von TV-Trailern keinem einheitlichen Muster folgt. Von der Sichtung des Rohmaterials bis zur Endabnahme eines leitenden Redakteurs – die einzigen obligatorischen Handlungsschritte – gibt es vielmehr optionale Praktiken, die sich individuell und redaktionell unterscheiden können. Innerhalb der Sender und Redaktionen jedoch sind die einzelnen Arbeitsschritte keineswegs variabel. So ist der Sichtung des Materials bei *Globe tv* etwa ein Briefing vorgeschaltet, in dem der leitende Redakteur zusammen mit den Trailerautoren und dem/den Praktikanten mögliche inhaltliche Gestaltungsaspekte diskutiert und die thematischen Schwerpunkte vorgibt. Beim *NDR* wiederum stellen die Kooperation von Autor und Cutter sowie zwischen Autor und leitendem Redakteur zentrale redaktionskulturelle Prämissen dar, während bei *Phoenix* die autonome Arbeit der Autoren charakteristisch ist. Daraus lässt sich auch der jeweilige institutionelle Stellenwert der Programmtrailer ableiten (z. B. bei *RTL* höher als bei *Phoenix*).



Abb. 5: Kommunikative Aushandlungsprozesse zwischen Autorin (re.) und Cutterin bei der Trailerproduktion

Die multimodale Sinnggebung wird somit von der lokalen Redaktions- und Senderkultur gerahmt, in der sich unterschiedliche Philosophien oder gar Ideologien der Verknüpfung von Sprache, Bild und Ton widerspiegeln (weswegen z. B. Trailer von *Phoenix* und *RTL* grundlegend anders gestaltet sein müssen, was vor allem die Experteninterviews deutlich zeigen). Dies äußert sich etwa beim Aushandeln von Bildelementen zwischen Autor und Cutter, manifestiert sich aber in erster Linie auf der Mikroebene im situativen Handeln des Redakteurs. Dieser ist es, der verantwortlich mit der Produktion der einzelnen Trailer betraut ist und die unterschiedlichen Zeichensysteme zusammenführt. Trotz aller seitens der Redakteure betonten Individualität lassen sich musterhafte Prozeduren und Routinen bestimmen, je nachdem, ob die Redakteure sprach-, bild- oder tonzentriert vorgehen (sollen/müssen).

Beim sprachzentrierten Vorgehen lässt sich der Autor von dem zuerst produzierten Sprechertext leiten und wählt (ggf. mit Unterstützung des Cutters) passend die Bildelemente und die Musik aus. Das bildzentrierte Vorgehen verfährt genau andersherum, indem zunächst Bildausschnitte montiert werden, wozu schließlich der passende Text geschrieben und die Musik ausgesucht wird. Geht der Autor tonzentriert vor, lässt er sich ganz von einer selbst ausgewählten Musik leiten und schneidet im Rhythmus die Bilder zusammen bzw. erstellt den Sprechertext. Während die ersten beiden Varianten sehr häufig sind, ist letztere die Ausnahme, da die Trailermusik meist als *Product Identity* – neben der für einen Sender charakteristischen Sprecherstimme und dem vorgegebenen Layout – als identitätsstiftendes Element vorgegeben und somit Ausgangspunkt für das Arrangement aller anderen Modalitäten ist.

Insgesamt offenbart die Produktionsanalyse, dass die Autoren Handlungsabläufe folgen, die durch eine ausgeprägte Hierarchie der Modalitäten geprägt ist: In einer Art Reißverschlussverfahren werden die übrigen Modalitäten der dominierenden Modalität eingegliedert, immer orientiert an der ‚von oben‘ erwarteten Stilgebung des Senders und dem Programmgenre: Diese kulturellen Muster sind aber oft die eher implizite Grundlage der Arbeit im Schneiderraum.

Die skizzierten Abläufe lassen sich als „gute Praktiken“ im Sinne von Gnach/Perrin (2011) charakterisieren, als Muster mit der Option zur individuellen Variation,

stellen also Prototypen des reibungslosen Produktionsablaufes dar. Dennoch finden sich in dem Korpus auch „kritische Situationen“ (Gnach/Perrin 2011), etwa wenn der zuvor erstellte Sprechertext nicht mehr zu den mit dem Cutter ausgehandelten Bildelementen passt, was eine partielle Reformulierung des Texts notwendig macht, oder wenn sich Texter und Cutter prinzipiell über die Gestaltungsstrategie uneinig sind. An zwei Fallbeispielen soll demonstriert werden, welche Rückschlüsse solche „kritischen Situationen“ zwischen Autor (A) und Cutter (C) auf das *Doing Multimodality* in Redaktionen erlauben:

Fallbeispiel 1: „Hamburgs Hafenmeile“

01 A: Und dann müssen wir noch ausm Anfang äh moderne also von den den
 02 neuen Bauten da Bilder, Luftbilder oder Bilder also erst irgendwie
 03 vielleicht nen Luftbild und dann...

04 C: Und warum willst du diese gute Stimmung mit Fischmarkt, weil das
 05 ist doch eher dieses Klischee, was jeder kennt, was man überall...

06 A: Ja, soll ja auch. Man soll sich da ja auch wiederfinden und so.
 07 Also ich finde jetzt nur die Domina zu zeigen, also das is ja
 08 schon lange eigentlich nich mehr so da.

09 C: Also ich finde mit diesem Typen, der äh seinen Wagen zumacht,
 10 das find ich super, weil das sieht so aus er wird verdrängt ...

11 A: Ja, das ham wir doch eben gehabt irgendwie wir wollen doch nicht
 12 mit nem negativen anfangen...das is ja beim Themenwechsel, dann könn
 13 wir den nehmen. Aber erstmal wollen wir ja äh...

14 C: Aber das meinte ich ja eben, weil das kennen wir ja alle..also
 15 Fischmarkt irgendwie das kennen doch alle alle alle...

16 A: Ja, aber das gibt es ja auch noch.

17 C: Aber das ist ja das, was allmählich verdrängt wird...

18 A: Der Fischmarkt wird nie, never ever verdrängt, der ist da seit 125
 19 Jahren.

20 C: Ja, aber in der Form und der Kultur wird es wahrscheinlich
 21 irgendwann weniger werden...

22 A: Jaaaaa, aber das möchte ich jetzt halt nicht...ich weiß nicht, ich
 23 möchte nicht mit so nem mit so nem, dann hat man doch kein Bock
 24 mehr das zu kucken, wenn's irgendwie alles scheiße ist oder?

25 C: Also ich hab kein Bock das zu kucken, wenn ich Bilder sehe, die
 26 ich schon hunderttausend Mal gesehen hab...

27 A: Ja, ich natürlich auch nicht, aber...der Zuschauer...

28 C: Sagst du mal so...

29 A: Sag ich mal so, ja...der will nicht nur ... Kummer und Sorgen haben,
 30 sondern auch unterhalten werden...und das ist ja, das ist jetzt hier
 31 nicht ne hochkritische Sendung.

32 C: Nee?

33 A: Nee! Nee, nö, das is so'n Bilderteppich von der Hafenmeile, wer da
 34 so wohnt, was die da so machen, was das da so kostet...

35 C: Okay....

Abb. 6: Transkript Interaktion Redakteurin – Cutterin

Fallbeispiel 1 stellt einen Teilausschnitt der Produktion des TV-Trailers für die Dokumentation *Hamburgs Hafenneile* im NDR dar. Strukturell handelt es sich hierbei um die Kernphase der Produktion, in der Autorin und Cutterin das konkrete Bildmaterial auswählen und diskutieren (sequenziell gerahmt von einer Prä- und Postproduktion). An diesem Punkt geht es um die Frage, ob die Bildsequenz eher das traditionelle (harmonische) oder das moderne (bedrohte) Stadtbild Hamburgs verkörpern soll. Während die Bildauswahl üblicherweise konsensuell verläuft, wird hier ein Dissens deutlich, der sich weniger als bildbezogener denn als inhaltlicher Konflikt herausstellt, aber für die Bildauswahl zentral wird. Während die Cutterin zudem – mit einem selektiven Zugriff ohne Kenntnis des Bezugstexts – trailerorientiert argumentiert und nur die Ästhetik dieses *Komprimats* (vgl. Klemm/Michel 2014) im Blick hat, orientiert sich die Autorin holistisch an der zu Grunde liegenden Dokumentation. Für sie stehen Genre- (Z 33 *so'n Bilderteppich von der Hafenneile* und Z 31–32 *das ist jetzt hier nicht ne hochkritische Sendung*) sowie Adressatenangemessenheit im Zentrum des Interesses (Z 23–24 *dann hat man doch kein Bock mehr das zu kucken, wenn's irgendwie alles scheiße ist oder?*). Dabei wird ein eher klischeehaftes Bild vom Zuschauer deutlich (Z 29–31 *ja...der will nicht nur...Kummer und Sorgen haben, sondern auch unterhalten werden*), das auf die Bildauswahl und damit die multimodal konstruierte Realität durchschlägt. Diese (vorgeschobene?) strikte Orientierung an der Zuschauererwartung impliziert zudem, dass ein Trailer keinen Raum für Experimente bereitstellt, die Angriffsflächen bieten könnten.

Redaktionskulturell lässt sich dieser Gesprächsausschnitt als eine Aushandlung von hierarchischen Kompetenz- und Machtstrukturen zwischen Cutter und Autorin lesen, was durch eine zweite Interaktion bei der Produktion eines anderen Programtrailers gestützt wird:

Fallbeispiel 2: „Schmeiß weg, kauf neu“

01 C: Äh, da find ich den Anfang ganz gut.
 02 A: Was sagt er am Anfang?
 03 C: Er sagt irgendwie: „Oh mim Handy...äh...1,2 Jahre alt, oh ist das alt“
 04 A: Ja...
 05 C: Und dann...ähm...“die Gesellschaft hat sich gewandelt“. Find ich auch
 06 nicht schlecht.
 07 A: Aber das ist dann irgendwie schon wieder so’ne Antwort, weißte,
 08 dann ham wir den ganzen Film erzählt. Du sollst dir das Ding ja
 09 ankucken und...ähm...das is so so’n Fazit find ich.
 10 C: Find’st du? Dass die Gesellschaft sich gewandelt hat?
 11 A: Weil ich frag ja was anderes, ob die Verschleißteile so konzipiert
 12 sind, dass...ähm...dass man immer was Neues kaufen soll, das hat mit
 13 der Gesellschaft ja jetzt nicht wirklich was zu tun, sondern mit
 14 der...Industrie...Kannst es ja mal rausnehmen.
 15 C: Also ich denk aber das is ja nicht die große Überraschung, das das
 16 sowas...äh...dass das...äh...
 17 A: Doch ich war schon überrascht, dass ich meinen nicht reparieren
 18 lassen konnte.
 19 C: Mit der Gesellschaft, dass die sich verändert hat.
 20 A: Achso.
 21 C: Aber das ist doch aber die Gesellschaft verändert sich, weil immer
 22 wieder dieses neue Kaufen dazukommt, isses ja auch so, dass sich
 23 die Industrie umstellt.
 24 A: (lacht) Ja, oder die Industrie macht es und die Gesellschaft ver-
 25 ändert sich, also Henne oder Ei, also das is...äh...das können wir,
 26 glaub ich, nicht lösen.
 27 C: Okay.
 28 A: Ich glaube, die Industrie ist schuld, die Gesellschaft passt sich
 29 an.
 30 C: Also ich mag einfach mal ganz gerne so ne philosophische Aussage
 31 dadrin, das find ich irgendwie...
 32 A: Im Trailer?
 33 C: Ja.
 34 A: Da hast du gar keine Zeit nachzudenken glaub ich.
 35 C: Okay.

Abb. 7: Transkript Aushandlung Redakteurin – Cutterin

Ähnlich wie bei Fallbeispiel 1 entpuppt sich ein Dissens bezüglich der Frage des Bildmaterials als inhaltlicher Dissens: Während die Cutterin aus idealistischer, themenbezogener Perspektive argumentiert (Z 30–31 *ich mag einfach mal ganz gerne so ne philosophische Aussage dadrin*), nimmt die Autorin den (realistischen) Blickwinkel des Zuschauers ein, der *das Ding ja ankucken* (Z 9–10) soll und *gar keine Zeit [hat] nachzudenken* (Z 35).

In beiden Interaktionen fügt sich die Cutterin letztlich, wenn auch etwas widerwillig, der Argumentation der Autorin, wie entsprechende *Cues* (*Okay Z 35* bei Fallbeispiel 1 und *Z 36* bei Fallbeispiel 2) verdeutlichen, und akzeptiert ihre der Autorin nachgeordnete hierarchische Rolle. Somit geben ethnographische Analysen des *Doing Multimodality* nicht nur Hinweise auf genretypische Bild-Sprache-Ton-Verknüpfungsverfahren, sondern auch Aufschluss über redaktionskulturelle Praktiken und Hierarchien – und dies kontrastiv im Rahmen solcher Kurzethnographien, in denen zumindest Muster und Routinen deutlich werden.

Noch etwas machen die Produktionsforschung und die auch darauf aufbauende Feinanalyse der Kommunikationsform TV-Programmtrailer deutlich: Die Produktion von Trailern unterscheidet sich zumindest in drei Aspekten fundamental von der Produktion eines Werbespots: Zum einen wird bei der Trailerproduktion in aller Regel auf vorhandenes Rohmaterial zurückgegriffen, während für den Werbespot neues Bildmaterial erzeugt wird. Die Aufgabe der Trailer-Autorinnen und -Autoren besteht gerade darin, vorhandene Kommunikate zu ‚recyclen‘ und in einer neuen Bedeutung und Funktion (nämlich Programmwerbung) zu rekontextualisieren. Dies ist zweitens verbunden mit einer spannungsfördernden Narration, die – auch dies im eklatanten Kontrast zur Produktwerbung – als ‚Cliffhanger‘ am Ende abbricht und bewusst offen gelassen wird: Erst das Betrachten der Sendung soll die kalkulierten Leerstellen des Trailers auflösen. Zum dritten basieren Werbespots auf einem extrem aufwändigen, arbeitsteiligen und kostspieligen Prozess mit vielen Arbeits- und Kontrollschritten und zudem auf einem detaillierten Storyboard, während Trailer mitunter die recht spontane Arbeit eines einzelnen Redakteurs sind, deren Ergebnis manchmal nicht einmal von höherer Ebene abgenommen wird – bei Werbespots undenkbar. Das *Dispositiv Programm-Trailer* unterscheidet sich somit in markanten Aspekten von dem eines Werbespots.

3 Beispieldiskussion: Der Fall *Marslaser*

Am 9. März 2007 hält der Schweizerische Nationalfonds eine Medienkonferenz ab, um eine Neuheit von *Alpes Lasers* vorzustellen, einer Spin-off-Unternehmung der Universität Neuenburg. Die NASA soll damit ein Fahrzeug ausrüsten, das auf dem Mars nach Spuren von Leben suchen wird. *Télévision Suisse Romande*, das öffentliche Fernsehen der französischsprachigen Schweiz, berichtet darüber in der Abendausgabe der Hauptnachrichtensendung *Téléjournal*. Der Journalist J.R. lässt den Entwickler des Lasers ausführlich zu Wort kommen und ein Experiment vorführen. Wie der Laser aber Leben aufspüren und damit den Auftrag der NASA erfüllen helfen soll, bleibt im Dunkeln. Der Fall *Marslaser* zeigt, wie entscheidend Emergenz im Verarbeiten von Text und Bild ist.

3.1 Das Produkt

Im Nachrichtenbeitrag erfährt man, dass die Schweizer Firma *Alpes Lasers* stolz ist, den Laser zu fertigen, mit dem die NASA Spuren von Leben auf dem Mars entdecken will. Man sieht den Laser, die winzigen Bauteile, die Labors. Man hört von einem Marsfahrzeug, auf das der Laser montiert wird, und von organischen und anorganischen Methan-Molekülen, die identifiziert werden sollen. In einem Interviewausschnitt im Beitrag zeigt sich der Entwickler stolz, zur Klärung einer grundsätzlichen Frage beizutragen. Trotz dieser Vielfalt an Perspektiven und Details aber erfährt man nicht, wie es gelingen soll, mit einem Laserstrahl Spuren von Leben auf dem Mars zu entdecken; das Erklärstück ist nicht schlüssig.

```
018 A: le laser à cascade
019   on peut le focaliser sur une longueur d'onde bien précise
020   qui est la longueur d'onde à laquelle justement on va chercher
021   à détecter ces gaz qui seront la trace d'une vie passée sur mars
022 O: La société alpes lasers fabrique cette petite boîte
023   qui sera fixée au véhicule d'exploration
024   et qui projettera un faisceau laser dans l'atmosphère martienne
025   à la recherche de molécules de méthane
026   l'objectif est de savoir
027   si ces molécules sont d'origines minérales ou animales
```

Abb. 8: Fall *Marslaser*, Erklärstück

Was fehlt, ist die Information, dass das Licht des gezeigten Lasers genau so schnell schwingt, dass es nur von organischen Methan-Molekülen zurückgeworfen werden kann, und dass auf dem Marsfahrzeug nicht nur ein Sender montiert ist, sondern auch eine Sonde, die das reflektierte Licht empfangen kann. Wo diese Sonde anschlägt, muss der Laserstrahl auf organisches Methan getroffen sein – was dann gedeutet wird als Spur gegenwärtigen oder früheren Lebens auf dem Mars.

3.2 Der Prozess

Warum fehlt das entscheidende, das sinnstiftende Glied im Erklärstück? Die Analyse der Prozessdaten zeigt, dass der Journalist J.R. stark mit sprachlichen (Vor)Formulierungen und Bildern arbeitet und sich kaum von der Ebene dieser Zeichen löst, um aus Distanz zum Detail zu fragen nach Sinn, Hauptaussage, Gesamtzusammenhang. Er entwickelt seinen Beitrag formgeleitet, als Nachrichten-Quotestory. Die Geschichte entsteht um Quotes und Bilder herum, die er am Vortag am Schauplatz aufgezeichnet hat.

```

0003 je suis en train de regarder les images
0004 qu'on a tournées hier
0005 et puis si tu veux
0006 le but est d'arriver à isoler les morceaux d'interview
0007 pour pouvoir articuler mon texte autour des sonores
0008 que je vais garder dans la diffusion du sujet
...
0167 parce que j'ai en haut la retranscription
0168 de tous les sonores
0169 oui des interviews que j'ai
...
0183 ça me permet de voir en haut les sonores dont je dispose
0184 et puis de voir comment les intégrer au texte en bas

```

Abb. 9: Fall *Marslaser*, Verbalprotokoll

Zuerst schreibt J.R. alleine am Beitrag. In dieser Phase entwirft und überarbeitet er vor allem Ein- und Überleitungen, feilt an Formulierungen. Ausführlich überlegt er sich, wie er einen attraktiven Anfang gestalten kann mit einem Laser, dessen Strahl man nicht sieht. Ein Experiment vom Vortag im Labor soll helfen: Getroffen vom unsichtbaren Laserstrahl, entfacht sich ein Streichholz wie von selbst. Damit will J.R. die Aufmerksamkeit des Publikums gewinnen.

```

0025 c'est la première phrase du texte
0026 et c'est là qu'il faut être-
0027 essayer d'accrocher
0028 trouver la formule qui va le mieux avec les images
0029 et sera susceptible d'intéresser le téléspectateur
0030 et c'est pour ça que je la soigne un peu
0031 alors je parle d'abord sur ce laser qu'on voit pas
0032 et puis je ne sais pas où ça va m'amener
0033 mais il faut bien que j'essaye quelque part
0034 donc j'essaye

```

Abb. 10: Fall *Marslaser*, Verbalprotokoll

3.3 Bildeffekt vor Logik

Nachdem J.R. den Anfang getextet hat, lässt er sich von Recherchenotizen und spontanen Ideen weiterziehen, ohne bewussten Plan. Das intuitive Vorgehen begründet er damit, auch der Klang der Sprache sei wichtig, nicht nur die Bedeutung. Als weitere Leitlinien für die Textproduktion nennt er zum Beispiel, die Adressaten mit der Botschaft zu erreichen und die Beitragszeit von 1:30 einzuhalten. Zudem will er mit einem

möglichst fertigen Textvorschlag in den Schnittraum gehen, um die Cutterin zu entlasten und die Kollegen nicht warten zu lassen, die ihre Beiträge auch dort bebildern und vertonen müssen.

```
0134   mais au moins j'ai quelques lignes érectrices
0135   qui me permettent de ne pas me perdre complètement
      [...]
0260 B: hum hum c'est des idées qui viennent
0261   et puis comment est-ce qu'elles sont bien amenées
0262   pas très bien amenées
0263   ça honnêtement c'est plus inconscient que réfléchi
0264   parce qu'il y a aussi-
0265   il faut aussi faire attention à la sonorité
```

Abb. 11: Fall *Marslaser*, Verbalprotokoll

Für die Erklärung seines wissenschaftlich-technischen Gegenstandes kopiert er *Quotes* ein – transkribierte Teile aus dem Interview, das er mit dem Hersteller des Lasers geführt hat. Damit lagert er die Verantwortung für die Richtigkeit der Erklärung aus: *comme ça je ne me fais pas totalement tuer par les scientifiques qui me disent voilà encore un journaliste qui ne ne comprend rien*. Da der Gesprächspartner nur die technische Funktion seines eigenen Teilprodukts erklärt hat, bleibt der Gesamtzusammenhang im Dunkeln: Man erfährt, was den Laser auszeichnet, aber nicht, was und wie er zur Lösung des Problems der NASA beiträgt, Leben auf dem Mars nachzuweisen.

```
l'inté64[er|64]64r65[e|65]65,66[e|^|66]66êt de la 67[BN|67]67,68[bn|68]68,69[Ba|69]69Nasa70[,
qui veut munir un véhicule d'exploration mat|70]70... A tel
71[pou|71]71poi72[t|72]72nt qu78[e ]78|7979{ 'un véh147[ci|147]148{ic|148]149ule d'explo-
ration mar80[it|80]80tien ser81[ |81]81a équipé d'un laser 82[aà|82]82à cascade
pour trouver des tra83[vec|83]83ces de vie dans l'atmosph84[pèr|84]84ère de la
planète rouge. }79|85
85{09.37.52: La raison c'est que le laser à cascade on peut le focaliser
sur une longueur d'onde bien précise qui est la longueur d'onde justement
à laquelle on va chercher à détecter ces gaz qui seront la trace d'une
vie passée sur Mars et justement le laser à cascade a cette propriété
unique qu'on peut le faire émettre à ces longueurs d'onde là146{.}146|147
97[
94[A q86[e|86]86uel87[eq|87]87ques pât88[eé|88]88és de 89[am|89]89mai90[ns|90]90son de
l91[0|91]91,92[=?|92]92Univers93[ti|93]93ité|94]94Quelques pât95[e|95]95és de
mais96[non|96]96on plus|97]97|98]98[
```

Abb. 12: Fall *Marslaser*, S-Notation. Während der Autor an den Formulierungen der Ein- und Überleitungen zwischen den *Quotes* feilt, kopiert er die Erklärung (Mitte) als ganzen Textblock aus Notizen ein.

3.4 Verpasste Chance kollaborativer multimodaler Textproduktion

Später, beim Bildschnitt, suchen J.R. und die Cutterin anschauliche Bilder, etwa um im Einstieg zu zeigen, dass der Laser die Kraft hat, ein Streichholz zu entfachen, obwohl er für das Auge unsichtbar ist. Zwar fragt dann die Cutterin wiederholt, warum man mit einem solchen Laser Spuren von Leben finden und nachweisen könne. J.R. indes bleibt auch ihr die Erklärung des Gesamtzusammenhangs schuldig:

```

0507 C: ouais mais j'comprends pas pourquoi il trouv-
0508     il vont tuer la vie qu'y a alors
0509 B: non ils vont pas la tuer
0510 C: ben si l'laser il les brûle
0511 B: le laser il brûle mmh mmh
0512     c'est c'que j'craignais
0513 C: c'était pour ça qu'tu m'as choisi hein
        [...]
0523     ils vont passer
0524     ils vont scanner l'atmosphère martienne
0525     pis voir si y a des molécules
0526 C: pour voir c'qui passe dedans
0527 B: c'qui passe dedans
0528     ils règlent la longueur d'onde du rayon laser
0529     sur ces molécules
0530     c'qu'explique le professeur
0531 C: d'accord

```

Abb. 13: Fall *Marslaser*, Schnittplatzgespräch

Die kritische Situation in dieser Textproduktion besteht also darin, aus vielen vorgefertigten Teilen etwas Neues herzustellen, das mehr ist als die Summe der Teile – und zugleich die weniger zentrale Information ausblendet. Die NASA liefert Hintergrundwissen zur Mission, die Interviews und Aufnahmen bei *Alpes Lasers* fokussieren auf das Teilprodukt Kaskaden-Laser, dazwischen wäre die Brücke zu schlagen: Welche Funktion erfüllt der Schweizer Laser in der Mission? Auf erneute Nachfrage und einen Anstoß der Cutterin – *und dann kommt er [der Laserstrahl] zurück (Z 0546)* – nähert sich J.R. einer Erklärung:

0534 C: ok
 0535 et pis après
 0536 mais- ces ptites boîtes
 0537 B: mmh mmh
 0538 C: elles t'envoient l'laser
 0539 B: mmh mmh
 0540 C: mais elles font que envoyer l'laser
 0541 B: ouais
 0542 C: ou elles les elles font les-
 0543 elles doivent bien donner l'résultat
 0544 B: oui
 0545 elles envoient le rayon laser sur une longueur d'onde
 0546 C: pis après y r'vient
 0547 B: pis après il r'vient quand il rencontre le machin
 0548 C: si il y aura quelque chose
 0549 et si il rencontre quelque chose
 0550 B: le truc c'est qu'il peut rencontrer qu'un seul type de heu
 0551 il est programmé pour rencontrer
 0552 qu'une seule catégorie de molécules

Abb. 14: Fall *Marslaser*, Schnittplatzgespräch

Zu diesem Zeitpunkt ist er aber stark mit dramaturgischen Überlegungen befasst. Er erkennt nicht, dass ihn die Cutterin etwas fragt, was sich auch das Publikum fragen könnte. So lässt er die leicht unscharfe Version stehen, der Laser sei „programmiert, nur eine Sorte Moleküle anzutreffen“. Die präzise Erklärung kann der Journalist nicht in den Formulierungen und Bildern seiner Quellen finden, er müsste sie selbst bauen: zum Beispiel beim Planen des Beitrags, indem er das Erklärstück zu Ende denkt, bevor er schreibt – oder beim Arbeiten mit der Cutterin, indem er ihre inhaltlichen Fragen als Warnsignal nutzt und ganz beantwortet, im Gespräch mit ihr und dann auch im Beitrag. Den grundsätzlichen Anspruch nämlich, die Hauptbotschaft klar und verständlich zu vermitteln, erhebt der Journalist durchaus:

0278 on prend vite du temps
 0279 si on veut rentrer dans tous ces détails-là
 0280 il faut trouver des ellipses
 0281 il faut arriver à faire passer le message
 0282 de façon qu'il soit clair et compréhensible
 0283 à tous les niveaux

Abb. 15: Fall *Marslaser*, Schnittplatzgespräch

3.5 Umbau wäre bis zuletzt möglich

Dass es bis zuletzt noch möglich gewesen wäre, den Offtext neuen Einsichten anzupassen, belegt ein später Schritt dieser Beitragsproduktion. Die Bilder sind ausgewählt und geschnitten, der Offtext gesprochen und aufgezeichnet. Man ist deutlich früher fertig geworden als geplant. Beim Anschauen des fertigen Beitrags bemerkt die Cutterin, dass es dramaturgisch geschickter sein könnte, im Beitrag früher zu sagen, wer den Laser herstellt. Daraufhin redigiert der Journalist den Anfang, teilt dem Sendungsleiter mit, er sei gleich fertig, und zeichnet zusammen mit der Cutterin den Offtext des Anfangs noch einmal auf.

```

0534 C: ok
0535   et pis après
0536   mais- ces ptites boîtes
0537 B: mmh mmh
0538 C: elles t'envoient l'laser
0539 B: mmh mmh
0540 C: mais elles font que envoyer l'laser
0541 B: ouais
0542 C: ou elles les elles font les-
0543   elles doivent bien donner l'résultat
0544 B: oui
0545   elles envoient le rayon laser sur une longueur d'onde
0546 C: pis après y r'vient
0547 B: pis après il r'vient quand il rencontre le machin
0548 C: si il y aura quelque chose
0549   et si il rencontre quelque chose
0550 B: le truc c'est qu'il peut rencontrer qu'un seul type de heu
0551   il est programmé pour rencontrer
0552   qu'une seule catégorie de molécules

```

Abb. 16: Fall *Marslaser*, Schnittplatzgespräch

4 Leistungsfähigkeit der Methoden: Kritische Beurteilung

Die Beispiele haben gezeigt, dass man durch ethnografische Redaktionsforschung und die Dokumentation wie Reflexion von Textherstellungsprozessen authentische Einblicke in die konkrete systematische oder auch spontane Verknüpfung von Sprache, Bild und Ton bei komplexen audiovisuellen Kommunikaten gewinnen kann. Deutlich werden dabei ebenso „gute Praktiken“, also bewährte Routinen und Muster, wie „kritische Situationen“ (vgl. Gnach/Perrin 2011). Deutlich werden zudem redakti-

onskulturelle Vorgaben oder gar senderbezogene multimodale Ideologien, wodurch ein *RTL*-Trailer etwa spannungsreicher geschnitten sein muss als ein *Phoenix*-Trailer, der deutlich mehr auf Sprache Wert legt. Deutlich werden schließlich auch Konflikte und Hierarchien in der arbeitsteiligen multimodalen Textproduktion, ebenso der Einfluss aktueller technischer Wandelprozesse im Crossmedia-Zeitalter. Die empirische Produktionsforschung liefert so wertvolle Hintergrundinformationen für Produktanalysen und medienkulturelle Reflexionen, etwa über Ursachen, Formen und Folgen der zunehmenden ‚Audiovisualisierung‘ von Kommunikation.

So erkenntnisreich und notwendig empirische und qualitative Produktionsforschung demnach ist, sie stößt auch schnell an Grenzen. Kurzfristige Ethnografien können nicht die erwünschte Tiefe erlangen, sie bleiben auf symptomatische Stichproben beschränkt. Eine langfristige ethnografische Erhebung von Produktionsprozessen hingegen ist, wie schon erwähnt, aufwändig und beeinflusst zudem die üblichen Abläufe, so dass Redaktionen tendenziell nur dazu bereit sind, wenn sie sich, etwa im Rahmen transdisziplinärer Aktionsforschung, Nutzen zum Erreichen auch ihrer praxisrelevanten Ziele versprechen. Den Forschenden wird dann Einblick gewährt, wenn in früheren ähnlichen Projekten solcher Praxisnutzen ausgewiesen werden konnte. Gefragt ist hier also eine Forschungsstrategie und -kultur konsequenter Zusammenarbeit von berufspraktischen und wissenschaftlichen Fächern (vgl. Perrin 2012; Perrin 2013, 197–205).

Was leistet zum Beispiel die skizzierte Progressionsanalyse, was nicht? Sie erfasst einzelne Fälle multimodaler Textproduktion genau und vielschichtig, und sie kann Widersprüche und Parallelen feststellen zwischen dem, was ein Autor vor dem Schreiben über sein Schreiben sagt, was er beim Schreiben tut und was er danach zu Protokoll gibt. Als Mehrmethodenansatz verbindet die Progressionsanalyse also drei unterschiedliche, sich ergänzende Blickwinkel und ermöglicht so eine plastische Vorstellung vom Gegenstand. Sie bleibt aber im Kern auf die einzelnen Schreibenden ausgerichtet, auf das Textproduzieren als kognitiven und materialen Prozess. Die Erkenntnis über Wechselwirkungen zwischen der Organisation oder einer anderen Gemeinschaft und den kommunizierenden einzelnen Akteuren bleibt an die Schilderungen der untersuchten Akteure und an die teilnehmende und computergestützte Beobachtung an deren Arbeitsplatz gebunden. Das Verfahren ist aufwändig, schon im Einzelfall. Soll erforscht werden, wie ganze Gemeinschaften wie etwa Redaktionen ihre Texte in Zusammenarbeit produzieren, muss die Progressionsanalyse mit weiteren Methoden verbunden werden (vgl. Perrin 2013, 56–67).

5 Fazit/Ausblick: Desiderat Produktionsforschung

Produktionsanalysen zur Entstehung multimodaler Kommunikate sind – auch aufgrund des geschilderten Aufwands und des schwierigen Feldzugangs – in den meisten Domänen nach wie vor ein Desiderat der medienlinguistischen wie kommunikationswissenschaftlichen Forschung. Dabei können sie auf der Mikroebene detailliert zeigen, wie und wozu Sprache, Bild, Ton und deren Subsysteme bei unterschiedlichen Genres systematisch kombiniert werden, welches Wissen darüber in Redaktionen vorhanden ist und welche (unterschiedlichen) Ablaufstrukturen, Reflexionen und Aushandlungsprozesse bis hin zu Konflikten für die Textproduktion erforderlich sind. Zudem lassen sich über die Analyse typischer Produktionsprozesse auf der Mesebene auch komplexere Muster und Stile und damit multimodale Sender- und Redaktionskulturen rekonstruieren (z. B. öffentlich-rechtliche vs. privat-kommerzielle Sender), die auf der Makroebene als Symptome für (nationale) journalistische Kulturen oder die multimodale Gestaltung von Diskursen gedeutet werden können. So unterscheiden sich Nachrichtenkulturen zum Beispiel im interkulturellen Vergleich auch im Hinblick auf das multimodale Design, erkennbar etwa an den Sendungsintros, Farben und Logos, dem Studioarrangement, dem Moderationsstil, der Verwendung von animierter Schrift (*Crawls*), der Stilisierung von Nachrichten zwischen Sprechermeldung und *Action News* – alles Ergebnis redaktioneller Entscheidungs- und Produktionsprozesse, die meist im Verborgenen bleiben.

Viele relevante Settings und Genres wurden noch gar nicht produktionsanalytisch erfasst. Zum Beispiel Auslandsredaktionen, die in Filmreportagen über fremde Länder kulturelle Stereotype multimodal konstruieren – nach welchen Kriterien, nach welchem Mustern, mit welchen Intentionen, mit welchen multimodalen Bausteinen? Oder die Produktion von TV-Jahresrückblicken und sonstiger Geschichtssendungen, die man als multimodales Auswahl- und Rekontextualisierungshandeln interpretieren kann, das unser kulturelles Gedächtnis beeinflusst (zur Produktanalyse vgl. Klemm in diesem Band). Oder die Herstellung von Imagefilmen in institutionellen oder unternehmerischen Kontexten. Viele weitere Anwendungsfelder ließen sich ergänzen. Die multimodale Produktionsforschung steht noch weitgehend am – allerdings viel versprechenden – Beginn.

6 Literatur

- Ayaß, Ruth/Jörg Bergmann (Hg.) (2006): *Qualitative Methoden der Medienforschung*. Reinbek.
 Bachmann, Götz/Andreas Wittel (2006): *Medienethnographie*. In: Ayaß/Bergmann, 183–219.
 Bergmann, Jörg (2006): *Studies of Work*. In: Ayaß/Bergmann, 391–405.
 Blum, Joachim/Hans-Jürgen Bucher (1998): *Die Zeitung. Ein Multimedia. Textdesign – ein Gestaltungskonzept für Text, Bild und Grafik*. Konstanz.

- Bözl, Marcus (2013): Fußballjournalismus. Eine medienethnografische Analyse redaktioneller Arbeitsprozesse. Wiesbaden.
- Brüggemann, Michael (2011): Journalistik als Kulturanalyse. Redaktionskulturen als Schlüssel zur Erforschung journalistischer Praxis. In: Olaf Jandura/Thorsten Quandt/Jens Vogelgesang (Hg.): Methoden der Journalismusforschung. Wiesbaden, 47–65.
- Brunner, Gisela/Reinhard Fiehler/Walther Kindt (Hg.) (1999): Angewandte Diskursforschung. 2 Bde. Opladen.
- Diekmannshenke, Hajo/Michael Klemm/Hartmut Stöckl (Hg.) (2011): Bildlinguistik. Theorien – Methoden – Fallbeispiele. Berlin.
- Gnach, Aleksandra (2013): Produktion von Fernsehnachrichten. Unterschiede zwischen der deutsch- und französischsprachigen Schweiz. Wiesbaden.
- Gnach, Aleksandra/Daniel Perrin (2011): Kritische Situationen und Gute Praktiken. Text-Bild-Strategien kooperativer Nachrichtenproduktion. In: Diekmannshenke/Klemm/Stöckl, 213–229.
- Hahn, Oliver/Roland Schröder (Hg.) (2008): Journalistische Kulturen. Internationale und interdisziplinäre Theoriebausteine. Köln.
- Hicks, Troy/Daniel Perrin (2014): Beyond single modes and media. In: Eva-Maria Jakobs/Daniel Perrin (eds.): Handbook of writing and text production Volume 10. New York et al., 231–253.
- Klaus, Elisabeth/Margret Lünenborg (2000): Der Wandel des Medienangebots als Herausforderung an die Journalismusforschung. Plädoyer für eine kulturorientierte Annäherung. In: Medien & Kommunikationswissenschaft 48 (2), 188–211.
- Klemm, Michael (2011): Bilder der Macht. Wie sich Spitzenpolitiker visuell inszenieren (lassen) – eine bildpragmatische Analyse. In: Diekmannshenke/Klemm/Stöckl, 187–209.
- Klemm, Michael (2015): Wenn Politik auf Video-Einspieler trifft. Zur multimodalen Argumentation in der politischen Fernsehdiskussion „Hart aber fair“. In: Heiko Girth/Sascha Michel (Hg.): Polit-Talkshow. Interdisziplinäre Perspektiven auf ein multimodales Format. Stuttgart, 96–120.
- Klemm, Michael/Sascha Michel (2014): Medienkulturlinguistik. Plädoyer für eine holistische Analyse von (multimodaler) Medienkommunikation. In: Nora Benitt u. a. (Hg.): Korpus – Kommunikation – Kultur: Ansätze und Konzepte einer kulturwissenschaftlichen Linguistik. Trier, 183–215.
- Klemm, Michael/Carmen Trierweiler (2013): Visual Politics und (Un)Doing Gender in der Spitzenpolitik. Visuelle Selbstdarstellungsstrategien im Vergleich der Geschlechter. In: Kathleen Starck (Hg.): Von Hexen, Politik und schönen Männern – Geschlecht in Wissenschaft, Kultur und Alltag. Münster, 41–58.
- Meier, Stefan (2011): Multimodalität im Diskurs. Konzept und Methode einer multimodalen Diskursanalyse (multimodal discourse analysis). In: Reiner Keller u. a. (Hg.). Handbuch Sozialwissenschaftliche Diskursanalyse 1 – Theorien und Methoden. 3., erw. Aufl. Wiesbaden, 499–532.
- Mikos, Lothar/Claudia Wegener (Hg.) (2005): Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch. Konstanz.
- Perrin, Daniel (2001): Wie Journalisten schreiben. Ergebnisse angewandter Schreibprozessforschung. Konstanz.
- Perrin, Daniel (2012): Transdisciplinary action research. Bringing together communication and media researchers and practitioners. In: Journal of Applied Journalism and Media Studies 1 (1), 3–23.
- Perrin, Daniel (2013): The Linguistics of Newswriting. Amsterdam/Philadelphia.
- Schneider, Jan Georg/Hartmut Stöckl (Hg.) (2011): Medientheorien und Multimodalität. Ein TV-Werbespot – Sieben methodische Beschreibungsansätze. Köln.
- Stöckl, Hartmut (2011): Werbekommunikation – linguistische Analyse und Textoptimierung. In: Karlfried Knapp u. a. (Hg.): Angewandte Linguistik. Ein Lehrbuch. 3., überarbeitete und erweiterte Aufl. Tübingen, 245–266.

- Stöckl, Hartmut (2012): Finanzen visualisieren – Die Text-Bild-Sorte Infographik. In: Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie 81, 177–199.
- Trümper, Stefanie (2011): Redaktionskultur in Deutschland am Fallbeispiel der Frankfurter Allgemeinen Zeitung und der Bild-Zeitung. In: Monika Elster (Hg.): Die Aneignung von Medienkultur. Wiesbaden, 173–192.
- Wintsch, Dani (2006): Doing News. Die Fabrikation von Fernsehnachrichten. Eine Ethnografie videojournalistischer Arbeit. Wiesbaden.