

Tagesworkshop: Zeitschriften als Wissens- und Bildungsmedien

Booklet of Abstracts

Auftaktveranstaltung einer Workshopreihe des ZMI-Forschungsschwerpunkts
„Literalität und Bildung in der Mediengesellschaft“ <http://www.uni-giessen.de/fbz/zmi-verbundprojekt>

Ansprechpersonen und Kontakt

melanie.grumt-suarez@germanistik.uni-giessen.de

thomas.gloning@germanistik.uni-giessen.de

Tagesprogramm

11:00-11:15	Melanie Grumt Suárez (JLU Gießen): Begrüßung und Einführung
11:15-12:00	Thomas Gloning (JLU/ZMI Gießen): Wissensräume von Zeitschriften in Beiträgen, Heften und Heft-Serien: Textorganisation und Informationsdesign
12:00-12:45	Daniel Pfurtscheller (Universität Innsbruck): Zeitschriften als multimodale Wissensformate: Grundlagen und empirische Befunde zu Gestaltungsprinzipien in populären Wissenszeitschriften
12:45-13:30	Hans-Jürgen Bucher (Universität Trier): Visualisieren als Strategie der Wissenspräsentation in Zeitschriften: Ein medienhistorischer Rückblick auf die Entwicklung vom 19. Jahrhundert bis heute
13:30-14:30	Pause (Imbiss, Besichtigung von Postern)
14:30-15:15	Jana Pflaeging (Universität Salzburg): Science for the Masses: Intra- und intermediale Vergleiche akademischer Magazine auf dem Weg zur Populärwissenschaftlichkeit um 1900 und um 2000
15:15-16:00	Kirsten von Hagen (JLU/ZMI Gießen): Abenteuerreisen als inszeniertes Wissen: Das <i>Magasin d'éducation et de récréation</i> als Bildungs- und Wissensmedium
16:00-16:15	Kurze Kaffeepause
16:15-17:00	Norman Ächtler (JLU Gießen): ‚Philologisch-Pädagogische Zeitschriften‘ des 19. Jahrhunderts als Medium struktureller Kopplung zwischen Schule und Hochschule: Der Diskurs zur Schiller-Vermittlung an den höheren Lehranstalten
17:00-17:15	Schlussbemerkung, Perspektiven, Organisation der Publikation

Call for Abstracts

Wissenszeitschriften sind ein wichtiger und vielfältig ausdifferenzierter Sektor im Zeitschriftenangebot und auch im Spektrum der Wissens- und Bildungsmedien. Neben Informationsgewinnung und Weiterbildung spielen bei vielen Zeitschriftenangeboten Komponenten der Unterhaltung und des Lesegenusses eine wichtige Rolle. Die Vielfalt von Zeitschriftenangeboten bezieht sich u.a. auf thematische Bereiche, die von Politik, Literatur, Religion, Musik, Reisen, Essen und Kochen, Garten- und Tierwelt, Sport, Computer, Mode und Lifestyle bis zu wissenschaftlichen Fachzeitschriften unterschiedlicher Disziplinen reichen. Daneben lassen sich Zeitschriften auch über die Adressatenkreise differenzieren, z.B. Laien/Experten oder Kinder/Erwachsene.

Zeitschriften sind Gegenstand unterschiedlicher **Forschungsperspektiven**, die von der Textlinguistik und Multimodalitätsforschung über Kommunikations- und Medienforschung bis hin zur Bildungsforschung und zur disziplinären Fachgeschichte reicht.

Der Workshop soll eine Reihe von Workshops eröffnen, in denen unterschiedliche Wissens-, Informations- und Bildungsmedien im Rahmen des ZMI-Forschungsschwerpunkts „Literalität und Bildung in der Mediengesellschaft“ (<http://www.uni-giessen.de/fbz/zmi-verbundprojekt>) untersucht werden sollen.

Im Mittelpunkt des Zeitschriftenworkshops stehen folgende Forschungsperspektiven und **Fragestellungen**:

- Welche unterschiedlichen kommunikativen Verfahren der Wissensorganisation und der Wissensvermittlung werden in Zeitschriften verwendet? Gibt es wiederkehrende Muster und typische Darstellungsstrategien?
- Wie lassen sich Textorganisation und multimodale Gestaltung unterschiedlicher Beitragstypen beschreiben?
- Welche Strategien der thematischen Organisation gibt es? Wie hängen thematische Organisation und Wissensorganisation zusammen?
- Wie werden Prinzipien der Verständlichkeit und Brauchbarkeit umgesetzt? Wie wird Zielgruppenorientierung realisiert?
- Welche Bedeutung hat die Medienspezifität von Zeitschriften für die kommunikativen Gestaltungsspielräume?
- Welche Unterschiede bestehen zwischen gedruckten und elektronischen Zeitschriften?

- Inwiefern bedingen spezifische Themen die Gestaltungsaufgaben, die im Rahmen einzelner Beiträge erfüllt werden müssen (z.B. geschichtliche Themen vs. medizinische Themen)?
- Wie lassen sich Strategien der Leserlenkung und der Navigation systematisieren?

Weitere Perspektiven und Fragestellungen sind nicht ausgeschlossen, sondern ausdrücklich erwünscht.

Der **Tagesworkshop** wird auf insgesamt sechs Vorträge mit jeweils 45 Min. (30 Min. Vortrag + 15 Min. Aussprache) begrenzt sein. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, weitere Projekte und Themen mit Hilfe von Postern zu präsentieren. Posters können z.B. als Präsentationsform genutzt werden, um Einblicke in laufende Arbeiten zu geben oder Ergebnisse abgeschlossener Untersuchungen zu präsentieren.

Die ausgearbeiteten Vorträge und ggf. weitere Beiträge sollen zeitnah in einem Band veröffentlicht werden, der in einem Open Access-Format mit Druckoption in der Reihe „Sprache, Literatur, Kommunikation – Geschichte und Gegenwart“ erscheinen soll.

Abstracts der Vorträge

Thomas Gloning (Justus-Liebig-Universität Gießen, ZMI Gießen)

thomas.gloning@germanistik.uni-giessen.de

Wissensräume von Zeitschriften in Beiträgen, Heften und Heft-Serien:
Textorganisation und Informationsdesign.

Die gegenwärtige Zeitschriftenlandschaft umfasst neben Serviceangeboten (z.B. Fernsehzeitschriften), mehr oder weniger ausschließlich der Unterhaltung gewidmeten Blättern auch Publikumszeitschriften, die neben der Unterhaltung vor allem der Wissensvermittlung dienen. Solche Zeitschriften gibt es zu klassischen Wissensfeldern wie z.B. der Philosophie, der Architektur oder der Kunst(geschichte), zu aktuellen Bereichen wie der Politik (z.B. „Der Spiegel“), aber auch zu Handlungsfeldern und Lebensbereichen wie Gesundheit, Kochen, Wandern, Mountainbike-Fahren, Reisen, zu einzelnen Sportarten usw. Neben solchen stärker thematisch fokussierten Angeboten stehen Zeitschriften für bestimmte Zielgruppen wie z.B. „GEOLino“, „GEOmini“, „Brigitte“ oder „Brigitte Woman“, die in der Regel ein breites thematisches Spektrum und damit ein „Auswahlmenü“ von Beiträgen aufweisen. Schließlich haben einige Zeitschriften bereits eine lange Tradition: Die „Merian“-Hefte zum Beispiel gibt es in einer bemerkenswert stabilen Konzeption seit den späten 1950er Jahren.

Im Hinblick auf Wissensorganisation und Wissensvermittlung sind drei unterschiedliche Betrachtungseinheiten zu unterscheiden, die von unterschiedlicher Komplexität sind: (i) Auf der Ebene des einzelnen Beitrags (z.B. eine „National Geographic“-Reportage über den Wettlauf zum Südpol) kann man fragen, wie die thematische Anlage einen bestimmten Wissensraum erzeugt und mit welchen textuellen, visuellen und multimodalen Verfahren dieser Wissensraum konstituiert und strukturiert wird. (ii) Auch mit einzelnen Zeitschriftenheften werden Wissensräume erzeugt, sie sind aber vielfach durch eine spezifische Konfiguration von Teilthemen im Rahmen einer Zeitschriftenkonzeption geprägt. (iii) Die periodische Erscheinungsweise von Zeitschriften in Serien erzeugt darüber hinaus einen noch komplexeren Wissensraum, z.B. ein breites Wissen über Städte, Landschaften und Länder der Erde, das vor allem für kontinuierliche LeserInnen (z.B. von „Merian“-Heften) erreichbar ist.

Mit dem Hinweis auf den Typus des kontinuierlichen Lesers wird darüber hinaus deutlich, dass wir zum einen produktanalytisch nach der Struktur der Wissensräume fragen können, die mit Beiträgen, Heften und Zeitschriftenserien konstituiert werden, dass wir darüber hinaus aber auch nach dem Zusammenhang von persönlichen Spielarten der Rezeption und der Entstehung individueller Wissensbestände fragen müssen.

In meinem Beitrag wird es zum einen konzeptionell darum gehen, wie die Grundlagen einer multimodal ausgebauten Textlinguistik erweitert werden müssen, um den Zusammenhang zwischen Wissensräumen unterschiedlicher Komplexität und Entstehungsdynamik mit der Gestaltung von Zeitschriften-Beiträgen, -Heften und -Serien systematisch erfassen zu können. Zum anderen möchte ich an unterschiedlichen Beispielen auch die Streubreite der in und mit Zeitschriftenbeiträgen, -Heften und -Serien konstituierten Wissensräume aufzeigen.

Daniel Pfurtscheller (Universität Innsbruck)

daniel.pfurtscheller@uibk.ac.at

Zeitschriften als multimodale Wissensformate: Grundlagen und empirische Befunde zu Gestaltungsprinzipien in populären Wissenszeitschriften.

Die öffentliche Vermittlung und Transformation von Wissen gehört zu den zentralen kommunikativen Aufgaben und Leistungen von Zeitschriften. Im Vortrag werden Zeitschriften aus medienlinguistischer Sicht als Formate popularisierender Wissensvermittlung betrachtet. Im Vordergrund steht dabei die Frage nach medienspezifischen Formen der Aufbereitung, Präsentation und Vermittlung von Wissen im Rahmen populärwissenschaftlicher Zeitschriften.

Den Forschungshintergrund bilden medienlinguistischen Überlegungen zu Multimodalität und Wissensformaten in den Medien. Die im Kontext von Zeitschriften beobachtbaren Verfahren und Formen der multimodalen Gestaltung und kommunikativen Rahmung von Wissen werden im Vortrag begrifflich als „Formatierung von Wissen“ gefasst. Der Begriff des Medienformats wird dabei als eine Zwischenkategorie genutzt, die sich auf die mittlere Ebene zwischen der Makroebene des Mediums und den Mikrostrukturen der einzelnen Beiträge bezieht. Im Zusammenhang mit einer Analyse der Multimodalität geht es bei der Untersuchung der Formatierung von Wissen in Zeitschriften um die Frage, wie medienspezifische Ressourcen der Gestaltung in wissensbezogenen Angeboten zusammengeführt werden und welche übergeordneten Prinzipien dabei erkennbar werden.

Als Untersuchungsmaterial dient eine Auswahl aktueller populärwissenschaftlicher Zeitschriften, die hinsichtlich ihrer Textsortenprofile, Art der Themenaufbereitung und Zielgruppenorientierung einige Unterschiede erwarten lassen (u.a. „Spektrum der Wissenschaft“, „P.M.“, und „Wunderwelt Wissen“). Im Rahmen einer exemplarischen Analyse wird versucht, wiederkehrende Gestaltungsprinzipien, kommunikativen Verfahren der Wissensorganisation und die multimodale Gestaltung unterschiedlicher Beitragstypen zu beschreiben. Ziel der Medienproduktanalyse ist es herauszufinden, welche Aspekte zur zeitschriftenspezifischen Formatierung von Wissen gehören und entlang welcher Prinzipien wissensbezogene Angebote in Zeitschriften ausgestaltet und hinsichtlich ihrer Verständlichkeit und Unterhaltsamkeit adressatenorientiert optimiert werden.

Der Vortrag bietet eine kurze Bestandsaufnahme der medienwissenschaftlichen Zeitschriftenforschung, erörtert Grundfragen der medienlinguistischen Analyse von multimodalen Wissensformaten und stellt abschließend vorläufige Ergebnisse der qualitativen Produktanalyse zur Diskussion.

Hans-Jürgen Bucher (Medienwissenschaft, Universität Trier)

bucher@uni-trier.de

Visualisieren als Strategie der Wissenspräsentation in Zeitschriften: Ein medienhistorischer Rückblick auf die Entwicklung vom 19. Jahrhundert bis heute.

Es ist sicher kein Zufall, dass der Beginn der bildbasierten Wissenschaftskommunikation an ein breiteres Publikum (Brogiato/Fritscher/Wardenga 2005; Reichle 2002; Rowley-Jolivet 2010; Rudwick 1976) und das, was von Medienhistorikern als „Zeitschriften-Revolution“ (Mott 1954) bezeichnet wird, im 19. Jahrhundert nahezu gleichzeitig einsetzen. Mit der illustrierten Zeitschrift etabliert sich in zwei transnationalen Entwicklungsschüben, – dem Aufstieg der Penny Press ab 1830 und der dem der illustrierten Zeitungen ab 1840 – ein Massenmedium, das Text und Visualisierungen erstmals systematisch einsetzt. Es ist deshalb nicht erstaunlich, dass eine der ältesten Wissenschaftszeitschriften, die „Scientific American“, bereits im Editorial der ersten Ausgabe von 1845 das Visualisieren als grundlegendes publizistisches Konzept explizit ankündigt: „Each number will be furnished with from two to five original engravings, many of them elegant, illustrative of new inventions, scientific principles, and curious works (Scientific American, No 1, 1845, S. 1). Die später folgende Zeitschrift „Nature“ hat ab ihren Ausgaben in den 1880er Jahren eine feste Rubrik „Science in the Magazines“, in der Wissenschaftsbeiträge aus illustrierten Zeitschriften besprochen werden. Darin ist ein deutlicher Hinweis darauf zu sehen, dass das neue Massenmedium der Zeitschriften im 19. Jahrhundert nicht nur ein Unterhaltungs-, sondern auch ein Wissensmedium war. Der Vortrag soll ausgehend vom 19. Jahrhundert einige Station der Visualisierungsgeschichte in Wissensmedien nachzeichnen. Dabei wird es auch um Fragen gehen, welche Veränderungen der Wissenspräsentation in Zeitschriften das Visualisieren zur Folge hatte und welchen Einfluss technologische Entwicklungen dabei spielen.

Literatur

Brogiato, Heinz-Peter/Fritscher, Bernhard/Wardenga, Ute (2005): „Visualisierungen in der deutschen Geographie des 19. Jahrhunderts. Die Beispiele Robert Schlagintweit und Hans Meyer.“ In: *Berichte zur Wissenschaftsgeschichte. Organ der Gesellschaft für Wissenschaftsgeschichte* 28(1): 237-254.

Bucher, Hans Jürgen (2016): „Ein ‚Pictorial Turn‘ im 19. Jahrhundert? Überlegungen zu einer multimodalen Mediengeschichte am Beispiel der illustrierten Zeitungen.“ In: Geise, Stephanie/Birkner, Thomas/Arnold, Klaus/Löblich, Maria/Lobinger, Katharina

- (Hrsg.): *Historische Perspektiven auf den Iconic Turn. Die Entwicklung der öffentlichen visuellen Kommunikation*. Köln: Herbert von Halem Verlag, 280-317.
- Mott, Frank Luther (1954): „The magazine revolution and popular ideas in the Nineties.“ In: *American Antiquarian Society*, April 1954: 195-214.
- Reichle, Ingeborg (2002): „Medienbrüche.“ In: *Kritische Berichte. Zeitschrift für Kunst- und Kulturwissenschaften* 30 (1): 40-56.
- Rodríguez Estrada, Fabiola Cristina/Davis, Lloyd Spencer (2015): „Improving Visual Communication of Science Through the Incorporation of Graphic Design Theories and Practices Into Science Communication.“ In: *Science Communication* 37(1): 140-148.
- Rowley-Jolivet, Elizabeth (2010): „The evolution of medical imagery in the 19th century: The Lancet, 1823-1905.“ In: Banks, David (Hrsg.): *Aspects diachroniques du texte de spécialité*. Paris: L’Harmattan: 53-74.
- Rudwick, Martin J. S. (1976): „The Emergence of a Visual Language for Geological Science 1760-1840.“ In: *History of Science* 14(3): 149-195.

Jana Pflaeging (Universität Salzburg)

jana.pflaeging@sbg.ac.at

Science for the Masses: Intra- und intermediale Vergleiche akademischer Magazine auf dem Weg zur Populärwissenschaftlichkeit um 1900 und um 2000.

Dieser Vortrag beschäftigt sich mit kommunikativen Strategien der Wissenschaftspopularisierung am Beispiel zweier der heutzutage prominentesten und gleichzeitig tradiertesten populärwissenschaftlichen Magazine auf dem amerikanischen Zeitschriftenmarkt, dem National Geographic und dem MIT Technology Review. Beide Magazine entstehen im späten 19. Jahrhunderts zunächst als fachwissenschaftliche Zeitschriften in forschungs-institutioneller Rahmung und zum vorrangigen Zweck des akademischen Diskurses in Expertenzirkeln (Abramson 2010; Stöckl 2017). Im Verlauf ihrer Publikationsgeschichte wenden sie sich jedoch einer breiten populären Leserschaft zu – die Zeitpunkte dieses Turns zur Populärwissenschaftlichkeit liegen dagegen weit auseinander:

Bereits etwa zehn Jahre nach der Erstausgabe beginnen die Herausgeber des NatGeo mittels „eyewitness, first hand account[s] [with] simple and straightforward writing“ (Abramson 2010: 48) und fotografischen Reproduktionen (Lutz & Collins 1993; Pflaeging 2016) ein größeres Publikum anzusprechen. Das 1899 gegründete MIT Technology Review hingegen vollzieht erst 1998 einen Relaunch mit dem Ziel, das Magazin für einen breiteren Adressatenkreis zu öffnen (vgl. Lohr 1998; Stöckl 2017). Im Hinblick auf eine medien-linguistische Untersuchung von Wissenschaftspopularisierung – bisweilen noch ein Desiderat (vgl. Bongo 2014; siehe aber Jaki/Sabban 2016; Pflaeging 2016, 2017; Stöckl 2017) – bietet sich hier die Möglichkeit zu diachron-kontrastiven Analysen innerhalb eines journalistischen Mediums sowie zu Vergleichen zweier journalistischer Medien. Legt man einen soziologisch-institutionellen Medienbegriff (vgl. Stöckl 2012) zugrunde, so kann man hier von Konstellationen intra- und intermedialer Vergleiche sprechen.

Im Fokus dieses Vortrages steht aus diesem Grund eine vergleichende Analyse des NatGeo und des MITTR zur Zeit ihrer Hinwendung zum populärwissenschaftlichen Journalismus. Die NatGeo-Hefte April 1895 und Januar 1905 sowie die MITTR-Ausgaben Januar 1995 und Januar 2005 dienen als Untersuchungskorpus. Durch eine Analyse der Genreprofile (Luginbühl 2014), der Bebilderungsprofile einzelner Textsorten (Stöckl 2017), sowie typischer Sprache-Bild-Bezüge innerhalb der Textsorte Feature Article (Pflaeging 2017) werden entstehende – insbesondere multimodale – Popularisierungsstrategien auf verschiedenen Beschreibungsebenen nachgezeichnet. Dies ermöglicht es nicht nur, Ent-

wicklungslinien innerhalb eines Printmediums zu verfolgen, sondern die eingesetzten Strategien vor dem Hintergrund einer sich in stetigem Wandel begriffenen Medienlandschaft zu deuten.

Literatur

- Abramson, Howard S. (2010): *National Geographic: Behind America's Lens on the World*. New York/Bloomington: iUniverse.
- Bongo, Giancarmine (2014): „Die Sprache der Popularisierung: Eine Standortbestimmung.“ In: Bongo, Giancarmine/Caliendo, Giuditta (Hrsg.): *The Language of Popularization: Theoretical and Descriptive Models*. Bern et al: Lang, 223-246.
- Jaki, Sylvia/Sabban, Annette (Hrsg.) (2016): *Wissensformate in den Medien: Analysen aus Medienlinguistik und Medienwissenschaft*. Berlin: Frank & Timme.
- Luginbühl, Martin (2014): *Medienkultur und Medienlinguistik: Komparative Textsortengeschichte(n) der amerikanischen „CBS Evening News“ und der Schweizer „Tageschau“*. Bern: Lang.
- Lohr, Steve (1998): „M.I.T. Re-Engineers Magazine to Attract New Readers and Ads.“ In: *New York Times Online*. URL: <http://www.nytimes.com/1998/04/20/business/mit-re-engineers-magazine-to-attract-new-readers-and-ads.html>.
- Pflaeging, Jana (2016): „Communicative Potentials and their Use: The Case of Popular Science Writing.“ In: Brock, Alexander/Schildhauer, Peter (Hrsg.): *Communication Forms and Communicative Practices: New Perspectives on Communication Forms, Affordances and What Users Make of Them*. Frankfurt/Main: Lang.
- Pflaeging, Jana (2017): „Tracing the narrativity of National Geographic feature articles in the light of evolving media landscapes.“ In: *Discourse, Context & Media* 20: 248-261.
- Stöckl, Hartmut (2012): „Medienlinguistik. Zu Status und Methodik eines (noch) emergenten Forschungsfeldes.“ In: Grösslinger, Christian et al. (Hrsg.): *Presstextsorten jenseits der ‚News‘*. Peter Lang: Frankfurt/Main, 13-34.
- Stöckl, Hartmut (2017): „Multimodality in a Diachronic Light. Tracking Changes in Text-Image-Relations within the Genre Space of the MIT Technology Review.“ In: *Discourse, Context & Media* 20: 262-275.

Kirsten von Hagen (Justus-Liebig-Universität Gießen, ZMI Gießen)

kirsten@vonhagen.de

Abenteuerreisen als inszeniertes Wissen: Das *Magasin d'éducation et de récréation* als Bildungs- und Wissensmedium.

Wahrgenommen als Abenteuerromane dienen die Werke Jules Vernes vor allem der Klassifikation und Verortung des Unbekannten. In *Les voyageurs du XIXe siècle* (1880) schreibt Verne, dank der Entdecker sei alles erobert. Nun sei es an der Generation der Söhne, sich diese Entdeckungen nutzbar zu machen und den Fortschritt mittels der Wissenschaften zu studieren, auszuwerten, zu klassifizieren und zu katalogisieren. Vernes Romane konstituieren eine expansive Bewegung, erkunden Räume und Zeiten, decken Schritt für Schritt diverse Gebiete des Wissens und der Erfahrung ab. Ein Großteil der außergewöhnlichen Reisen, der „Voyages extraordinaires“, erschien zunächst in der von Jean-Pierre Hetzel herausgegebenen Zeitschrift *Magasin d'éducation et de récréation*, die sich dem Ziel verschrieben hatte, das geographische, physische, astronomische Wissen seiner Zeit, wie es von den modernen Wissenschaften zusammengetragen worden war, zu versammeln und in „verlockender und pittoresker Form die Geschichte des Universums“ zu schreiben. Damit dient es zugleich Ideal der Zeit, das Bildung, Wissen für alle verspricht und gegen soziale Ungerechtigkeit gerichtet ist, auch wenn der Großteil der Leserschaft aus der Bourgeoisie stammt. Bekannt wird die Zeitschrift, die sich durch ihr modernes Konzept auszeichnet und multimodal ausgerichtet ist, d.h. Text und umfangreiche Illustrationen verknüpft, vor allem durch die Abenteuerromane Jules Vernes.

Seine Helden durchqueren auf ihren Reisen unbekanntes Terrain mit ihrem Wissen, mit der Ordnung der Sprache und der Klassifizierungen: Reise als inszeniertes Wissen. Es geht Verne in seiner dokumentarischen Fiktion („documentaire-fiction“), die stets mit präzisen Zeitangaben und Ortsbeschreibungen aufwartet, nicht zuletzt auch um eine systematische Kartographie unbekannter Welten. Die literarischen Figuren – einschließlich der Erzählerfiguren – erschließen die dargestellte Welt, ordnen und systematisieren sie. Sie schaffen Kataloge und Inventarien, gehen von zählbaren und klassifizierbaren Dingen aus. In meinem Beitrag soll es darum gehen, zu analysieren, wie die als populär wahrgenommenen Abenteuerreisen Jules Vernes im Kontext des *Magasin* zu einem Bildungs- und Wissensmedium avancieren, wobei der Multimodalität eigens Rechnung getragen werden soll. Eine Aktualisierung dieser Wissensvermittlung findet sich in Hergés Reisen des Reporters Tintin, der zunächst veröffentlicht im katholischen Kinder- und Jugendmagazin „Petit XXe“

ebenfalls zunächst ein Wissensmedium für Kinder war, auch wenn die heutige Wahrnehmung dieser Comics als populäres Unterhaltungsmedium eine andere ist, wie am Beispiel einiger ausgewählter Hefte kritisch diskutiert werden soll.

Norman Ächtler (Justus-Liebig-Universität Gießen)

norman.aechtler@germanistik.uni-giessen.de

„Philologisch-Pädagogische Zeitschriften“ des 19. Jahrhunderts als Medium struktureller Kopplung zwischen Schule und Hochschule: Der Diskurs zur Schiller-Vermittlung an den höheren Lehranstalten.

Philologisch-pädagogische Zeitschriften werden als ein Medium struktureller Kopplung zwischen Wissenschafts- und Erziehungssystem gefasst, an der sich auf besondere Weise ablesen lässt, wie eng verzahnt Schul- und Hochschulphilologie bis Ende des 19. Jahrhunderts gewesen sind. Am Beispiel des Diskurses um die Entwicklung einer methodisch fundierten Literaturdidaktik, der sich vor allem mit Fragen der Deutschen Philologie verknüpft, wird die Funktion aufgezeigt, die philologisch-pädagogische Zeitschriften für die fachliche (Selbst-)Verständigung des Gelehrtenstands im 19. Jahrhundert hatten. Aus literaturwissenschaftlicher bzw. fachgeschichtlicher Perspektive wird das Medium mit seinen spezifischen Textsorten in ihren wiederkehrenden Makrostrukturen beschrieben und anschließend mit Schwerpunkt auf die Schiller-Philologie/-Didaktik als spezifisches Diskursmedium der Zeit diskutiert.

Posterbeitrag

Frank Waldschmidt-Dietz (UB Gießen), Florian Ruckelshausen (UB Gießen), Marcel Wrzesinski (KULT_online)

frank.waldschmidt-dietz@bibsys.uni-giessen.de

florian.ruckelshausen@bibsys.uni-giessen.de

marcel.wrzesinski@gcsc.uni-giessen.de

OA-Zeitschriften mit OJS 3 an der JLU Gießen am Beispiel von KULT_online

Inhaltsbeschreibung

Das Poster geht auf den Wandel der Lesegewohnheiten in Verbindung mit (wissenschaftlichen) Zeitschriften ein und stellt die Software Open Journal Systems (OJS) vor, welche seit 2017 an der Justus-Liebig-Universität Gießen für die Publikation von Open-Access-Zeitschriften bereitsteht. KULT_online vom GGK/GCSC ist weltweit eines der ersten Journals, welches OJS 3 einsetzt.

Lesegewohnheiten im Wandel

Die Lektüre wissenschaftlicher Zeitschriften hat sich in den letzten Jahren sehr stark verändert. Sie erscheinen fast immer digital – entweder gemeinsam mit einer Print-Ausgabe oder aber ausschließlich online. Die für den Abruf immer üblicher werdende Verwendung von Mobilgeräten wie Smartphones oder Tablets stellt neue Anforderungen an die Gestaltung: Alle Seitenelemente müssen geräteübergreifend leicht bedienbar sein. Vor allem aber müssen Alternativen zum PDF-Format angeboten werden. Auf kleinen Displays sind die meist für das A4-Format optimierten Artikel nur sehr mühsam zu lesen. Gelingt es einer Zeitschrift, mit diesem Wandel Schritt zu halten, so darf sie sich darüber freuen, dass ihre Artikel auf Smartphone oder Tablet zwischen Facebook, Twitter, Blogs & Co auch während notwendiger Transferzeiten in Bus und Bahn gelesen werden.

Open Journal Systems (OJS)

Open Journal Systems (OJS) ist eine Open Source Software zur Verwaltung und Veröffentlichung von wissenschaftlichen Zeitschriften, die vom amerikanischen Public Knowledge Project (PKP) entwickelt wird. Das grundlegend überarbeitete OJS 3 bietet eine völlig neu gestaltete, responsive Oberfläche, welche den vollständigen Redaktionsworkflow abbildet.

Das Lesen und Verwalten von Zeitschriften und Artikeln wird auf allen Geräten leicht gemacht. An einigen Stellen haben wir an der OJS-Installation der Universitätsbibliothek Gießen nachjustiert, beispielsweise um die HTML-Ansicht von Artikeln besser in das Journal-Design zu integrieren. Mit KULT_online erschien weltweit eine der ersten Zeitschriften mit OJS 3 im Produktivbetrieb.

KULT_online

KULT_online ist das interdisziplinäre Open-Access-Rezensionsjournal des Gießener Graduiertenzentrums Kulturwissenschaften (GGK) und des International Graduate Centre for the Study of Culture (GCSC). KULT_online erscheint seit 2003 mit zwei Ausgaben pro Semester und veröffentlicht Rezensionen sowie Veranstaltungsberichte. Dabei sichert ein wissenschaftlicher Beirat die Exzellenz der Veröffentlichungen. KULT_online richtet sich vor allem an Nachwuchswissenschaftler_innen und bietet den idealen Einstieg ins wissenschaftliche Publizieren. Seit der im Mai 2017 erschienenen 50. Jubiläumsausgabe wird KULT_online unter OJS 3 und mit Creative-Commons-Lizenzen bereitgestellt. Im Web ist es zu finden unter <https://journals.ub.uni-giessen.de/kult-online>.