

Wibke WEBER<sup>1</sup> (Stuttgart)

## Newsroom: zu einer Lernarchitektur für medienkonvergente Produktionsprozesse

### Zusammenfassung

Medienkonvergenz verändert nicht nur die Medienlandschaft, sondern auch die Anforderungen an die Ausbildung und damit an den Ausbildungsplatz. Wie eine Lernarchitektur aussehen kann, um Produktionsprozesse rund um Medienkonvergenz zu lehren und zu lernen, beschreibt dieser Beitrag. Er skizziert zuerst die Auswirkungen von Medienkonvergenz auf das Arbeitsumfeld von Medienschaffenden, stellt dann am Beispiel der Hochschule der Medien Stuttgart den Lernraum Newsroom vor, erläutert die Lernarchitektur mit dem zugrundeliegenden didaktischen Konzept von Cognitive Apprenticeship sowie dessen exemplarische Umsetzung und diskutiert abschließend Erfahrungen und Erkenntnisse zu diesem Ausbildungsmodell.

### Schlüsselwörter

Newsroom, Medienkonvergenz, Cognitive Apprenticeship, Lernarchitektur, Journalismus, Ausbildung

## Newsroom: Towards a learning architecture for teaching and learning media convergence

### Abstract

Media convergence is changing the media landscape, and it is changing the requirements for the education and the learning environment as well. This article shows how learning architecture can be designed in order to learn, train and teach media convergence. First, the article presents the different newsroom concepts as a workspace for journalists. Then, it describes the newsroom as a learning place for media students using the example of the Stuttgart Media University. In this context, the article explains the underlying didactic method of cognitive apprenticeship and how it is applied in the newsroom. The article concludes by discussing experiences and insights about how to teach media convergence in a newsroom.

### Keywords

Newsroom, media convergence, cognitive apprenticeship, journalism education, learning architecture

---

<sup>1</sup> E-Mail: [weber@hdm-stuttgart.de](mailto:weber@hdm-stuttgart.de)

# 1 Arbeitsraum Newsroom

Die zunehmende Medienkonvergenz verändert nicht nur die Medienmärkte und das Rezeptionsverhalten der Benutzer/innen, sondern erfordert von Medienverlagen, Wirtschaftsunternehmen und Organisationen ein Umdenken in den Produktionsprozessen und Organisationsstrukturen (vgl. IFRA Special Report, 2007). Immer mehr Medienunternehmen rüsten um bzw. auf: weg von kleinen Redaktionsbüros hin zu einem einzigen großen Redaktionsraum, genannt Newsroom (vgl. THURMANN & LUPTON, 2008, S. 442), wo Journalistinnen und Journalisten, Multimedia-Autorinnen und Multimedia-Autoren, Redakteurinnen und Redakteure, Grafiker/innen und Programmierer/innen kollaborativ multimedialen Content produzieren. Die Größe des Newsrooms variiert von ca. 400 qm bei der Welt-Gruppe (Springer) bis hin zu gigantischen Newsrooms wie dem des Daily Telegraphs in London mit 6300 qm.

Drei Modelle von Medienkonvergenz zeichnen sich derzeit in Medienunternehmen ab (vgl. KALTENBRUNNER et al., 2009; GARCÍA AVILÉS, 2009):

(i) Die schwächste Form der Konvergenz ist das Modell der *isolierten Plattformen*. Bei diesem Modell arbeiten die verschiedenen Plattformen eines Unternehmens nur partiell zusammen (z. B. Print, Online); sie bleiben weitestgehend Einzelmedien und entwickeln sich unabhängig voneinander weiter. Dennoch setzt selbst dieses schwache Konvergenz-Modell ein medienkonvergentes Grundverständnis voraus.

(ii) Beim Newsroom-Konzept *Crossmedia* können die verschiedenen Distributionsplattformen eines Unternehmens noch räumlich getrennt arbeiten. Aber: Die Plattformen sind miteinander verbunden durch sog. Multimedia-Koordinatoren. Diese steuern zentral den Newsflow, die redaktionellen Arbeitsabläufe und die Multimedia-Teams.

(iii) Im voll *integrierten Newsroom* sind Informationsarchitektur und Infrastruktur in einem gemeinsamen Newsroom vereint, um von dort die komplette mediale Partitur zu spielen. Das Modell des integrierten Newsrooms sei die Zukunft für alle 24/7-Newsorganisationen, prognostiziert der Medienberater Juan Antonio Giner (MEIER, 2009, S. 27). Dieser 24/7-Newsroom ist rund um die Uhr besetzt: 24 Stunden am Tag, 7 Tage die Woche, 365 Tage im Jahr. Im integrierten Newsroom wird multimedial produziert, der Content wird für verschiedene Plattformen aufbereitet, in der Regel zuerst fürs Internet.

Mit dem Newsroom-Modell – ob crossmedial oder voll integriert – verändern sich die Arbeitsprozesse. Technik, Content, Design greifen immer stärker ineinander. Das verändert wiederum die Arbeit selbst: Die Arbeitsaufgaben konvergieren. Themen werden medienübergreifend (Text, Bild, Audio, Video, App) und plattformübergreifend geplant (Print, Online, TV, Radio, Mobile). Für das Qualifikationsprofil von Journalistinnen und Journalisten bekommt das „multimedia mindset“ einen wesentlichen Stellenwert: „Multimedia mindset“ bezeichnet „die Fähigkeit, unter allen möglichen Formen und Kanälen die für den Stoff passenden Möglichkeiten zu wählen und für alle Beiträge und Beitragsteile jeweils den besten Kanal

zu nutzen“ (PERRIN & KEEL, 2009, S. 3). Das bedeutet, Journalistinnen und Journalisten sollten zukünftig Themenpakete und Geschichten in allen Medien „denken“ können, auch wenn die konkrete Realisation dann weiterhin in der Hand von dafür ausgebildeten Spezialistinnen und Spezialisten liegen mag (für die Umsetzung einer interaktiven Newsgrafik braucht es beispielsweise neben einem/einer Redakteur/in auch einen Designer bzw. eine Designerin und einen Programmierer bzw. eine Programmiererin).

Diese Veränderungen in der Medienlandschaft haben Konsequenzen auf die Ausbildung. Die Axel Springer Akademie beispielsweise richtet ihr Ausbildungskonzept ganz auf den Schwerpunkt Crossmedia aus (Axel Springer Akademie, o. J.): Den geeigneten Ausbildungsraum dafür bildet ein integrierter Newsroom (Abb. 1), in dem angehende Journalistinnen und Journalisten von einem Arbeitsplatz aus verschiedene Medien bedienen können.



Abb. 1: Integrierter Newsroom der Axel Springer Akademie

(Quelle: <http://www.axel-springer-akademie.de/ausbildung.html>, Stand vom 13. November 2011)

Wie reagieren nun Hochschulen als Ausbildungsstätten für zukünftige Journalistinnen und Journalisten, Medienschaffende und Kommunikationsexpertinnen und Kommunikationsexperten auf die skizzierten medialen Entwicklungen? Wie lassen sich die komplexen Workflow-Prozesse in einer Redaktion vermitteln? Welche didaktische Methode eignet sich dafür und welche Arbeitsumgebung unterstützt das Lernen und Lehren von Medienkonvergenz optimal?

Antworten auf diese Fragen wollen die folgenden Kapitel geben. Als Beispiel für ein Ausbildungsmodell, das auf die Vermittlung von Medienkonvergenz fokussiert, soll der Newsroom des Convergent Media Centers der Hochschule der Medien Stuttgart als Lern- und Lehrraum vorgestellt werden.

## 2 Lernraum Newsroom

Ein medienkonvergentes Ausbildungsmodell fußt vor allem auf den beiden Säulen: (i) Erwerb von Theorie und Reflexionswissen und (ii) Erwerb von Praxiswissen, also von handwerklichen Kompetenzen (vgl. WEBER, 2010, S. 328 ff.; KRETZSCHMAR, 2010). Für den Erwerb von Praxiswissen – und darum geht es in diesem Beitrag – sieht Kretzschmar „das Denken und Arbeiten in crossmedialen Strukturen, die Vermittlung des ‚digital mind set‘“ als zentral an (KRETZSCHMAR, 2010, S. 45). Wer also das Denken und Arbeiten in crossmedialen Strukturen trainieren will, braucht ein entsprechendes Arbeitsumfeld: eine Lehrredaktion, eine Multimedia-Werkstatt oder idealerweise einen Newsroom.

Im Sommersemester 2008 hat die Hochschule der Medien (HdM, Stuttgart) das Convergent Media Center (CMC) eröffnet mit einem 170 qm großen Newsroom (Abb. 2). Ziel ist es, die Studierenden in wesentlichen Aspekten der Medienkonvergenz auszubilden: in Content, Design, Medientechnik und Redaktionsmanagement.<sup>2</sup>



Abb. 2: Der Newsroom an der Hochschule der Medien, Stuttgart

Drei Prinzipien waren für die Architektur des Newsrooms maßgebend: 1. Transparenz, 2. Einfachheit, 3. Flexibilität. Mit *Transparenz* ist gemeint: keine Wände, keine Mauern, sondern ein großer offener freundlicher Raum, der eine optimale Lehr- und Lernatmosphäre schafft. *Einfachheit* heißt: hinsetzen, einloggen („single

---

<sup>2</sup> Das Newsroom-Konzept der HdM war Vorbild für das gleichnamige Convergent Media Center am Institut für Angewandte Medienwissenschaft der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW), für den Newsroom an der Hochschule für Wirtschaft und Technik HTW Chur und für das Centre des Médias Convergents der Haute Ecole d'Ingénierie et de Gestion du Canton de Vaud (heig-vd).

sign on“-Prinzip) und loslegen; die Technik soll intuitiv bedienbar sein. *Flexibilität* betrifft vor allem die Möbel und die Arbeitsplatzeinteilung.<sup>3</sup>

## 2.1 Infrastruktur

Der Newsroom des CMC (Abb. 3) bietet vier Arbeitsinseln, die sternförmig um den Konferenztisch in der Mitte angeordnet sind. An jeder Arbeitsinsel können vier bis fünf Studierende arbeiten. Die Tische, die eine Arbeitsinsel bilden, sind flexibel und können jederzeit auch als Einzelarbeitsplätze genutzt werden. Bewusst wurde die PC-Ausstattung auf ein Minimum reduziert. Pro Arbeitsinsel steht ein PC zur Verfügung. Darüber hinaus haben die Studierenden die Möglichkeit, Laptops auszuliehen – auch das spricht für die Flexibilität im Newsroom.

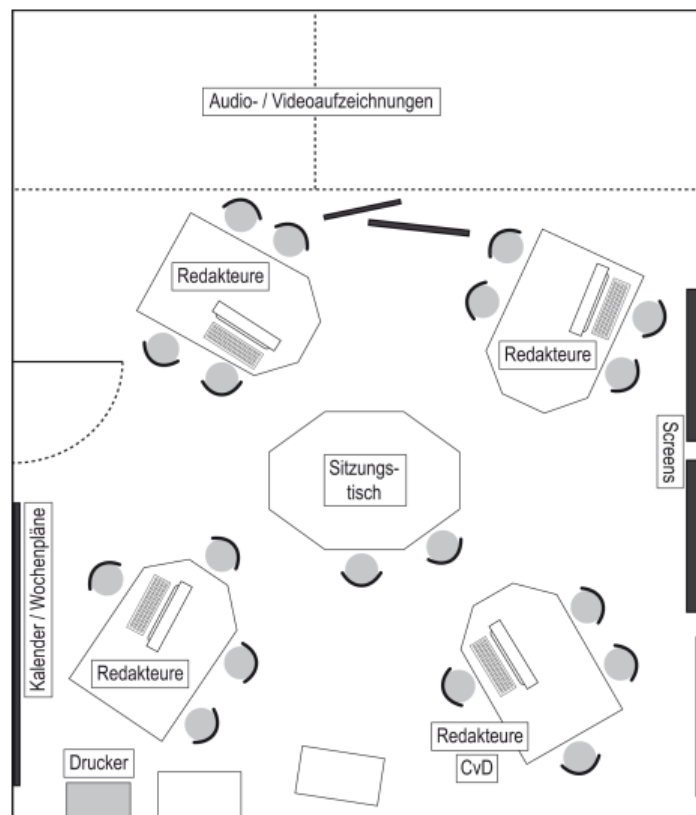


Abb. 3: Raumplan des Newsrooms der HdM

(Quelle: M. Romppel, A. Schäffler, A. Theile: Unveröffentlichte Studie zu einer Kontextbefragung im CMC, 2008)

Ergänzt wird der Redaktionsraum durch ein Audio- und ein WebTV-Studio (Abb. 4). Beide Studios sind durch eine Glaswand vom Redaktionsraum getrennt und bewusst einfach gehalten in der Ausstattung. Das Audio-Studio verfügt über einen Produktionsplatz, an dem Texte für Audiobeiträge eingesprochen, Telefoninter-

<sup>3</sup> Beraten wurde das CMC-Team bei der Ausgestaltung des Newsrooms von der ETH Zürich und von der IFRA, einer Serviceorganisation für die Zeitungindustrie.

views aufgenommen und Audioaufnahmen geschnitten und bearbeitet werden können. Schwere Vorhänge an den Wänden und eine mit Pyramidenschaum gedämmte Decke garantieren eine gute Raumakustik. Bewusst wurde auf eine Sprecherkabine verzichtet – so können studentische Teams das Audio-Studio gleichzeitig als Besprechungsraum für Kreativtalks nutzen. Das WebTV-Studio wurde mit einem an Deckenschienen montierten Lichtsystem ausgestattet, um auch professionell ausgeleuchtete Aufnahmen zu ermöglichen. Für die Aufnahmen stehen diverse Kameras aus dem Kamerapool der HdM zu Verfügung. Digitale Foto- und Videokameras, vor allem aber die einfach bedienbaren Mini-Camcorders in HD-Qualität ermöglichen den Studierenden, schnell und ohne größere technische Einweisung HD-Videos zu drehen.



Abb. 4: Eine Glaswand trennt das Audio-Studio vom WebTV-Studio und dem Redaktionsraum.

## 2.2 Technik

Eingesetzt werden die Betriebssysteme Windows, Mac OS und Linux. Ziel war es, eine technische Infrastruktur für eine heterogene Umgebung zu schaffen. Offene Standards spielten daher von Anfang an eine große Rolle (z. B. ISO/IEC 26300 OpenDocument oder PDF als Dokumentenstandard, HTML/CSS für das Web bis hin zum Datenaustausch mittels XML). Benutzer- und Infrastruktur-Daten sind in einem LDAP-Repository gespeichert, andere Daten größtenteils in SQL-Datenbanken. PCs und Laptops sind mit der notwendigen Software fürs konvergente Produzieren ausgestattet. Audios und Videos werden auf einem Media-Server abgelegt.<sup>4</sup> Ein Media-Asset-Management ist in Planung.

<sup>4</sup> Die genauen Ausstattungskomponenten können abgerufen werden unter: <http://www.hdm-stuttgart.de/cmc/newsroom/>.



Was das Content-Management-System im Newsroom angeht, so hat sich das CMC-Team bewusst gegen die großen gängigen Redaktionssysteme entschieden und setzt stattdessen auch hier auf Open-Source-Software: und zwar auf ZOPE, einem objektorientierten Open-Source-Applikationsserver für Webanwendungen, der sich gut eignet als Basis für ein Content-Management-System. ZOPE wurde an die Informationsarchitektur der Ausspielplattform [redaktionzukunft.de](http://www.redaktionzukunft.de) angepasst und um selbst programmierte Content-Management-Funktionen erweitert. Die Eingabemaske in ZOPE lässt sich intuitiv bedienen (Abb. 5). Studierende wie auch Dozentinnen und Dozenten können sich jederzeit, auch von extern, übers Web mit einem persönlichen Login in ZOPE einloggen. Die Dozentinnen und Dozenten haben zusätzliche Administrationsrechte. Online-Tutorials, abgelegt auf der E-Learning-Plattform Moodle (auch hier ein Open-Source-Produkt), erklären Studierenden die einzelnen Funktionen in ZOPE, z. B. wie man einen Beitrag anlegt.

Abb. 5: Das Content-Mangement-System ZOPE, angepasst an die Ausspielplattform [redaktionzukunft](http://www.redaktionzukunft.de) (<http://www.redaktionzukunft.de>)

## 2.3 Ausspielplattformen

Als Lernmittel dient vor allem die Ausspielplattform [redaktionzukunft.de](http://www.redaktionzukunft.de) – ein Online-Magazin, das Themen aus dem Medienbereich behandelt und sich an Medienpraktiker/innen als Zielgruppe richtet (Abb. 6). Ein Thema sollte, wenn möglich, multimedial in einem Themendossier über mehrere Medien hinweg erzählt werden.



Abb. 6: Startseite des Online-Magazins redaktionzukunft

Dafür bietet redaktionzukunft genügend Spielfläche: mit Audios, Videos, Fotogalerien, Bild des Tages, Infokästen, Infografiken, Themendossiers, Podcasts. Daneben produzieren die Studierenden auch Beiträge für weitere Plattformen: für das Printmagazin redaktionzukunft, das semesterweise erscheint, und für das WebTV. Ein Ausspielkanal für Smartphones ist in Entwicklung.

## 2.4 Fallbeispiel: ein Redaktionstag im Newsroom

Wie sich Lernen und Lehren im Newsroom vollzieht und wie die Infrastruktur dabei unterstützend wirkt, soll das folgende Fallbeispiel verdeutlichen.

*10 Uhr:* Im Newsroom beginnt die Redaktionskonferenz. Zwölf Studierende aus den Bachelorstudiengängen Informationsdesign, Mediapublishing, Medienwirtschaft und dem Masterstudiengang Elektronische Medien sitzen am Konferenztisch in der Mitte des Newsrooms und besprechen die Themen des Tages: das neue iPad, der Gratis-Comic-Tag, die Stuttgarter Kulturstätte Rosenau, 5 Jahre YouTube, die Fußball-WM, Browsergames. Der/die Chef/in vom Dienst (CvD), idealerweise ein/e Masterstudent/in, leitet die Redaktionskonferenz und fragt nach: Schreibst du einen Text oder machst du ein Video? Was hast du dazu schon recherchiert? Wer braucht das Audio-Studio für ein Telefoninterview? Welche Beiträge sollen heute online gehen, wer schreibt für die Print-Ausgabe? Danach gehen die Studierenden an die Arbeit, manche bilden Teams. Der/die CvD dokumentiert die Themenplanung, hilft bei der Recherche, erklärt die Technik im Audio-Studio. Vor Ort immer



dabei als Ansprechpartner/in und Coach/in: ein/e Professor/in, der/die die Studierenden und den/die CvD in ihrer Arbeit unterstützt und berät.

*12 Uhr:* Zwei Studentinnen bzw. Studenten diskutieren, in welchen Medien sie das Thema Fußball-WM am besten erzählen können. Sie entscheiden sich für Text, Video und Infografik. Eine Studentin aus Medienwirtschaft ist unzufrieden mit ihrer Fotogalerie, die Bildsprache stimmt noch nicht. Sie sucht Rat bei einer Kommilitonin, die Informationsdesign studiert und sich mit Bildgestaltung auskennt. Im Videostudio bereitet sich eine Studentin auf ihren Beitrag fürs WebTV vor; der/die CvD gibt ihr Feedback. Neben an sitzt ein Student im Audio-Studio; er wird gleich den Geschäftsführer einer Browsergame-Firma interviewen. Gemeinsam mit der Professorin geht er die Interviewfragen durch.

*15 Uhr:* CvD und Redakteurinnen und Redakteure treffen sich zu einer zweiten Redaktionskonferenz. Der/die CvD fragt den aktuellen Stand der Beiträge ab. Der Kommentar zum iPad ist noch nicht fertig, die Studentin feilt noch am Text. Das Interview mit dem Geschäftsführer der Browsergame-Firma liegt als Audio vor und muss nun geschnitten werden. Das Storyboard für das Fussball-WM-Video steht, gedreht wird am nächsten Redaktionstag. Der WebTV-Beitrag ist im Kasten. Die Studierenden stellen die ersten Beiträge in das Content-Management-System ein; jetzt müssen noch die Teasertexte geschrieben werden. CvD und Professor/in korrigieren die fertig gestellten Beiträge, geben noch mal Feedback.

*18 Uhr:* Gegen Ende des Redaktionstages werden die ersten Beiträge freigegeben und gehen online.

Wie das Fallbeispiel zeigt wird im Newsroom von den Studierenden eine hohe Eigenständigkeit erwartet. Genau das fordert Kretzschmar für eine crossmediale Ausbildung: „In einem Baustein Didaktik gilt es daher, das eigenständige Lernen der Lernenden verstärkt zu fördern, was für einen späteren Arbeitsalltag, in den kontinuierlich Innovationen integriert werden, existentiell ist.“ (KRETZSCHMAR, 2010, S. 45) Wie diese Didaktik aussehen kann, soll im nächsten Kapitel ausgeführt werden.

### **3 Lehrraum Newsroom**

Die didaktische Methode, die dem Ausbildungsmodell im Newsroom zugrundeliegt, basiert auf dem Cognitive Apprenticeship-Ansatz. Cognitive Apprenticeship ist eine didaktische Methode, die sich am traditionellen Ausbildungsverhältnis zwischen Meister/in und Lehrling orientiert. Nach Collins (COLLINS et al., 1991) kennzeichnen sechs Methoden den Cognitive Apprenticeship-Ansatz: 1. Modeling, 2. Coaching, 3. Scaffolding, 4. Articulation, 5. Reflection, 6. Exploration.

Diese sechs Methoden lassen sich in drei Phasen unterteilen:

*1. Phase:* Modeling (Vorführen), Coaching (Betreuen) und Scaffolding (unterstütztes, eigenständiges Lernen) sind das Herzstück von Cognitive Apprenticeship, „designed to help students acquire an integrated set of skills through processes of observation and guided practice“ (COLLINS et al., 1991).

Die 2. Phase umfasst Articulation (Artikulation) und Reflection (Reflektion), „designed to help students both to focus their observations of expert problem solving and to gain conscious access to (and control of) their own problem-solving strategies“ (ebd.).

In der 3. Phase, der Explorationsphase (Exploration), werden die Lernenden ermutigt, eigene Lösungswege zu entwickeln.

### **Übertragen auf den Ausbildungsplatz Newsroom bedeutet das (Abb. 7):**

1. Phase: Hier eignen sich die Studierenden Grundkenntnisse an in Schreiben fürs Web, wiederholen und vertiefen Grundlagen zur Textproduktion und Textoptimierung, erwerben Basiswissen in Audio- und Videoschnitt, Bildbearbeitung und Bilddramaturgie. Dieses Domänenwissen lehren Professorinnen und Professoren und Dozentinnen und Dozenten in Seminaren, Vorlesungen, Workshops (Modeling). Darüber hinaus können die Studierenden über Online-Tutorials, Leitfaden und Lernmodule auf der E-Learning-Plattform eigenständig Basiswissen erwerben. Im Newsroom müssen die Studierenden dann kleinere Aufgaben lösen, begleitet vom Chef bzw. der Chefin vom Dienst (CvD) – meist ein/e Masterstudent/in – und betreut von einem Professor bzw. einer Professorin (Coaching). Der/die Professor/in korrigiert Arbeitsschritte der Studierenden, gibt Feedback, berät, hilft immer dann, wenn die Studierenden nicht weiterkommen (Scaffolding). Auch die CvDs werden von den Professorinnen und Professoren betreut und gecoach.

2. Phase: Diese Phase von Artikulation und Reflexion vollzieht sich zum einen in den täglichen Konferenzen im Newsroom, in Redaktionssitzungen und in Form von Lerntagebüchern, die die Studierenden begleitend schreiben zu ihrer Arbeit im Newsroom. In den Redaktionssitzungen, aber auch in kleineren Teambesprechungen artikulieren die Studierenden in eigenen Worten die Aufgaben, Handlungsschritte und Herausforderungen (z. B. ein Telefoninterview führen) und diskutieren die gewählten Lösungsstrategien. Die Professorinnen und Professoren und die CvDs geben den Studierenden Feedback. In den Lerntagebüchern dokumentieren die Studierenden ihren Lernprozess, reflektieren ihren Produktionsprozess und das fertige Produkt und bewerten ihre Leistung.

3. Phase: Was sich als entscheidend für das Lernen und Arbeiten im Newsroom herausgestellt hat, ist das selbständige Arbeiten: die Exploration. In der Explorationsphase findet der Wissenstransfer statt, indem die Studierenden selbstverantwortlich komplexe Projekte konzipieren und realisieren. Das methodische Rüstzeug dazu haben sich die Studierenden durch ihre bisherige Redaktionsarbeit selbst angeeignet. Ihre Lernstrategien nutzen sie nun effizient für die Aufgabe: das multimediale Produzieren. Exploration fördert nicht nur das autonome Lernen, sondern auch die Teamarbeit. Die Studierenden lernen Kollaboration als Chance zu begreifen und gemeinsam im Team ein Problem zu lösen, z. B.: Was soll bei einem Themendossier in welchem Medium wie berichtet werden?



Abb. 7: Die Lernphasen der Cognitive Apprenticeship-Methode, abgestimmt auf den Lernraum Newsroom

## 4 Erfahrungen, Erkenntnisse, Erfolgsfaktoren

Über Medienkonvergenz und die Auswirkungen wird viel geforscht und publiziert (vgl. BUCHER et al., 2010; HOHLFELD et al., 2010; WILKINSON, 2009; GARCÍA AVILÉS et al., 2009; LIEB, 2009; KALTENBRUNNER et al., 2008; THURMANN & LUPTON, 2008; PERRYMAN, 2008; QUINN & FILAK, 2005). Zum Thema medienkonvergente Ausbildung dagegen gibt es bis jetzt nur wenige Publikationen (vgl. HUANG et al., 2006; ENDRES, 2008; PERRIN et al., 2010; WEBER, 2010); Studien zur crossmedialen oder medienkonvergenten Ausbildung kommen vor allem aus den USA. Für den deutschsprachigen Raum liegen keine Forschungsergebnisse vor (vgl. KRETZSCHMAR, 2010). Der vorliegende Beitrag versteht sich daher als erster Schritt zu einem Fachdiskurs über „Medienkonvergenz und Ausbildung“. Nachdem in den vorangegangenen Kapiteln die Lernumgebung Newsroom und das Lehrkonzept beschrieben wurden, sollen nun Erfahrungen und erste Erkenntnisse zum Ausbildungsmodell Newsroom diskutiert und Erfolgsfaktoren identifiziert werden.

### 4.1 Am Modell lernen?

In ihrer Studie „Bridging Newsrooms and Classrooms“ fanden Huang et al. heraus, dass zwischen 1998 und 2002 zwar etwa 60 Prozent der Journalistenschulen in den USA ihre Curricula hinsichtlich medienkonvergenten Journalismus umstrukturiert haben, „[...] but professors need to be better prepared technologically.“ (HUANG et al., 2006) Gleiches resümiert ENDRES (2008, S. 64): „Many journalism faculty

members come to university teaching from the professional fields of newspaper and television journalism. They want to bring the concepts of convergence, collaboration, and multimedia to their students, but they may not have the backgrounds or inclination to do so.“ Oft sind Studierende, was die technische Kompetenz angeht (z. B. Audio- oder Videoschnitt), den Dozierenden voraus.

Damit erweist sich gerade der erste Schritt der Cognitive-Apprenticeship-Methode, das Modeling, als Herausforderung: nämlich mit dem Newsroom ein Vorbild zu liefern für das medienkonvergente Arbeiten. Die Idee vom Lehrer bzw. der Lehrerin als Modell stößt hier (noch) an Grenzen. Zwar kann der/die Lehrende oder der Experte bzw. die Expertin einzelne relevante Handlungsschritte bez. Medienkonvergenz vorführen oder dazu anleiten, aber für die Ausbildung in medienkonvergenten Produktionsprozessen braucht es das Team als Modell – ein Team aus Expertinnen und Experten, und diese Expertinnen und Experten müssen erfahren sein im medienkonvergenten Publizieren. Genau darin liegt jedoch aktuell die Schwierigkeit, denn Redaktionen suchen selbst noch nach den optimalen Arbeitsprozessen im Newsroom: „Journalists in today’s converged newsrooms are only beginning to realize the opportunities of this multimedia environment, let alone to harness the capabilities inherent in the various technologies now available to them“ (QUANDT & SINGER, 2009, S. 141).

Um das Modeling-Prinzip von Cognitive Apprenticeship optimal umzusetzen, müsste also zukünftig ein erfahrenes Team im Newsroom sitzen, das die medienkonvergenten Produktionsprozesse gemeinsam mit Studierenden durchspielt und die Studierenden dabei coacht. Bedenkt man, dass noch flankierend Workshops und Vorlesungen dazukommen, erfordert dieses Lehrkonzept einen hohen Betreuungsaufwand und einen hohen organisatorischen Aufwand, denn die Lehrstruktur von Redaktionstagen liegt quer zum traditionellen Vorlesungsrhythmus an Hochschulen und Universitäten.

## 4.2 Evaluation: die Sicht der Studierenden

Wie bewerten die Studierenden den Newsroom? Wie schätzen sie ihren Lernerfolg ein bez. der handwerklichen Kompetenzen, die in Kapitel 2 als eine Säule der medienkonvergenten Ausbildung beschrieben wurden? Methodisch wurden dafür 35 Lerntagebücher von Bachelor- und Masterstudierenden aus dem Sommersemester 2010 mit zusammenfassender, qualitativer Inhaltsanalyse ausgewertet (nach MAYRING, 2009). Selektionskriterien dafür waren: (i) Lernumgebung Newsroom, (ii) Lernen im Newsroom, (iii) Erwerb von Kompetenzen, (iv) Lernerfolg. Zusätzlich konnten *bedingt* die Ergebnisse aus der zentralen studentischen Lehrevaluation der Hochschule herangezogen werden<sup>5</sup>, ebenfalls für das Sommersemester 2010; *bedingt* deshalb, weil die Fragen der zentralen Hochschulevaluation nicht auf das Ausbildungsmodell Newsroom ausgerichtet sind und die Beteiligung an der Evaluation eher gering ausfiel. Von den 35 Studierenden, die im Sommersemester 2010 im Newsroom eine Lehrveranstaltung belegten, beteiligten sich 7 an der Evaluation. Die studentischen Kommentare, die im Rahmen dieser Evaluation abgegeben

---

<sup>5</sup> Die zentrale Lehrevaluation besteht aus einem standardisierten Online-Fragebogen.

wurden, sind aber durchaus Erkenntnis gewinnend. Eine umfassende Evaluation zur medienkonvergenten Ausbildung im Newsroom ist für 2012 geplant in Kooperation mit anderen Hochschulen.

#### 4.2.1 Situatives Lernen

Wie in 2.4 skizziert, vollziehen sich Lernen und Lehren im Newsroom nicht im üblichen Vorlesungsrhythmus, sondern es wird ein Redaktionstag simuliert. Dieses situative Lernen konnte in den Lerntagebüchern als ein Erfolgsfaktor identifiziert werden. Generell werden Arbeitsumgebung und -atmosphäre als eine neue und positive Erfahrung in den Lerntagebüchern thematisiert. Eine Bachelorstudentin schreibt, sie habe gelernt „in lauter Umgebung und unter Zeitdruck zu arbeiten“, eine andere kommt zu dem Fazit: „Die Konfrontation mit der neuen und befremdlichen Situation hat mir dabei geholfen, mich an die redaktionelle Arbeit heranzutrauen.“ Eine Masterstudentin reflektiert, man erfahre viel über sich selbst, „wenn man die Chance erhält, [als CvD] einen Redaktionsalltag selber zu führen“. So sieht es auch ihre Kommilitonin. Sie beschreibt den Newsroom als idealen Ausbildungsplatz, um eigene Fähigkeiten zu testen: „Die Arbeit im Convergent Media Center gab mir die Möglichkeit, eine Führungsposition zu übernehmen, die einerseits stark an die berufliche Praxis angelehnt ist, sich andererseits dennoch im ‚sicheren‘ Hochschulumfeld befindet.“ Ähnlich formuliert es eine andere Studentin: „Im Newsroom des Convergent Media Centers (CMC) der Hochschule der Medien konnte ich erstmals in einer simulierten Arbeitsatmosphäre Redaktionsluft schnuppern.“ Eine Bachelorstudentin erkennt: „Durch die Arbeit im Convergent Media Center konnte ich meine theoretisch erlernten Fähigkeiten bezüglich journalistischer Arbeitstechniken in die Praxis umsetzen.“ Das situative Lernen hilft also den Studierenden zu erkennen, wozu sie theoretisches Wissen erworben haben. Und sie erfahren erstmals, unter welchen Bedingungen sie ihr Wissen praktisch anwenden können oder später auch müssen.

Die Statements aus den Lerntagebüchern zum Arbeitsplatz werden durch die Ergebnisse der zentralen Hochschulevaluation gestützt. In ihren Kommentaren heben die Studierende vor allem das Arbeiten unter realen Bedingungen positiv hervor: den Einblick ins Redaktionsleben, die gute Arbeitsatmosphäre, den Praxisbezug, die wertvolle Erfahrung, unter Zeitdruck und manchmal auch in lauter Geräuschkulisse arbeiten zu müssen.

#### 4.2.2 Das Handwerk lernen

Ihre Lernerfolge bez. der handwerklichen Kompetenzen bewerten die Studierenden in ihren Lerntagebüchern ebenfalls positiv. Mit handwerklichen Kompetenzen ist gemeint: 1. Fachkompetenzen wie Recherche, Themenauswahl, Eingrenzen des Themas, Redigieren; 2. Vermittlungs- und Gestaltungskompetenzen, also das Wissen um Darstellungsformen und die multimediale Aufbereitung von Content; 3. die Technikkompetenz, d. h. technisches Know-how bzw. Hard- und Software-Kenntnisse (Aufnahmegeräte, Digital- und Videokameras, Bildbearbeitungsprogramme, Redaktionssysteme etc.); 4. Methodenkompetenz, z. B. effiziente Arbeitstechniken für Themenfindung, für Recherche, Schreiben und Gestalten, aber auch Kontroll- und Lernstrategien.



Dass die Studierenden eine Sensibilität für das multimediale Erzählen entwickeln, zeigen ihre Beiträge auf <http://www.redaktionzukunft.de>; in der Regel erzählen die Studierenden ihre Geschichte in mehreren Medien: Text, Bildergalerie, Infografik, Audio, Video. Kompetenzen zu erwerben im multimedialen Erzählen wird in den Lerntagebüchern immer wieder als wichtiger Lernschritt genannt: „Eine weitere wichtige Erfahrung, die ich erst im CMC machen konnte, war die multimediale Aufbereitung. Hier empfand ich es als Herausforderung, dass sich Text und Audio auch wirklich sinnvoll ergänzen.“ Ein Masterstudent notiert, er habe erkannt, „wie viel mehr Wirkung ein Beitrag besitzt, der nicht nur allein da steht, sondern durch andere Beitragsformen, z. B. Audiobeitrag, Interview, O-Töne, Fotos zu einer runden Sache wird“. Eine Masterstudentin resümiert: „Neben den sozialen Fähigkeiten konnte ich auch mein Wissen in Sachen Themenauswahl, Schwerpunktfindung und Dramaturgie eines Artikels ausbauen.“ Eine Bachelorstudentin stellt fest: „Durch die laufenden journalistische Arbeit hat sich meine Herangehensweise beim Finden von Themen wesentlich verbessert.“

Die Auswertung der Lerntagebücher deutet allerdings auch darauf hin, dass die Lernkurve bez. der Technikkompetenz deutlich höher liegt als bei den Fachkompetenzen. Die Studierenden probieren lieber ein neues Medium aus (Audio, Video) als ein neues Textgenre. Eine Studentin notiert: „Innerhalb kürzester Zeit mussten wir uns in unterschiedlichste Techniken, Software-Programme sowie die Thematik einarbeiten. Die Produktion hatte damit neben dem Spaß- auch einen großen Lernfaktor.“ Die Studierenden scheinen auch eher bereit, mehr Zeit zu investieren in eine neue Technologie (z. B. Video, Mobile Tagging) oder in Software als in die Konzeption eines Beitrags.

Die Lerntagebücher und Kommentare lassen zudem erkennen, dass gerade jenen Bachelorstudierenden das Arbeiten im Newsroom schwerfällt, die noch wenig geübt sind im journalistischen Schreiben und im eigenständigen Lernen. Hier muss eine gute Balance gefunden werden zwischen dem Anleiten (Modeling), dem Betreuen (Coaching) und dem schrittweise eigenständigen Lernen (Scaffolding). Dass das nicht immer für alle Studierende gleich gut gelingt, zeigen die Kommentare aus der Evaluation, wie z. B. „zu wenig Theorie“, „Überforderung für alle, die bislang kaum journalistisch gearbeitet haben“, „mehr vorbereitende Kompaktveranstaltungen“, „mehr theoretische Grundlagen in Blockveranstaltungen“. Fachdidaktisch lässt sich daraus schließen, dass im Vorfeld stärker auf die Vermittlung der handwerklichen Kompetenzen fokussiert werden muss – und zwar spezifiziert auf den jeweiligen Studiengang und Ausbildungsgrad. Zu diskutieren wäre daher, welches Basiswissen Studierende unterschiedlicher Studiengänge brauchen, damit das Ausbildungsmodell Newsroom greift; die Erfahrungen zeigen, dass bei Bachelorstudierenden der Einstieg erst ab dem Hauptstudium zu empfehlen ist, also dann, wenn die Studierenden bereits solide Grundkenntnisse erworben haben in den verschiedenen Medien.

#### 4.2.3 Kollaboratives Lernen

Als eine weitere wesentliche Stärke des Newsroom-Modells konnte das kollaborative Lernen bestimmt werden. Der Newsroom fördert das kollaborative Arbeiten, etwa wenn Studierende unterschiedlicher Studiengänge im Team ein Multimedia-

Dossier erstellen – auch das untermauern die Reflexionen in den Lerntagebüchern. Gerade die Zusammenarbeit zwischen CvDs und Redakteurinnen und Redakteuren bewerten die Studierenden in den Lerntagebüchern als wichtige und äußerst positive Erfahrung. „Der Perspektivenwechsel vom CvD zum Redakteur hat mir gezeigt, dass vor allem Teamgeist und Einsatz Projekte erfolgreich machen“, reflektiert eine Masterstudentin und lobt den gegenseitigen Austausch von Student/in zu Student/in als „eine tolle Angelegenheit, bei der beide Seiten voneinander profitieren können“. Ein Masterstudent bewertet es als eine positive Erfahrung, im Newsroom „mit anderen Studenten Wissen und Erfahrungen auszutauschen“. Als Erfolgsfaktor beschreibt eine andere Studentin die Kollaboration im Team; Aufgabe war, das WebTV-Konzept zu realisieren: „Sehr positiv empfand ich die Arbeit mit meinem Team und den anderen Videoredakteuren. Nur die effektive Zusammenarbeit hat uns ans Ziel gebracht.“ Diese Kollaboration entwickelt sich im Zuge der Medienkonvergenz immer mehr zu einer Schlüsselqualifikation für Medienschaffende (vgl. PERRIN et al., 2009, S. 191). Der Newsroom bietet den Raum, diese Schlüsselqualifikation zu erwerben.

## 5 Fazit

Zukünftige Medienschaffende müssen heute über mehr Kompetenzen verfügen als früher. Neu hinzugekommen und ins Zentrum gerückt ist die „Konvergenz“-Kompetenz. Dieses Wissen rund um Medienkonvergenz zu vermitteln, stellt sich als didaktisch komplex dar. Einen möglichen Didaktik-Ansatz dafür bietet Cognitive Apprenticeship, einen geeigneten Lehr- und Lernraum der Newsroom. Dabei darf der Newsroom nicht einfach als ein modernes Großraumbüro verstanden werden, „sondern [er] unterstützt architektonisch neue redaktionelle Konzepte des ressort- und medienübergreifenden Planens und Arbeitens“ (MEIER, 2010, S. 101). Eng verwoben mit der Architektur des Newsrooms ist also das Konzept eines neuen journalistischen Denkens und Handelns, das alte Redaktionsstrukturen abbaut, Ressortgrenzen überwindet – Meier spricht vom „Fall der Mauern im Kopf“ (MEIER, 2010, S. 101) – und das *multimedia mindset* schult. Das gleiche Ziel verfolgt der Newsroom einer Hochschule: Er will architektonisch das Erfahren, Erlernen und Trainieren von medienkonvergenten Redaktionsprozessen ermöglichen. Damit schafft der Newsroom einen Lernraum für das situative Lernen – einen Raum, der gezielt die individuellen Erfahrungen der Studierenden anspricht und im Sinne einer konstruktivistischen Didaktik die Studierenden zur Selbstorientierung und Selbstorganisation beim Wissenserwerb herausfordert: auf eine sehr pragmatische und kreative Weise.

## 6 Literaturverzeichnis

- Axel Springer Akademie** (o. J.). <http://www.axel-springer-akademie.de/ausbildung.html>, Stand vom 13. November 2011.
- Bucher, H.-J., Gloning, T., & Lehnen, K.** (Hrsg.) (2010). *Neue Medien, neue Medienformate: Ausdifferenzierung und Konvergenz in der Medienkommunikation*. Schriftenreihe Interaktiva. Gießen: Campus Verlag.
- Collins, A., Brown, J. S. & Holum, A.** (1991). Cognitive Apprenticeship: Making Thinking Visible. *American Educator*, 15(3), 6-11, 38-46.
- Endres, F.** (2008). Media Convergence in a College Newsroom: A Longitudinal Study of Identification and Commitment to a Collaborative Web Site. *Journal of the Research Center for Educational Technology (RCET)*, 4(2), 57-65.
- García Avilés, J. A., Meier, K., Kaltenbrunner, A., Carvajal, M. & Kraus, D.** (2009). Newsroom Integration in Austria, Spain and Germany: Models of Media. *Journalism Practice*, 3, 285-303.
- Hohlfeld, R., Müller, P., Richter, A. & Zacher, F.** (Hrsg.) (2010). *Crossmedia – Wer bleibt auf der Strecke? Beiträge aus Wissenschaft und Praxis*. Münster: LIT Verlag.
- Huang, E., Davison, K., Shreve, S., Davis, T., Bettendorf, E. & Nair, A.** (2006). Bridging Newsrooms and Classrooms: Preparing the Next Generation of Journalists for Converged Media. *Journalism and Communication Monographs*, 8(3), 221-262.
- IFRA Special Report** (2007). *Cross-media newrooms in Germany*. 07.
- Kaltenbrunner, A., Meier, K., García Avilés, J. A., Kraus, D. & Carvajal, M.** (2009). Newsroom-Konvergenz in Tageszeitungen im internationalen Vergleich. In B. Stark & M. Magin (Hrsg.), *Die österreichische Medienlandschaft im Umbruch* (S. 261-292). Wien: Verlag der Österreichischen Akademie der Wissenschaften.
- Kretzschmar, S.** (2010). Crossmediale Ausbildung. Verlierer und Gewinner. In R. Hohlfeld, P. Müller, A. Richter & F. Zacher (Hrsg.), *Crossmedia – Wer bleibt auf der Strecke? Beiträge aus Wissenschaft und Praxis*. Münster: LIT Verlag, S. 37-53.
- Lieb, T.** (2009). *All the News. Writing and Reporting for Convergent Media*. Boston: Allyn and Bacon.
- Mayring, P.** (2009). Qualitative Inhaltsanalyse. In U. Flick, E. von Kardoff & I. Stein (Hrsg.), *Qualitative Forschung* (S. 486-475). 7. Aufl. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Meier, K.** (2010). Crossmedialer Journalismus. Eine Analyse redaktioneller Konvergenz. In R. Hohlfeld, P. Müller, A. Richter & F. Zacher (Hrsg.), *Crossmedia – Wer bleibt auf der Strecke? Beiträge aus Wissenschaft und Praxis* (S. 94-110). Münster: LIT Verlag.
- Meier, K.** (2009). Zeitungen werden sich sehr verändern. *Medium Magazin*, 3, 26-27.
- Quandt, T. & Singer, J. B.** (2009). Convergence and Cross-Platform Content Production. In K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (Hrsg.), *The Handbook of Journalism Studies* (S. 130-144). News York: Routledge.

**Quinn, S. & Filak, V.** (Hrsg.) (2005). *Convergent Journalism: An Introduction*. Amsterdam: Elsevier.

**Perrin, D., Stücheli-Herlach, P. & Weber, W.** (2010). Public Storytelling in konvergenten Medien: Produktionsmuster reflektieren, variieren und weiterentwickeln lernen. In E.-M. Jakobs (Hrsg.), *Schreiben und Medien. Schule, Hochschule, Beruf* (S. 187-201). Frankfurt am Main: Lang, 2010.

**Perrin, D. & Keel, G.** (2009). Fit für den Journalismus im Netz. *Message. Werkstatt: Multimedial erzählen*, 2, 2-5.

**Perryman, N.** (2008). Doctor Who and the Convergence of Media. *Convergence*, 14, 21-39.

**Thurman, N. & Lupton, B.** (2008). Convergence Calls. Multimedia Storytelling at British Websites. *Convergence*, 14, 439-455.

**Weber, W.** (2010). Medienkonvergenz und Ausbildung: Lehren und Lernen im Newsroom. In H.-J. Bucher, T. Gloning & K. Lehnen (Hrsg.), *Neue Medien, neue Medienformate: Ausdifferenzierung und Konvergenz in der Medienkommunikation* (S. 319-334). Interaktiva, Schriftenreihe des Zentrums für Medien und Interaktivität. Gießen: Campus Verlag.

**Wilkinson, J. S., Grant, A. E. & Fisher, D. J.** (2009). *Principles of Convergent Journalism*. New York: Oxford University Press.

## Autorin



Prof. Dr. Wibke WEBER || Hochschule der Medien (HdM) ||  
Nobelstraße 10, D-70569 Stuttgart

[www.hdm-stuttgart.de](http://www.hdm-stuttgart.de)

[weber@hdm-stuttgart.de](mailto:weber@hdm-stuttgart.de)