

Andrea Lehr (Aufsatz) *Nichtlinear, multimedial, interaktiv? Hypertexte zwischen Anspruch und Wirklichkeit.*

- Abstract -

### Forschungskontext

Mit dem Einzug der neuen Medien in Schule, Beruf und Freizeit haben sich auch Hypertexte als feste Größen im Alltagsleben etabliert. Nun gelten aber Hypertexte - ungeachtet der Zweitkonstituente *text* innerhalb ihrer Bezeichnung - nicht einfach als Texte, die lediglich in besonderer, nämlich elektronischer Weise publiziert werden. Vielmehr werden sie als semiotische Gebilde betrachtet, die sich grundlegend von Texten unterscheiden und deshalb geradezu zwangsläufig neuartige Produktions- und Rezeptionsweisen hervorbringen müssen. Hypertexte sind oftmals einer breiten Öffentlichkeit zugänglich und deshalb als Medium vorwiegend der Massenkommunikation einzustufen. Entsprechend werden sie in der Regel nicht mit Texten im Allgemeinen, sondern mit Texten allein des gedruckten Mediums verglichen, die ebenfalls an einen größeren Personenkreis adressiert sind und somit in Zusammenhang mit Kommunikationssituationen der raum-zeitlichen wie auch persönlichen Distanz der Beteiligten zueinander stehen. Wenngleich der vorliegende Beitrag sich dem anschließen wird, so ist aber dennoch darauf hinzuweisen, dass die mit der Bezeichnung *Hypertext* erfassten Phänomene äußerst vielgestaltig sind und weit in den Bereich der halböffentlichen und privaten Kommunikation hineinreichen.

Um die vermutete grundlegende Andersartigkeit von Hypertexten gegenüber gedruckten Texten aufzuzeigen, werden Erstgenannten in der einschlägigen Fachliteratur vorrangig drei Eigenschaften zugewiesen: obligatorische Gebundenheit an das elektronische Medium, Nichtlinearität und Multimedialität.

Mit der Eigenschaft der *obligatorischen Gebundenheit an das elektronische Medium* wird hervorgehoben, dass Hypertexte in digitaler Form vorliegen, im wesentlichen auf CD-ROM, DVD oder im World Wide Web zur Verfügung stehen und für die Ausgabe am Bildschirm konzipiert sind. Dementsprechend werden gedruckte Texte in der Regel auch dann nicht in die Kategorie der Hypertexte eingeordnet, wenn sie in ihrem Aufbau und ihrer Gestaltung den sonstigen Anforderungen an Hypertexte genügen.

Die zweite der genannten Eigenschaften, die *Nichtlinearität*, speist sich aus der Festsetzung, dass Hypertexte aus mehreren Teilen bestehen müssen, die durch elektronische Links explizit, jedoch ohne vorgegebene Reihenfolge miteinander verknüpft sind. Auf diese Weise werden Hypertexte nicht nur von gedruckten Texten, sondern auch innerhalb des elektronischen Mediums selbst von so genannten elektronischen Texten unterschieden. Sehr oft wird die Eigenschaft der Nichtlinearität in Zusammenhang mit der Frage diskutiert, welche von der Schreib- und Lesekompetenz im Printmedium abweichenden Fähigkeiten ein adäquater Umgang mit Hypertexten erfordert. Hierbei spielen auch die Eigenschaft der Interaktivität und die Vorstellung von interaktiven Hypertexten, die von ihren Produzenten so zu gestalten sind, dass sie sich in ihren Inhalten an die jeweiligen Bedürfnisse der Rezipienten anpassen, eine große Rolle.

Die Eigenschaft der *Multimedialität* hingegen, also das Miteinandervorkommen von schriftkonstituierten Passagen, Bildern und Graphiken sowie Tönen und animierten Bildsequenzen, wird in der Fachliteratur zwar ebenfalls häufig benannt, aber nur in vergleichsweise wenigen wissenschaftlichen Publikationen eingehender in Zusammenhang mit Fragen der Hypertextproduktion und Hypertextrezeption erörtert. Ein Grund dafür mag sein, dass noch immer Uneinigkeit darüber besteht, ob Multimedialität als eine obligatorische Eigenschaft von Hypertexten zu betrachten ist oder als eine lediglich fakultative, wenngleich frequente. Zwar wird in einigen wissenschaftlichen Publikationen terminologisch zwischen Hypertexten und Hypermedia unterschieden, diese sind jedoch in der Mehrzahl älteren Datums. Durchgesetzt hat sich diese Unterscheidung nicht, so dass mit den Termini *Hypertext* und *Hypermedia* zumeist rein sprachliche Gegebenheiten und semiotische Gebilde mit sprachlichen und nichtsprachlichen Komponenten gleichermaßen bezeichnet werden.

Zum überwiegenden Teil stützt sich die wissenschaftliche Beschäftigung mit Hypertexten entweder auf eigens erhobene empirische Daten zu konkreten Situationen der Hypertextrezeption, oder aber sie besteht aus einer theoretischen, allenfalls um Momente der Selbstbeobachtung ergänzten Herangehensweise. Im letztgenannten Fall wiederum liegt das Hauptaugenmerk auf einer Beschreibung der Beschaffenheit und der Eigenschaften von Hypertexten in Abgrenzung zu Texten, aus deren Ergebnissen sich dann - quasi als Abfallprodukte - Aussagen über veränderte Rezeptions- und deutlich seltener auch Produktionsweisen im Hypermedium ergeben. Hinzu tritt eine anwendungsorientierte Beschäftigung mit Hypertexten, die sich vorwiegend auf eine Optimierung der Hypertextgestaltung konzentriert. Die in diesem Zusammenhang diskutierten Fragen werden jedoch in dem vorliegenden Beitrag von nur nachgeordnetem Interesse sein; vielmehr soll das Hauptaugenmerk auf den beiden erstgenannten Forschungsrichtungen liegen. Auffallend hierbei ist nämlich, dass sich der Tenor der theoretischen Abhandlungen über Hypertexte nicht mit den Ergebnissen der empirischen Untersuchungen in Deckung bringen lässt. Vielmehr wird Hypertexten aus theoretischer Sicht ein größerer und - zumindest dann, wenn sie optimal gestaltet sind - oftmals weitaus positiverer Einfluss auf die Rezeptionsleistungen zugeschrieben, als sich dies in empirischen Studien belegen lässt.

### Gliederung

An diese Überlegungen knüpft der Aufsatz an. Seine zentrale These lautet, dass es notwendig ist, die Grundannahmen über die Unterschiede zwischen Hypertexten und Texten hinsichtlich deren Beschaffenheit, Rezeption und in seltenen Fällen auch Produktion, die einer theoretischen Beschäftigung mit Hypertexten entsprungen sind, zu revidieren, um zu realistischen, empirisch überprüfbaren Thesen im Hinblick auf Hypertexte und ihre künftige Entwicklung sowie die erforderlichen Kompetenzen im Umgang mit ihnen zu gelangen. Am Ende wird als Resultat stehen, dass sich die vermutlich erforderlichen neuartigen Kompetenzen im Umgang mit Hypertexten nicht mit dem Verweis auf deren Nichtlinearität, Multimedialität oder gar Interaktivität begründen lassen - und zwar zum einen, weil Hypertexte und Texte sich anhand der beiden erstgenannten Kriterien nicht trennscharf voneinander unterscheiden lassen, und zum anderen, weil die Zuschreibung von Interaktivität in Zusammenhang mit der Rezeption von Hypertexten

ebenso wenig sinnvoll ist wie im Falle gedruckter Texte; ähnliches gilt übrigens auch für andere Arten massenmedialer Kommunikation.

Im weiteren Verlauf des Aufsatzes wird zunächst **in Abschnitt 2** erläutert, auf welche Ursachen die widersprüchlichen Ergebnisse der bisherigen theoretischen und empirischen Forschung zurückzuführen sind; hierbei werden die in der Sprachwissenschaft dominierenden Textbegriffe und auch die euphorische Aufbruchsstimmung zu Beginn des Computerzeitalters von maßgeblichem Interesse sein.

In **Abschnitt 3** wird dann eingehender diskutiert, was gemeinhin unter der Nichtlinearität, Interaktivität und Multimedialität von Hypertexten verstanden wird, und auf welche Weise sich diese drei Begriffe präzisieren lassen. Dabei wird aufgezeigt, dass es zwischen den bestehenden Hypertexten und gedruckten Texten allenfalls graduelle, jedoch keine grundlegenden Unterschiede gibt, und dass dementsprechend Hypertexte in ihrer heutigen Form lediglich aufgrund der Besonderheiten des elektronischen Trägermediums neuartige Rezeptionsstrategien erfordern.

Der Beitrag schließt **in Abschnitt 4** mit einem Plädoyer für einen weitgefassten Textbegriff, der den realen lebensweltlichen Gegebenheiten gerecht wird und gleichermaßen für die wissenschaftliche Beschäftigung mit Texten im herkömmlichen Sinne und mit Hypertexten geeignet ist, sowie mit einigen kurzen Anmerkungen zur Gegenwart und Zukunft von Hypertexten.