

0	Einleitung	9
0.1	Praxisbezug und Erkenntnisinteresse.....	9
0.2	Die Kontroverse um den Rückbezug auf die rhetorische Tradition.....	10
0.3	Rückblick auf die Geschichte der Rhetorik mit speziellem Blick auf Lernmaterialien.....	13
0.4	Vom Nutzen der Rhetorik für die Evaluation von Online-Lernumgebungen	18
0.5	Rhetorische Kategorien als Ausgangsbasis für Fallstudien zur ‚Usability‘ resp. ‚Kommunikationsqualität‘ von Lernumgebungen.....	23
0.6	Schulabschlussbezogene Online-Angebote als ‚geschlossene Systeme‘	24
0.7	Die Neukonfigurierung der Rhetorik.....	25
1	Der (medien-)rhetorische Hintergrund	29
1.1	Abriss der Geschichte der Rhetorik mit Blick auf die Entwicklung von <i>Web-Lern-</i> und <i>Informations-Materialien</i>	29
1.1.1	Griechische Rhetorik.....	30
1.1.2	Römische Rhetorik.....	39
1.1.3	Mittelalter.....	59
1.1.4	Exkurs: Brieflehre.....	81
1.1.5	Neuzeit	99
1.1.6	Exkurs: Das Stilideal der Schlichtheit	121
1.1.7	Der Bruch in der Geschichte der Rhetorik um 1800.....	129
1.1.8	Exkurs: Fachsprachen.....	131
1.1.9	Exkurs: Wissenschaftlicher Stil und Verständlichkeit.....	144
1.2	Das zwanzigste Jahrhundert.....	162
1.2.1	Das Wiederaufleben historischer Forschungen.....	162
1.2.2	Die Zunahme formalrhetorischen Interesses	162
1.2.3	Neue präskriptive Rhetoriken	163
1.2.4	Die bedeutendsten Richtungen der <i>New Rhetoric</i>	163
1.2.5	Neue intermediale Erscheinungsformen.....	165

1.3	Die vier Medialisierungen der Rhetorik	167
1.3.1	Die ERSTE Medialisierung: Der Zerfall der Präsenz und die Rhetorik des Briefs.....	169
1.3.2	Die ZWEITE Medialisierung: Das virtuelle Forum. Die Rhetorik des Buchs	169
1.3.3	Die DRITTE Medialisierung: Virtualisierung der Präsenz. Die Rhetorik der Audiovision	171
1.3.4	„Die VIERTE Medialisierung der Rhetorik: Geschriebene Bilder und Töne. Die Rhetorik der digitalen Simulation“	175
1.4	„Neue‘ neue Rhetorik und Konstruktivismus	176
1.5	Literarische Rhetorik vs. Rhetorik der Mündlichkeit im Zeitalter der Digitalisierung	180
1.6	Emblematik im Internet.....	189
1.6.1	Variationen der Funktions-Zusammenhänge im Internet-Emblem.....	192
1.6.2	Die modifizierte Emblematik des Internets.....	193
1.7	Die unterschiedliche Qualität von Sprache und Bildern	193
1.7.1	Text-Bild-Verschränkungen und Kriterien des Verstehens Erfolgs.....	195
1.7.2	Die Affinität von Metaphern und technischen Medien	196
1.7.3	„Aktualisierende Metaphern‘ in den Neuen Medien	197
1.8	Ausweitung der Stilistik unter Einbezug von Typographie und Layout im digitalen Zeitalter	198
1.9	Der Jetztzustand: die ‚Neukonfigurierung‘ des Systems der Rhetorik.....	200
1.9.1	Hyperlinks als „tools of rhetoric“?	203
1.9.2	Sprachgebung im Internet	206
1.9.3	Die Relativierung des ‚Linearitätsdogmas‘.....	210
1.9.4	Computerwissenschaftliche Modellierungen zu (literarischen) Texten....	218
2	Gebrauchstauglichkeit resp. Kommunikationsqualität	219
2.1	‚Usability‘ – Versuch einer Begriffsbestimmung.....	219
2.1.1	‚Usability‘ als Oberbegriff?	220
2.1.2	‚Usability‘-Standards	222
2.1.3	Anforderungen an die Gebrauchstauglichkeit.....	224
2.2	Grundsätze der Dialoggestaltung im Netz	227
2.2.1	Aufgabenangemessenheit	228
2.2.2	Selbstbeschreibungsfähigkeit.....	229
2.2.3	Steuerbarkeit	231
2.2.4	Erwartungskonformität.....	231
2.2.5	Fehlertoleranz	233

2.2.6	Individualisierbarkeit	234
2.2.7	Lernförderlichkeit.....	235
2.3	‚Usability-Testing‘ als Grundlage einer künftigen Hypertext-Rhetorik?.....	237
2.3.1	Experten-Tests.....	238
2.3.2	Interaktionsverlaufsanalysen (IVA).....	239
2.3.3	Der handlungstheoretische Ansatz Buchers.....	242
2.4	Entwurf eines Usability-Rasters in Anlehnung an die ISO-Normvorgaben	246
2.4.1	Herleitung der Raster-Systematik.....	246
2.4.2	Usability-Kriterien (in Anlehnung an ISO 9241)	254
2.4.3	„Usability – revisited: Von der Gebrauchstauglichkeit zur Kommunikationsqualität“ (H.-J. Bucher)	255
3	Empirischer Teil.....	259
3.1	Fallstudie zur Evaluation der ‚Kommunikationsqualität‘ einer britischen Unterrichtsreihe zum ‚Kalten Krieg‘	259
3.1.1	Didaktisch-methodische Vorbemerkungen.....	260
3.1.2	Evaluation der Kommunikationsqualität exemplarisch ausgewählter WEBSEITEN.....	270
3.2	Fallstudie zum Lernhypertext des kalifornischen <i>Foothill Colleges</i>	295
3.3	Rhetorisch-konstruktivistische Analyse zur Kommunikationsqualität exemplarisch ausgewählter Informationssites zur Berliner Mauer.....	313
3.3.1	Hyperbel	316
3.3.2	Synekdoche.....	319
3.3.3	Praeteritio und persusio	325
3.3.4	Antistasis.....	336
3.3.5	Reflexio.....	341
3.3.6	Zeitliche Reihenfolge und Ursache-Wirkung-Schemata.....	347
3.3.7	Das Internet als Irrgarten der Desorientierung: ‚Critical Web Literacy‘ resp. ‚Critical Hyperreading‘ als übergeordnete Lernziele einer angewandten Hypertext-Rhetorik.....	349
3.4	Fachsprachliche Analyse.....	354
3.4.1	Syntax: Wörter pro Satz(gefüge)/Nebensätze (Relativsätze) pro Satz(gefüge).....	356
3.4.2	Syntax: Satzarten.....	357
3.4.3	Lexik: Worthäufigkeiten.....	358
3.4.4	Syntax: Verbformen.....	360
3.4.5	Tempus	362

3.4.6	Modus.....	363
3.4.7	Modalverben	363
3.4.8	Sachbezogene Wörter (Fachtermini sowie gehoben-bildungs- sprachliche Ausdrücke) und umgangssprachliche Wendungen.....	363
3.4.9	Anaphorische Elemente und Thema-Rhema-Gliederung.....	364
3.4.10	Resümee: Ein Stilmix aus schlichtem und mittlerem Stil.....	364
4	Pädagogischer Teil.....	371
4.1	Links als Impulse	371
4.1.1	Lernhilfen	382
4.1.2	Impulsverfahren	384
4.2	Zusammenfassende Erörterung der Lernwirksamkeit von Hypertextsystemen.....	397
4.2.1	Schulabschlussbezogene Online-Angebote als ‚geschlossene Systeme‘	397
4.2.2	Die größere Beschwerlichkeit der Lektüre am Bildschirm im Vergleich zur Lektüre einer Druckversion	400
4.2.3	Vorgabenfreie Projektarbeit.....	401
4.2.4	Textsegmentierung und Modularisierung: Die „Schlüssellochperspektive des Nutzers“ (Jakobs/Lehnen).....	404
4.2.5	Schulabschlussbezogene Kurse als ‚closed sets‘ T. N. Corns)	405
4.2.6	Templates resp. Buch-Metapher.....	407
4.2.7	Resümee: Die Notwendigkeit von schulabschlussbezogenen Online-Angeboten in der Erwachsenenbildung auf dem Hintergrund flexibilisierter Arbeitszeiten	411
5	Zusammenfassung.....	415
6	Nachwort.....	439
7	Literatur.....	447
8	Anhang.....	471
Tabelle 5: Kriterienraster zur ‚Usability‘ von Web-Auftritten (in Anlehnung an ISO 9241).....		471