

# Inhalt

Peter Handler .....	1
<i>Das E zum Text</i>	
Einführung	
 <b>Teil 1 Wissen und Wissenschaft</b>	
Eva-Maria Jakobs .....	11
<i>Textproduktion im 21. Jahrhundert</i>	
Christoph Sauer .....	23
<i>Vom "Alten" im "Neuen"</i>	
Zur Bestimmung der Integration früherer Medienentwicklungen in multimediale Textgestaltungen	
Eva Martha Eckkrammer .....	45
<i>Textsortenkonventionen im Medienwechsel</i>	
Guido Ipsen .....	67
<i>Pragmatik des Hypertextes</i>	
Linguistische Aspekte WWW-gebundener Informationsmedien als designtechnisches Instrument	
Rolf Todesco .....	81
<i>MailTack – Individuelles Wissensmanagement</i>	
Carsten Hausdorf und Herbert Stoyan .....	95
<i>ScientiFix – ein modellbasiertes Werkzeug zur integrierten     Rezeption und Produktion wissenschaftlicher Texte</i>	
Dagmar Knorr .....	109
<i>Von der Dissertationsschrift zur Publikation</i> oder: Wie wird aus einem Manuskript ein Buch?	

## Teil 2 Lernumgebungen

Jörg Zumbach und Peter Reimann .....	131
<i>Hypermediales Lernen und Kognition</i>	
Anforderungen an Lernende und Gestaltende	
Bernd Gaede .....	143
<i>Konventionalisierung der Gestaltung multimedialer Software</i>	
<i>durch Automatisierung</i>	
Ein Produktionssystem für interaktive Lernsoftware	
Helmut Felix Friedrich, Aemilian Hron, Sigmar-Olaf Tergan und Thomas Jechle .....	157
<i>Unterstützung kooperativen Schreibens in virtuellen</i>	
<i>Lernumgebungen</i>	
Katrin Lehnen und Kirsten Schindler .....	169
<i>Schreiben zwischen Studium und Beruf</i>	
Zur didaktischen Vermittlung domänenspezifischer	
Schreibanforderungen in der Hochschulausbildung	

## Teil 3 Domänen der Praxis

Daniel Perrin .....	193
<i>„Wir tun uns hier mal um den Inhalt herummogeln“</i>	
<i>Strategien computergestützter Textreproduktion beim</i>	
<i>Nachrichtenschreiben</i>	
Horst Silberhorn .....	221
<i>Das Projekt ForeignSGML</i>	
Übersetzungsunterstützung bei technischer Dokumentation	
Karl-Heinz Pogner und Anne-Marie Søderberg .....	235
<i>Organisationsinterne ‚E-Mail an alle‘-Kommunikation:</i>	
<i>Informationsübertragung oder Kommunikationsraum?</i>	

---

Marc Rittberger und Frank Zimmermann .....	255
<i>Wirtschaftliche und kommunikative Aspekte eines internen Kommunikationsforums in einem Unternehmen der Medienindustrie</i>	
Rogier Crijs .....	277
<i>Elemente textuellen Appellierens in der digitalen Produktwerbung</i> Textgestaltung und kulturspezifische Appellformen im Webvertising	
<b>Über die Autoren .....</b>	<b>295</b>
<b>Namensregister .....</b>	<b>301</b>
<b>Sachregister .....</b>	<b>307</b>