

Silke Müller-Hagedorn

Wissenschaftliche  
Kommunikation  
im multimedialen  
Hypertext

Bestandsaufnahme und  
Umsetzung am Beispiel  
germanistischer Mediävistik

**STAUFFENBURG  
VERLAG**

# Inhalt

1	Einleitung: Multimedia in den Geisteswissenschaften – warum?	1
2	Hypertext und Multimedia – eine Gegenstandsbestimmung	7
2.1	Hypertext	7
2.1.1	Was ist Hypertext?	9
2.1.2	Detailfragen	19
2.1.2.1	Knoten	21
2.1.2.2	Links (Verknüpfungen)	26
2.1.3	Zur Textualität und Linearität von Hypertexten	32
2.1.4	Kohärenz und Kohärenzhilfen	42
2.1.5	„Verwendung“ von Hypertexten	50
2.2	„Multimedia“ – Ansprüche und Erwartungen	55
2.2.1	Das „Medium“ als Grundlage von „Multimedia“	57
2.2.2	Festlegung des Arbeitsbegriffs „multimedial“	68
2.2.3	„Multimedia“ und Sinneskanäle: Kommunikationsmodi	70
2.2.4	Multimedialer Hypertext als Integration differenter Symbolsysteme	73
2.2.5	Hypertext und Hypermedia	76
2.2.6	Ästhetik – Folgen der Sichtbarmachung	77
2.2.7	Ansprüche der „Autoren“ und „Rezipienten“ an „Multimedia“	80
2.3	Bilder und Grafiken als Bestandteil von „Multimedia“	85
2.3.1	Bilder und Bildverstehen	85
2.3.1.1	Bildverstehen: Ergebnisse der Psychologie und der Erziehungswissenschaften	85
2.3.1.2	Prinzipielle Probleme der bildlichen Darstellung aus semiotischer Sicht	87
2.3.1.3	Affektive Wirkung der Bilder	92
2.3.1.4	Bilder im Fachkontext	93
2.3.2	Bildtypen	95
2.3.2.1	Darstellende Bilder	95
2.3.2.2	Diagramme/logische Bilder	97
2.3.3	„Bildrhetorik“ – Kombinationen von Bildern und Texten	101
2.4	Weitere multimediale Darstellungsformen	108
2.4.1	„Bewegte“ Bilder	108
2.4.2	Audio	112
2.4.3	Dreidimensionale Darstellungen	114

2.5	„Multimediales“ Schreiben.....	117
2.5.1	Sammlung des Materials und Digitalisierung .....	118
2.5.2	Festlegung der Verknüpfungsstruktur und der Interaktionsmöglichkeiten des Lesers .....	120
2.5.3	Gestaltung des Bildschirmlayouts .....	123
2.5.4	Verfassen eigener Textteile .....	125
3	Multimediale Wissenschaftskommunikation .....	127
3.1	Charakteristika wissenschaftlicher Kommunikation.....	127
3.1.1	Wissenschaftliche Sprache und Textgestaltung .....	130
3.1.2	Strukturierung von Texten – Absätze und Paratexte ....	134
3.1.3	„Räumlichkeit“ wissenschaftlichen Textproduzierens ....	139
3.1.4	Argumentation als Kontextualisierung .....	140
3.2	Multimediale Umsetzung mediävistischer Themen: prinzipielle Überlegungen.....	143
3.2.1	Kombination verschiedener „Textsorten“ .....	143
3.2.1.1	Kombination verschiedener Typen von Verbaltexten	144
3.2.1.2	Kombination mit darstellenden Bildern .....	148
3.2.1.3	Kombination mit „logischen Bildern“ .....	149
3.2.2	Organisation der „textuellen Einheiten“ im Hypertext ....	150
3.2.3	Fragmentierung der Quellen .....	152
4	Höfische Kultur – Beispiel eines multimedialen Hypertextes ...	155
4.1	Höfische Kultur als Thema der exemplarischen Umsetzung .	155
4.2	Beschreibung der Umsetzung aus struktureller Sicht.....	157
4.2.1	Darstellungsstruktur der „Inhaltsseiten“ .....	160
4.2.2	Einbindung von Quellen und anderen Hilfsmitteln über die Navigationsleiste .....	166
4.2.3	Gestalt der speziellen Seiten: Bildverzeichnis, Literaturverzeichnis, Textübersicht, Zeitleiste .....	171
4.2.4	Integration von logischen Bildern: VRML und animated gif .....	178
4.3	Beschreibung der Umsetzung aus thematischer Sicht.....	181
4.3.1	Höfische Sachkultur: zweidimensionale Darstellung.....	182
4.3.2	Höfische Werte: VRML .....	187
4.3.2.1	Umsetzung im multimedialen Hypertext – VRML .....	189
4.3.2.2	Umsetzung im multimedialen Hypertext – zweidimensional .....	193
4.3.3	Zentrale Begriffe der höfischen Kultur .....	198
4.3.3.1	Wechselwirkungen zwischen zentralen Gebieten – „animated gif“ .....	198
4.3.3.2	Umsetzung im multimedialen Hypertext .....	201

4.4	Struktur des Hypertextes – ein Rückblick.....	205
4.4.1	Multiple Perspektiven.....	205
4.4.2	Sprache im multimedialen Hypertext .....	207
4.4.3	Anschlussstellen für die wissenschaftliche Arbeit .....	208
5	Zusammenfassung und Ausblick: Vorteile der multimedialen Fachkommunikation .....	209
5.1	Hilfsmittel bei der ‚Konstruktion‘ von Gedankengebäuden ....	209
5.2	Kontextualisierung des Wissens .....	211
5.3	‚Multimedialität‘ .....	213
5.4	Vorschläge für einen Kriterienkatalog zum multimedialen Schreiben.....	214
5.5	Auf dem Weg zum multimedialen Text.....	216
	Anhang: Glossar/Abkürzungsverzeichnis .....	219
	Abbildungsverzeichnis .....	220
	Literaturverzeichnis.....	221
	Primärliteratur.....	221
	Sekundärliteratur – Mediävistik .....	221
	CD-ROM-Produktionen .....	224
	Sekundärliteratur- Multimedia/Hypertext .....	224