

Sabrina Zankl

Textperformanz und Textwirkung im WWW im Spannungsfeld zwischen Wandel und Konvention

Dargestellt am Beispiel russischer Hochschulwebsites

Sabrina Zankl

Textperformanz und Textwirkung im WWW
im Spannungsfeld zwischen Wandel und Konvention.
Dargestellt am Beispiel russischer Hochschulwebsites

Dissertationen der LMU München

Band 20



Universitätsbibliothek
Ludwig-Maximilians-Universität München

Textperformanz und Textwirkung im WWW im Spannungsfeld zwischen Wandel und Konvention

Dargestellt am Beispiel russischer
Hochschulwebsites

von
Sabrina Zankl

Herausgegeben von der
Universitätsbibliothek der Ludwig-Maximilians-Universität
Geschwister-Scholl-Platz 1
80539 München

Text © Sabrina Zankl 2018
Erstveröffentlichung 2018
Zugleich Dissertation der Universität zu München 2017

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet abrufbar über <http://dnb.dnb.de>

Herstellung über:
readbox unipress
in der readbox publishing GmbH
Am Hawerkamp 31
48155 Münster
<http://unipress.readbox.net>

Open-Access-Version dieser Publikation verfügbar unter:
<http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:bvb:19-216626>

978-3-95925-075-7 (Druckausgabe)
978-3-95925-076-4 (elektronische Version)

Inhaltsverzeichnis

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	IX
1 Vorstellung des Forschungsgegenstandes	1
1.1 Thesen	3
1.2 Relevanz der Untersuchung für Theorie und Praxis	4
1.2.1 Forschungsstand	4
1.2.2 Anwendungsbereich ‚Hochschulmarketing‘ in Russland ..	7
1.3 Vorgehensweise	10
2 Untersuchungsgegenstand ‚institutionelle Website‘	13
2.1 Website als institutionelles Selbstmarketing-Instrument.....	14
2.2 Neue Möglichkeiten der Textperformanz im WWW?	16
2.2.1 Nichtlinearität	17
2.2.2 Interaktivität/Bidirektionalität	22
2.2.3 Multimodalität	25
2.2.4 Fazit	32
2.3 ‚Textsorte‘ als Prototyp zwischen Funktion und Form.....	36
2.3.1 Pragmatisch-kommunikatives Text- und Textsortenverständnis.....	37
2.3.2 ‚Text‘ als prototypische Kategorie	43
2.3.3 Fazit	48
3 Website-Performanz und -Wirkung – ein stilistischer Zugang	51
3.1 Website-Performanz als Stil: Forschungsstand und Anforderungsprofil	53
3.2 Stil als wirkungsvolle Textgestalt(-ung)-in-Relation	57
3.3 Konvention im WWW.....	61
3.3.1 Exkurs: Strukturalistische Normbegriffe zwischen ‚System‘ und ‚Rede‘	63
3.3.1.1 Hjelmslev	63
3.3.1.2 Coseriu	64
3.3.1.3 Prager Schule	65

3.3.2	Konvention und Funktion	68
3.3.2.1	Soziolinguistische Ansätze	68
3.3.2.2	Pragmatisch-kommunikative, prototypentheoretisch erweiterte Textsortenkonzepte.....	72
3.3.3	Konvention und Tradition	76
3.3.4	Fazit.....	80
3.4	Stil als semiotisch-kommunikative Textqualität	81
3.4.1	Exkurs: Dyadische und triadische Zeichenmodelle	82
3.4.1.1	Saussure.....	82
3.4.1.2	Peirce	83
3.4.2	Semiotik der Schule von Moskau und Tartu.....	84
3.4.3	Neuere Ansätze zur Semiotik der Textperformanz	91
3.4.4	Fazit.....	92
4	Empirische Untersuchungen:	
	Korpus, Methodik, Ergebnisse	95
4.1	Korpus _{basis}	95
4.2	Empirische Untersuchung I: Entwicklungstendenzen der Textperformanz im WWW	100
4.2.1	Vorgehensweise.....	101
4.2.1.1	Korpus _{dia}	101
4.2.1.2	Untersuchungskriterien.....	105
4.2.1.3	Methodik	111
4.2.2	Ergebnisse	111
4.2.2.1	Stand im Jahr 2000.....	112
4.2.2.1.1	Kategorie ‚Sequenziertheit‘	113
4.2.2.1.2	Kategorie ‚Direktionalität‘	116
4.2.2.1.3	Kategorie ‚Modalität‘	117
4.2.2.1.4	Zusammenfassung.....	120
4.2.2.2	Stand im Jahr 2005.....	123
4.2.2.2.1	Kategorie ‚Sequenziertheit‘	124
4.2.2.2.2	Kategorie ‚Direktionalität‘	127
4.2.2.2.3	Kategorie ‚Modalität‘	130
4.2.2.2.4	Zusammenfassung.....	133
4.2.2.3	Stand im Jahr 2010	135

4.2.2.3.1	Kategorie ‚Sequenziertheit‘	136
4.2.2.3.2	Kategorie ‚Direktionalität‘	139
4.2.2.3.3	Kategorie ‚Modalität‘	142
4.2.2.3.4	Zusammenfassung.....	144
4.2.2.4	Stand im Jahr 2016.....	146
4.2.2.4.1	Kategorie ‚Sequenziertheit‘	147
4.2.2.4.2	Kategorie ‚Direktionalität‘	151
4.2.2.4.3	Kategorie ‚Modalität‘	155
4.2.2.4.4	Zusammenfassung.....	158
4.2.3	Fazit	161
4.3	Empirische Untersuchung II: Textwirkung im WWW.....	166
4.3.1	Methodenreflexion	166
4.3.1.1	Expertentests	167
4.3.1.2	Nutzertests	168
4.3.2	Vorgehensweise	171
4.3.2.1	Methodik	171
4.3.2.2	Korpus _{syn}	176
4.3.2.3	Probanden	180
4.3.3	Ergebnisse.....	184
4.3.3.1	Medial-kommunikative Sozialisation und textsortenspezifische Erfahrungen und Erwartungen	184
4.3.3.2	Wirkung der Website-Performanz	190
4.3.3.2.1	Website der Staatlichen Technischen Universität Irkutsk.....	190
4.3.3.2.2	Website der Staatlichen Universität Voronež	196
4.3.3.2.3	Website der Sibirischen Föderalen Universität	202
4.3.3.2.4	Zusammenfassung.....	208
4.3.4	Fazit	210
5	Resümee: Zusammenfassung, Ausblick.....	215

6	Literatur- und Quellenverzeichnis	219
7	Anhang	247
7.1	Empirische Untersuchung I	247
7.1.1	Archivierung des Korpus _{basis} im Internet Archive	247
7.1.2	Korpus _{dia}	248
7.1.2.1	Jahr 2000	248
7.1.2.2	Jahr 2005	249
7.1.2.3	Jahr 2010	251
7.1.2.4	Jahr 2016	253
7.2	Empirische Untersuchung II	257
7.2.1	Korpus _{syn}	257
7.2.1.1	Bewertung des Zutreffens der typischen Performanzmerkmale pro Website	257
7.2.1.2	Bewertung des Zutreffens der typischen Performanzmerkmale pro Merkmal	258
7.2.1.3	Bewertung des Zutreffens der typischen Performanzmerkmale pro Website, doppelte Gewichtung zentraler Merkmale	259
7.2.1.4	Ergebnis: Korpus _{syn}	260
7.2.2	Fragebogen, Umfrageergebnisse	260

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildungen

Abbildung 1: 3-SPBGPU, Startseite/Intro, Stand: 08.07.2000.....	112
Abbildung 2: 1-MGU, Startseite, Stand: 01.03.2000.....	113
Abbildung 3: 5-TGU, <i>Rektorat</i> , Stand: 23.02.2001.....	115
Abbildung 4: 2-SPBGU, Startseite, Stand: 10.05.2000.....	116
Abbildung 5: 15-BELGU, <i>Obščaja informacija</i> (Ausschnitt), Stand: 05.04.2001.....	120
Abbildung 6: 3-SPBGPU, Startseite/Intro (Ausschnitt), Stand: 12.01.2005.....	123
Abbildung 7: 5-TGU, Startseite (Ausschnitt), Stand: 06.02.2005.....	125
Abbildung 8: 9-NNGU: <i>Informacija ob NNGU</i> (Ausschnitt), Stand: 20.08.2007.....	127
Abbildung 9: 1-MGU, Startseite, Stand: 16.01.2005.....	128
Abbildung 10: 2-SPBGU, <i>Administracija</i> , Stand: 07.12.2004.....	133
Abbildung 11: 5-TGU, Startseite (Ausschnitt), Stand: 18.01.2010.....	137
Abbildung 12: 8-JUFU, Startseite, Stand: 27.01.2010.....	138
Abbildung 13: 15-BELGU, Startseite (Ausschnitt), Stand: 26.07.2010.....	140
Abbildung 14: 4-SFU, Startseite (Ausschnitt), Stand: 25.06.2010.....	141
Abbildung 15: 13-PNIPU, Startseite (Ausschnitt), Stand: 09.08.2011.....	143
Abbildung 16: 3-SPBGPU, Startseite (Ausschnitt), Stand: 26.08.2016.....	148
Abbildung 17: 4-SFU, <i>O vuze</i> (Ausschnitt), Stand: 06.08.2016.....	151
Abbildung 18: 5-TGU, Startseite (Ausschnitt), Stand: 24.08.2016.....	153
Abbildung 19: 12-IRNITU, Startseite (Ausschnitt), Stand: 26.08.2016.....	154
Abbildung 20: 6-KFU, <i>Sajt rektora</i> (Ausschnitt), Stand: 16.08.2016.....	158

Tabellen

Tabelle 1 : Korpus _{basis}	97
Tabelle 2: Korpus _{dia}	104
Tabelle 3: Untersuchungskriterien	110
Tabelle 4: Stand im Jahr 2000	121
Tabelle 5: Stand im Jahr 2005	134
Tabelle 6: Stand im Jahr 2010	145
Tabelle 7: Stand im Jahr 2016	159
Tabelle 8: Zutreffen der Kriterien – Zusammenfassung	162
Tabelle 9: Typische Merkmale der Website-Performanz, eruiert am Beispiel russischer Hochschulwebsites (Stand: 2016)	165
Tabelle 10: Allgemeine Angaben (Teil I der Umfrage)	173
Tabelle 11: Bewertung russischer Hochschulwebsites (Teil II der Umfrage)	175
Tabelle 12: Korpus _{syn}	179
Tabelle 13: Angaben zur Person	182
Tabelle 14: Angaben zu Erfahrung und Gewohnheiten im Medium WWW	184
Tabelle 15: Angaben zu Erfahrungen mit bzw. Erwartungen an Hochschulwebsites	185
Tabelle 16: Vorkennntnis der Hochschule und/oder der Website, besuchte Bereiche (12-IRNITU)	191
Tabelle 17: Wahrnehmung und Bewertung der Website-Performanz in Abhängigkeit von den Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen (12-IRNITU)	192
Tabelle 18: Einschätzung und Bewertung der Institution hinter der Website (12-IRNITU)	194
Tabelle 19: Vorkennntnis der Hochschule und/oder der Website, besuchte Bereiche (11-VGU)	197
Tabelle 20: Wahrnehmung und Bewertung der Website-Performanz in Abhängigkeit von den Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen (11-VGU)	198

Tabelle 21: Einschätzung und Bewertung der Institution hinter der Website (11-VGU)	200
Tabelle 22: Vorkenntnis der Hochschule und/oder der Website, besuchte Bereiche (4-SFU)	202
Tabelle 23: Wahrnehmung und Bewertung der Website-Performanz in Abhängigkeit von den Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen (4-SFU).....	204
Tabelle 24: Einschätzung und Bewertung der Institution hinter der Website (4-SFU)	205
Tabelle 25: Vergleichende Einschätzung der drei Websites.....	209
Tabelle 26: Prototypische Qualitäten der Website-Performanz, rezipientenseitig verifiziert und priorisiert am Beispiel russischer Hochschulwebsites (Stand: 2016)	211
Tabelle 27: Wahrnehmung und Bewertung der Website-Performanz in Abhängigkeit von den Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen .	213

Herzlicher Dank

Wenngleich man eine Dissertation letztlich immer selbst schreiben muss, tragen doch meist viele direkt und indirekt zum Gelingen eines solchen Mammutprojekts bei.

An erster Stelle möchte ich Prof. Dr. Barbara Sonnenhauser herzlich danken für ihre Bereitschaft, diese Arbeit als Erstgutachterin zu betreuen, und ihre konstruktiven Hinweise zu vielen Entwürfen in vielen Phasen des Entstehens. Prof. Dr. Ulrich Schweier danke ich vielmals für die Zweitbegutachtung und Unterstützung in formalen Fragen. Für seine Bereitschaft, als drittes Mitglied der Prüfungskommission an der Disputation teilzunehmen, danke ich Prof. Dr. Guido Seiler.

Von ganzem Herzen danke ich Inesa Zakharych für ihr umfangreiches, gewissenhaftes Lektorat meiner russischsprachigen Online-Umfrage.

Mein besonderer Dank gilt außerdem meiner beruflichen Heimat, der Hochschule für Angewandte Sprachen / Fachhochschule des SDI München. Das Entgegenkommen meiner Vorgesetzten, allen voran Prof. Dr. Felix Mayer, durch eine zeitlich flexible Gestaltbarkeit meiner Arbeitszeiten sowie die große Unterstützung und das Verständnis der Kollegen haben diese Arbeit und ihren Abschluss erst ermöglicht. Für die Hilfe bei der Probandensuche danke ich den Kollegen der russischen Abteilung und der Abteilung Deutsch als Fremdsprache, für die schnelle und unkomplizierte Abhilfe bei technischen Widrigkeiten aller Art danke ich den Kollegen der IT-Abteilung des SDI München.

Vorbemerkungen

Die vorliegende Arbeit ist eine leicht überarbeitete Fassung meiner im März 2017 an der Fakultät für Sprach- und Literaturwissenschaften der Ludwig-Maximilians-Universität München eingereichten Dissertation. In diese sind Vorüberlegungen eingegangen, die ich teilweise im Rahmen des ‚Diskussionsforum Linguistik in Bayern‘, eines gemeinsamen Habilitanden- und Doktorandenforums der Otto-Friedrich-Universität Bamberg und der Ludwig-Maximilians-Universität München, vorgestellt und publiziert habe (Zankl 2013, 2014, 2016). Die entsprechenden Verweise erfolgen, ebenso wie Bezugnahmen zu einzelnen Aspekten meiner Magisterarbeit (Zankl 2009), in Form von Fußnoten zu Beginn der betreffenden Abschnitte.

Redaktionelle Hinweise

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird zur Personenbezeichnung nur die maskuline Form verwendet, sie bezieht sich grundsätzlich auf beide Geschlechter.

Mehrere Literaturangaben innerhalb einer Klammer werden nach Erscheinungsjahr und innerhalb eines Erscheinungsjahres alphabetisch sortiert. Bei deutlich späteren Herausgaben oder Übersetzungen von Literaturtiteln wird das Jahr der ursprünglichen Erscheinung zur historischen Einordnung in eckigen Klammer mit angegeben.

Wörtliche Zitate erfolgen, soweit nicht anders durch eckige Klammern gekennzeichnet, unverändert und ggf. einschließlich typografischer Hervorhebungen. Zitate über drei Zeilen Länge werden aus Gründen der besseren Lesbarkeit typografisch vom Fließtext abgesetzt.

Nicht im Duden¹ geführte fremdsprachliche Ausdrücke werden ggf. wissenschaftlich transliteriert und, sofern es sich nicht um Eigen-

1 Siehe <http://www.duden.de/>, zuletzt aufgerufen am 13.03.2017.

namen, aus der Literatur übernommene Begrifflichkeiten oder Zitate handelt, kursiv gesetzt. Wenngleich in dieser Arbeit – soweit möglich und zweckmäßig – deutsche Bezeichnungen verwendet werden, wird auch dem Umstand, dass im Bereich der neuen Medien überwiegend englische Fachtermini üblich sind, durch deren in Klammern nachgestellte Ergänzung Rechnung getragen. Nach ihrer ersten Nennung werden englische Fachtermini nicht mehr typografisch abgesetzt.

1 Vorstellung des Forschungsgegenstandes

Die Nutzung der längst nicht mehr ganz so neuen ‚neuen Medien‘ und insbesondere des Internets ist aus unserem täglichen Leben nicht mehr wegzudenken. Während internetbasierte Technologien jedoch einerseits laufend neue Anwendungen und Entwicklungen präsentieren, die unseren Alltag in Sachen Information, Unterhaltung, Kommunikation, Haushalt, Fortbewegung usw. verändern, sind andererseits bestimmte Errungenschaften des digitalen Zeitalters seit vielen Jahren etabliert und zu einer festen Größe geworden. Gemeint ist hier allen voran das sich seit den 1990er Jahren rasant ausbreitende internetbasierte Hypertextnetz *World Wide Web* (im Folgenden: WWW), das Unternehmen, staatlichen Institutionen und öffentlichen Einrichtungen, Verbänden, Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens und Privatpersonen auf der ganzen Welt als globale Informations- und Kommunikationsplattform dient. Auch russische Bildungsinstitutionen wie Universitäten und Hochschulen aller Art sind durch virtuelle Präsenzen im WWW (engl. *web sites*) vertreten und nutzen diese als Podium zur institutionellen Selbstdarstellung, Bereitstellung von allgemeinen Informationen und aktuellen Hinweisen, zur Angabe von Kontaktmöglichkeiten usw.

Im Mittelpunkt dieser Arbeit steht die Website-Gestaltung, d.h. die konkrete Art und Weise der materiellen Präsentation des Gesamttextes ‚Website‘, welche hier als ‚Textperformanz‘ bzw. ‚Website-Performanz‘ bezeichnet wird.² Hinsichtlich ebendieser Website-Performanz konnte und kann der interessierte Beobachter in den vergangenen ca. 20 Jahren der zunehmend alltäglichen Nutzung des Mediums WWW dynamische Entwicklungsprozesse feststellen: Die Gestaltung von Websites schien sich zunächst vor allem an Texten in Printmedien zu orientieren (vgl. Jakobs 2004: 247), bevor sie nach und nach „das allen neuen

2 Die begriffliche Nähe zu Chomskys (1965: 4) „*performance* (the actual use of language in concrete situations)“ ist dabei insofern nicht zufällig, als seine Unterscheidung ‚Kompetenz – Performanz‘ auf der strukturalistischen Dichotomie ‚System – Rede‘ aufbaut, die im Folgenden noch eine Rolle spielen wird (siehe dazu 3).

Medien eigene Stadium des Imitierens vorhandener Formen und des Experimentierens mit neuen Formen“ (Jakobs/Lehnen 2005: 162f; siehe dazu auch Eckkramer/Eder 2000: 23) verließ und begann, „eigenständige Formate [zu] entwickeln, die das [...] medienspezifische Potential ausschöpfen“ (Androutsopoulos 2005: 118; siehe dazu auch Rehm 2007: XXV) und insofern den Anschein medienspezifischer Konventionen machen. Ebenso ist anzunehmen, dass die Website-Rezipienten aufgrund ihrer im Laufe der Zeit wachsenden Erfahrung im Umgang mit (Hyper-) Texten im WWW mehr oder weniger spezifische Vorstellungen und Erwartungen an deren Gestaltung entwickelt haben (siehe dazu auch Jakobs 2005: 75) und ihre persönliche Einschätzung bzw. Bewertung der Website – und damit implizit auch der Person oder Institution, die sie präsentiert – daran orientieren.

Hier setzt das Erkenntnisinteresse dieser Arbeit an. Am Beispiel russischer Hochschulwebsites soll empirisch überprüft werden, inwiefern diese immer wieder geäußerten Beobachtungen in diachroner Hinsicht tatsächlich zutreffen, d.h. inwiefern sich aus zunächst von ‚klassischen‘ Printtexten übernommenen Eigenschaften über die Zeit WWW-spezifische Textgestaltungs-konventionen herausgebildet haben, und welche Wirkung die konkrete Website-Performanz in synchroner Hinsicht vor dem Hintergrund entsprechend etablierter Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen auf die Rezipienten-Zielgruppe ausübt. Ausgehend von der Prämisse, dass eine Website im Ganzen als thematisch-funktional kohärenter (Hyper-) Text begriffen werden kann (vgl. z.B. Storrer 2000: 223), versteht sich die Untersuchung damit als slavistische Beitrag zur Erforschung zweier Bereiche, denen bislang seitens der Linguistik wenig Aufmerksamkeit geschenkt wurde: Den Entwicklungs- und Konventionalisierungsprozessen und der Rezeption von Texten im WWW (siehe dazu 1.2.1). Sie ist dabei gleichzeitig aufgrund der Fokussierung der ganzheitlichen Website-Performanz und ihrer Wirkung keine ‚typische‘ linguistische bzw. slavistische Arbeit, die sich auf Sprache konzentriert, sondern in der semiotisch erweiterten Textlinguistik zu verorten, mit der Websites als Texte im Sinne zeichenhaft komplexer ‚Kommunikate‘ (z.B.

Adamzik 2002: 174³) begriffen werden können. Trotz bzw. gerade anhand dieser semiotischen (Makro-) Perspektive auf den linguistischen Begriff ‚Text‘ will diese Arbeit den Mehrwert der Verbindung sprach-, zeichen- und medienwissenschaftlicher Theorien und Methoden für die Untersuchung von in der Praxis hochrelevanten Fragestellungen aufzeigen und hier konkret die Perspektive der anwendungsorientierten, semiotisch erweiterten Textlinguistik gewinnbringend für die diachron vergleichende Deskription und synchrone Evaluation der Websites russischer Hochschulen einsetzen (siehe dazu 1.2.2).

Die der Untersuchung zugrunde liegenden konkreten Thesen, ihre Relevanz für Theorie und Praxis sowie ihre Vorgehensweise werden im Folgenden vorgestellt.

1.1 Thesen

Vor dem Hintergrund des hier verfolgten Erkenntnisinteresses hinsichtlich der diachronen Entwicklungstendenzen der Website-Gestaltung einerseits und der synchronen Wirkung der aktuellen Textperformanz andererseits werden im Rahmen dieser Arbeit die folgenden, eng miteinander verbundenen bzw. aufeinander aufbauenden Thesen empirisch überprüft:

These 1: *Websites wiesen in den ersten Jahren der massenhaften Nutzung des WWW vor allem Gestaltungsmerkmale ‚klassischer‘ Printtexte auf (These 1a) und experimentierten erst im Laufe der Zeit immer mehr mit den Möglichkeiten des neuen Mediums, wodurch sich nach und nach qualitativ eigene, medienspezifische Performanzmerkmale und -muster herausbildeten (These 1b).*

These 2: *Die Rezipienten haben ihre Erwartungen an die sich wandelnde Website-Performanz entsprechend kommu-*

3 Adamzik (2002: 174) spricht sich gegen eine Erweiterung des Textbegriffes auf nicht-sprachliche bzw. semiotisch ‚gemischte‘ Texte aus und schlägt in Anlehnung an Nussbaumer (1991: 34) vor, hier stattdessen von ‚Kommunikaten‘ zu sprechen.

nikativ-integrativ mitentwickelt (These 2a) und bewerten diese in Abhängigkeit von den synchron etablierten Konventionen (These 2b).

Das hier vertretene Verständnis der verwendeten Begriffe (z.B. „klassische‘ Printtexte‘, ‚Erwartung‘, ‚Konvention‘) ist dabei ebenso wie der Ansatz, die Wirkung der Website-Performanz letztlich anhand von Bewertungen greifbar zu machen, im Rahmen der Erarbeitung der Theoriegrundlagen zu konkretisieren bzw. zu begründen.

1.2 Relevanz der Untersuchung für Theorie und Praxis

Das theoretische Interesse und die praktische Zielsetzung der Untersuchung der o.g. Thesen werden im Folgenden näher erläutert.

1.2.1 Forschungsstand⁴

Aufgrund ihrer zunehmenden Bedeutung für den modernen Alltag sind Websites und andere Formen der Kommunikation im WWW seit langem Gegenstand linguistischer Forschungsinteressen. In den ersten Jahren der gesellschaftlichen Etablierung der neuen Medien wurden vor allem grundsätzliche Themen wie charakteristische Besonderheiten und Potenziale von Hypertexten (z.B. Kuhlen 1991; Sager 2000; Storrer 2000, 2001a, 2004a; Bucher 2001; Dedova 2008), Textualität und Kohärenz im WWW (z.B. Fritz 1999; Storrer 2003; Schütte 2004) sowie spezifische Klassifizierungs- und Beschreibungsmodelle (z.B. Brandl 2002; Bittner 2003; Huber 2003; Jakobs 2004; Meier-Schuegraf 2006; Rehm 2007; Mehler/Sharoff/Santini 2010) im Rahmen der damit aufkommenden Hypertextlinguistik und angrenzender Disziplinen wie den Informations- und Medienwissenschaften intensiv diskutiert (siehe dazu [2.2](#)). In der folgenden Zeit hat sich die

⁴ Vorüberlegungen dazu in Zankl (2013: 55f, 2016: 75f).

Dieser Abschnitt beschränkt sich auf einen allgemeinen Abriss des aktuellen Forschungsstandes der Linguistik zu Texten im Medium WWW, insbesondere Websites. Dieser wird themenspezifisch im weiteren Verlauf der Arbeit (z.B. [2.2](#), [3.1](#), [4.3.1](#)) wieder aufgegriffen bzw. vertieft.

Forschung auf Beschreibung und medien- und/oder kulturkontrastive Vergleiche einzelner Textsorten (z.B. Emmerling 2007; Kuße 2007; Zhao 2008; Sánchez Prieto 2011; Schröder 2013), Besonderheiten der computervermittelten Kommunikation (engl. *computer mediated communication* – CMC) wie E-Mail und Chat (z.B. Androutsopoulos 2007; Lamprecht 2008; Dürscheid/Brommer 2009) sowie neuere Erscheinungen wie z.B. soziale Netzwerke und Weblogs konzentriert (z.B. Campagna/Garzone/Ilie/Rowley-Jolivet 2012; Wenz 2012; 2017; Storrer 2013; Siever 2015).

Während einzelne, synchron aktuelle Phänomene somit eingehend untersucht wurden und werden, blieben die diachronen Entwicklungs- und Konventionalisierungsprozesse der Gestaltung von Texten im WWW bislang, abgesehen von wenigen Ausnahmen (z.B. Campagna/Garzone/Ilie/Rowley-Jolivet 2012; Dynkowska 2012; Wenz 2012; Schildhauer 2016), häufig vor dem Hintergrund der (gerade in der frühen Phase sicherlich zutreffenden) Feststellung, sie seien „im WWW noch im Gange“ (Storrer 2001a: 174), unberücksichtigt (vgl. Rehm 2007: 104ff; Dynkowska 2012: 71f). Obwohl das linguistische Interesse und die Relevanz empirischer Forschung gerade hinsichtlich rezipientenseitiger Mustererwartungen im WWW, d.h. „Einsichten in die Herausbildung von Prototypen, Nutzerpräferenzen und Strategien“ (Jakobs/Lehnen 2005: 182), schon vor vielen Jahren konstatiert wurden (z.B. Jakobs 2004: 250; Jakobs/Lehnen 2005: 182f), ist auch dieses Feld bis heute weitgehend unbearbeitet, nur vereinzelt wird aus Sicht der Textproduktion auf Konventionen und Muster eingegangen (z.B. Schütte 2004: 305–309; Rehm 2007: XXV; siehe dazu auch Dynkowska 2012: 71ff). Ebenso stand die empirische Untersuchung der Textrezeption, insbesondere die Wirkung der Website-Performanz auf die Rezipienten, bislang nicht im Fokus linguistischer Arbeiten zu Texten im WWW bzw. wurde aus Gründen der Machbarkeit ausgeklammert (z.B. Schröder 2013: 96), auch hier dominiert die Perspektive der Textproduktion.⁵ Studien zur Perzeption und Rezep-

5 Schirnhöfer (2010) beschäftigt sich im Rahmen ihrer medienkontrastiven Untersuchung des Textdesigns von nicht-linearen Texten in der massenmedialen Kommunikation, auch im WWW, u.a. mit Wirkungen, untersucht diese jedoch nicht empirisch. Neuere, sog. perzeptionslinguistische Studien kommen vor allem aus der Varietätenlin-

tion von Texten in den neuen Medien finden sich demgegenüber vor allem im Bereich der informationstechnologisch und betriebswirtschaftlich motivierten Usability-Forschung (engl. *usability*, dt. ‚Benutzerfreundlichkeit‘) und der Medienwissenschaften (vgl. Jakobs/Lehnen 2006: 264; siehe dazu 4.3.1.2). Speziell den Faktor ‚Benutzerfreundlichkeit‘ fokussieren auch die wenigen Arbeiten, die sich mit den Web-Präsenzen und -Angeboten von Hochschulen befassen, aus der Sicht unterschiedlicher Disziplinen wie z.B. der Psychologie (Reng 2005; Duma/Hecht 2006), der Informationswissenschaften (Gullikson/Blades/Bragdon/McKibbon/Sparling/Toms 1999), der Linguistik (Rehm 2006; Dynkowska 2012) oder des Hochschulmarketings (Poock/Lefond 2001), nicht immer jedoch unter Einbeziehung von Rezipienten.⁶

Damit lässt sich zusammenfassend feststellen, dass es bislang weder zur diachronen Entwicklung von Websites noch zu ihrer synchronen Wirkung auf die Rezipienten umfassende linguistische Studien gibt. Gerade im Bereich der Slavistik finden sich dabei insgesamt nur sehr vereinzelt linguistische Arbeiten zu Websites (z.B. Schütte 2004; Kuße 2007), ein Großteil der neueren WWW-spezifischen slavistischen Forschung konzentriert sich auf Besonderheiten von Sprache im Internet (z.B. Lamprecht 2008; Achapkina/Rachilina 2014; Tošović/Wonisch 2016). Diese Lücken will die vorliegende Arbeit schließen und einen slavistischen Forschungsbeitrag zu den Entwicklungs- und Konventionalisierungsprozessen und der Rezeption von Texten im WWW leisten, der gleichzeitig für die tägliche Praxis der Evaluierung und Qualitätssicherung von Websites nutzbar gemacht werden kann.

Die zunehmende Relevanz dieses Anwendungsaspekts insbesondere für russische Hochschulen und die konkrete praktische Zielsetzung dieser Arbeit ist Gegenstand des nächsten Abschnitts.

guistik und beschäftigen sich beispielsweise mit phonetischen Besonderheiten regionaler Varietäten (z.B. Krefeld/Pustka 2014).

6 Reng (2005: 85–91) gibt einen Überblick über von 1999 bis 2003 veröffentlichte Studien zur Evaluation von Websites deutscher Hochschulen, die allerdings auf sehr spezifische Aspekte (z.B. Usability, Zielgruppenansprache) abzielen und daher hier nicht weiter berücksichtigt werden.

1.2.2 Anwendungsbereich ‚Hochschulmarketing‘ in Russland

Als virtuelle Aushängeschilder von Hochschulen (russ. *vysšie učebnye zavedenija – vuzy*)⁷ können Hochschulwebsites dem außersprachlichen Kommunikationsbereich ‚Hochschulwesen‘, d.h. der kommunikativen Sphäre der Hochschulen und ihrer Interaktanten (Studierende, Lehrende, Forschende, Verwaltungsmitarbeiter usw.), zugeordnet werden. Dieser Bereich ist in Russland in besonderem Maße seit vielen Jahren einem dynamischen Strukturwandel unterworfen: Während zunächst die Transformationsprozesse in den 1990er Jahren nicht nur politische und wirtschaftliche Veränderungen mit sich brachten, sondern über die Jahre auch eine tiefgreifende Umgestaltung der russischen Hochschullandschaft bewirkten (siehe dazu z.B. Hartmann 2000; Kuebart 2002: 101–112), wird diese seit 2000 kontinuierlich politisch gezielt umstrukturiert und reformiert.

Obwohl Bildung in Russland nicht nur gesellschaftlich, sondern auch politisch einen traditionell sehr hohen Stellenwert hat, führte das nach dem Zerfall der Sowjetunion entstandene Regulierungsvakuum des Staates zu teilweise rasanten Dezentralisierungs- und Privatisierungstendenzen (vgl. Meister 2008: 60ff). Einerseits sahen sich viele staatliche Universitäten und Institute aufgrund von Finanzierungsproblemen gezwungen, ihr Studienangebot und ihre Ressourcen (z.B. Räume) teilweise zu kommerzialisieren (vgl. Meister 2008: 97ff; siehe dazu auch Teichmann 2008), andererseits wurde das staatliche Bildungsmonopol aufgehoben und es entstand über die Jahre eine Vielzahl privatwirtschaftlich betriebener Hochschulen, die „sich insbesondere auf die Fachbereiche, die in der SU unterrepräsentiert waren [, konzentrierten] und den neuen sozioökonomischen Anforderungen entsprachen“ (Meister 2008: 94), so dass in Russland wie auch in vielen anderen Ländern nichtstaatliche Hochschulen in Konkurrenz zu staatlichen Einrichtungen traten (vgl. Meister 2007a; Meister 2008: 92ff; siehe dazu auch Verbickaja 2004; Zernov 2004). Zusätzlich verschärft

⁷ Es handelt sich hierbei um einen Überbegriff, der nicht nur Universitäten, sondern auch andere wissenschaftliche Einrichtungen der Forschung und Lehre – in der Russischen Föderation (im Folgenden: Russland) mit steigendem fachlichen Spezifizierungs- bzw. Praxisorientierungsgrad: Akademien, Institute und Colleges (vgl. Meister 2008: 87f) – einschließt.

wurde bzw. wird diese instabile Lage durch sinkende Geburtenraten in den 1990er Jahren, die einen Rückgang der Studierendenzahlen mit sich bringen (vgl. Berghorn/Krispin 2015: 4f) sowie die internationale Öffnung des russischen Hochschulsektors im Rahmen von transnationalen Reformen wie dem europäischen Bologna-Prozess, dem das Land im Jahr 2003 im Sinne seiner internationalen Anschlussfähigkeit des Landes beigetreten ist (siehe dazu Pursiainen/Medvedev 2005; Gorzka/Lanzendorf 2006) und der den Wettbewerb auf dem Hochschulbildungsmarkt durch die mit ihm verbundene Förderung der Mobilität von Studierenden, Forschenden und Lehrenden auf eine europäische bzw. globale Ebene brachte (vgl. Meister 2008: 33f, 104ff).⁸ Ein Paradigmenwechsel im Sinne einer stärkeren staatlichen Fokussierung von Bildung und Forschung zur Förderung von „Humankapital [...] als entscheidende Ressource hochentwickelter Länder im globalen Wettbewerb“ (Meister 2008: 105; siehe dazu auch Beketov 2004) lässt sich seit dem Jahr 2000 beobachten (vgl. Meister 2008: 102–108; siehe dazu auch Teichmann 2007). Vor diesem Hintergrund sind die darauffolgenden politischen Reformen und Umstrukturierungen, beispielsweise die regionale Zusammenschließung staatlicher Universitäten zu sog. Föderalen Universitäten (russ. *Federal'nye Universitety*) seit 2007 (vgl. Meister 2009: 3f) und die mit der deutschen Exzellenzinitiative vergleichbare (vgl. Teichmann-Nadiraschwili 2011: 6) Einführung des Status ‚Nationale Forschungsuniversität‘ (russ. *Nacional'nyj Issledovatel'skij Universitet*), die zusammen den Kern der privilegierten Gruppe der sog. Führenden Universitäten (russ. *Veduschie Vuzy*) bilden (vgl. Berghorn/Krispin 2015: 5f), sowie die 2013 bzw. 2015 gestarteten Wettbewerbsprogramme der ‚Stop100‘ (russ. *proekt 5-100*) und der ‚Säulenuniversitäten‘ (russ. *Opornye Universitety*)⁹ zur Erhöhung der internationalen Konkurrenzfähigkeit russischer Universitäten, als Maßnahmen zur Modernisierung und Stärkung der staatlichen Uni-

8 Die damit verbundene Angleichung an den europäischen Hochschulraum und seine Folgen für das russische Bildungssystem wurde seitens Hochschulen und Bevölkerung kritisch gesehen (siehe dazu Meister 2007b).

9 Siehe dazu jeweils die durch das Ministerium für Bildung und Wissenschaft der Russischen Föderation betriebenen Websites der Projekte (<http://5top100.ru> bzw. <http://опорныйуниверситет.ф> [sic], jeweils zuletzt aufgerufen am 11.03.2017).

versitäten auch in den russischen Regionen jenseits der großen Zentren Moskau und St. Petersburg zu sehen.

Wie in vielen anderen Ländern hat sich damit auch in Russland der traditionell nationalstaatlich bediente und reglementierte Hochschulbereich nach und nach zu einem regen, international geöffneten Bildungsmarkt entwickelt, der sich durch eine steigende Zahl sehr heterogener, häufig hochspezialisierter Anbieter und eine tendenziell sinkende Zahl von Nachfragern auszeichnet. Unter solchen marktwirtschaftlichen Bedingungen wird unternehmerisches Denken und Handeln für Hochschulen im Allgemeinen immer wichtiger (vgl. Mautner 2005: 96ff). Dies bedeutet einerseits, wirtschaftliche Effizienz sowie Service- und Nachfrageorientierung – z.B. durch flexible Studienformen (Fernstudium, berufsbegleitendes Studium usw.) und Finanzierungsmodelle oder die Erschließung neuer Zielgruppen (postgraduale Weiterbildung usw.) – sicherzustellen, und andererseits, sich öffentlich präsent zu zeigen und die Vorteile bzw. Alleinstellungsmerkmale der eigenen Institution gegenüber anderen Bildungsanbietern hervorzuheben. Als eines der wichtigsten Massenkommunikationsmittel unserer Zeit ist die Website daher für auch für russische Hochschulen seit Langem unverzichtbar geworden: Die Selbstdarstellungsplattform im WWW bietet den Bildungseinrichtungen die Möglichkeit, sich sowohl hochschulintern, d.h. gegenüber Studierenden, Forschenden, Lehrenden und Mitarbeitern, als auch nach außen, d.h. gegenüber Studien- und Stelleninteressenten, Unternehmen und der allgemeinen Öffentlichkeit zu präsentieren, über Lehrangebot, aktuelle Forschungsaktivitäten, Veranstaltungen, Kooperationsprojekte, Zertifizierungen und Auszeichnungen zu informieren und so ihre gesellschaftliche Relevanz als Wissens- und Talentschmieden zu verdeutlichen (siehe dazu auch Rehm 2007: 247f).

Vor dem Hintergrund der hohen Relevanz des Kommunikationsmittels ‚Website‘ für russische Hochschulen und Hochschulen im Allgemeinen „als eine Art permanente, flexible, tagesaktuelle und weltweit erreichbare Werbemaßnahme“ (Rehm 2007: 248) will diese Arbeit durch die Untersuchung der diachronen Entwicklung und der syn-

chronen Wirkung russischer Hochschulwebsites auf die Rezipienten (-zielgruppe) exemplarisch konkrete empirische, in der täglichen Praxis der Website-Gestaltung russischer Hochschulen nutzbare Erkenntnisse in diesem Bereich liefern. Dabei kommt insbesondere der methodischen Vorgehensweise bei der Untersuchung der Website-Wirkung (siehe dazu 4.3.2) eine wichtige Rolle zu: Sie soll einen Weg aufzeigen, wie Website-Betreiber mit relativ geringem Aufwand die Wirkung ihres Internetauftritts auf die Zielgruppe untersuchen und ihre Website dadurch kontinuierlich den aktuellen Erwartungen der Rezipienten anpassen können. Die konkrete praktische Zielsetzung der Arbeit ist damit die Entwicklung eines methodischen Leitfadens zur Überprüfung der Website Wirkung für Hochschulen, den auch andere Website-Betreiber an ihre Zwecke anpassen und verwenden können.

1.3 Vorgehensweise

Der an dieses einleitende Kapitel anschließende Hauptteil der Arbeit gliedert sich in drei Kapitel. Zunächst werden der Untersuchungsgegenstand ‚institutionelle Website‘ und seine Charakteristika vorgestellt (2). Nach einer Skizzierung der Rolle der Website als institutionelles Selbstmarketing-Instrument (2.1) wird diskutiert, ob bzw. inwiefern man von neuen Möglichkeiten der Textperformanz im WWW sprechen kann (2.2), und es wird vor diesem Hintergrund ein Textbegriff erarbeitet, der den Charakteristika von Texten im WWW gerecht wird (2.3). Darauf aufbauend wird ein theoretischer Rahmen zur Untersuchung der Art und Weise der konkreten Website-Performanz, ihrer Entwicklung und Wirkung vorgeschlagen (3). Nach einem kurzen Abriss des Forschungsstandes und der hier vorliegenden Anforderungen (3.1) wird ein Konzept vorgeschlagen, das es erlaubt, die Website-Performanz als wirkungsvolle Textqualität in Relation zu den durch Konventionen geprägten Erwartungen der Rezipienten zu begreifen (3.2), woraufhin die Begriffe ‚Konvention‘ (3.3) und ‚semiotisch kommunikative Textqualität‘ (3.4) im Sinne der Zwecke dieser Arbeit konkretisiert werden. Anschließend werden die vor dem Hintergrund dieses theoretischen Zugangs durchgeführten

empirischen Untersuchungen präsentiert (4). Auf die Vorstellung des den Untersuchungen zugrunde liegenden Korpus_{basis} (4.1) folgen dabei jeweils Vorgehensweise und Ergebnisse der Untersuchung der diachronen Entwicklung der Performanz russischer Hochschulwebsites (4.2) sowie der synchronen Erwartungen der Rezipienten (-Zielgruppe) und ihrer Einschätzung und Bewertung der konkreter Websites (4.3).

Ein abschließendes Resümee fasst die Ergebnisse der Arbeit zusammen und gibt einen Ausblick auf mögliche weitergehende Forschungsfragen (5). Ergänzend folgen das Literatur- und Quellenverzeichnis (6) und ein Anhang (7) zur Dokumentation der empirischen Untersuchungen I (7.1) und II (7.2).

2 Untersuchungsgegenstand ,institutionelle Website‘

Wie eingangs bereits erwähnt basieren die folgenden Überlegungen auf der Grundannahme, dass eine Website im Ganzen als thematisch-funktional kohärenter (Hyper-) Text begriffen werden kann (vgl. z.B. Storrer 2000: 223).

In diesem Kapitel werden zunächst die typischen pragmatisch-kommunikativen Zielsetzungen institutionell betriebener Websites, zu denen auch die Websites russischer Hochschulen bzw. Hochschulwebsites im Allgemeinen gehören, umrissen.¹⁰ Vor dem Hintergrund dessen und der mit dem Aufkommen der neuen Medien entfachten Forschungsdiskussion um die Potenziale von (Hyper-) Texten im WWW, deren wesentliche Erkenntnisse anschließend zusammenfassend vorgestellt und kritisch reflektiert werden, wird ein pragmatisch-kommunikativ fundierter, erweiterter Textbegriff vorgeschlagen, der den textexternen und -internen Charakteristika von Websites gerecht wird und ihr adäquates Erfassen, Beschreiben und Untersuchen mit textlinguistischen Begriffen und Methoden auf der Ebene funktional, kontextuell und thematisch definierter Textsorten ermöglicht.

¹⁰ Die folgenden Ausführungen treffen sicherlich größtenteils auf Websites generell zu, im Mittelpunkt stehen hier aber mit Blick auf den Untersuchungsgegenstand der Arbeit offizielle Webpräsenzen von Einrichtungen mit der vorrangigen Intention der institutionellen Selbstdarstellung. Nicht berücksichtigt werden daher die Besonderheiten von

1. Plattformen der computervermittelten Kommunikation wie soziale Netzwerke (siehe dazu z.B. Storrer 2013; Siever 2015), Weblogs (siehe dazu z.B. Wenz 2012, 2017; Schildhauer 2016) oder Foren,
2. Websites von Einzelpersonen wie z.B. Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens (siehe dazu z.B. Wawra 2007) oder auch Privatpersonen, sowie
3. andere Webangebote wie z.B. kommerzielle Websites (z.B. Webshops oder Online-Banking-Portale; siehe dazu z.B. Jakobs 2005) oder Online-Journalismus.

2.1 Website als institutionelles Selbstmarketing-Instrument

Seit vielen Jahren werden Websites von öffentlichen und privaten Institutionen verschiedenster Art – privatwirtschaftlichen Unternehmen, staatlichen Einrichtungen, Interessensverbänden, gemeinnützigen Organisationen usw. – als virtuelle Präsenzen im digitalen, internetbasierten Massenmedium WWW genutzt und sind dadurch ein fester Bestandteil des „kommunikativen Haushalts“ (Jakobs/Lehnen 2005: 159) unserer Gesellschaft geworden. Informationen über die sich vorstellende Einrichtung wie beispielsweise Leistungsspektrum, allgemeine Daten und Fakten, Handlungsgrundsätze, Veranstaltungshinweise und Kontaktmöglichkeiten können im WWW im Vergleich zu anderen Medien technisch unkompliziert, zeitnah, kostengünstig und quantitativ nahezu unbegrenzt einer ebenso räumlich und zeitlich potenziell unbegrenzten Rezipientenschaft zur Verfügung gestellt werden. Neben seiner großen Bedeutung für die moderne Informationskultur¹¹ kommt dem Kommunikationsmittel ‚Website‘ dabei auch für die öffentlichkeitswirksame Selbstdarstellung von Institutionen eine fundamentale Rolle zu: Aufgrund der mitunter unüberschaubaren Fülle von online verfügbaren Informationen und Angeboten wird es zunehmend „wichtig, Unterschiede zu schaffen und zu kommunizieren“ (Hahn 2015: 82) und die qualitativen Vorzüge und Alleinstellungsmerkmale der eigenen Institution nicht nur durch sachliche Information und rationale Argumentation, sondern auch durch emotionale Ansprache und individuelle Identifizierungsangebote hervorzuheben. Dies lässt sich insbesondere im Fall von übersättigten Märkten beobachten, in denen rationale Argumente nicht ausreichen, um den Kunden für sich zu gewinnen, und sich der Wettbewerb der Unternehmen daher zunehmend zu einem stärker emotional geprägten ‚Kommunikationswettbewerb‘ entwickelt (vgl. Hahn 2015: 41f). Zweifellos ist die Website im Massenmedium WWW nicht zuletzt aufgrund der emotionalen Wirkungskraft ihrer interaktiven und multimodalen Gestal-

11 Nach Kollmann (2013: 28f) besuchen 80 % aller Nutzer das WWW zu Informationszwecken, weitere wichtige Motive sind elektronische Kommunikation, Handel und Unterhaltung.

tungsmöglichkeiten (siehe dazu 2.2) eine sehr geeignete Plattform zur Beziehungsgestaltung und zu differenzierendem ‚Image-Building‘ (vgl. Wawra 2007) und damit als Instrument der Öffentlichkeitsarbeit seit Langem unverzichtbar geworden: Sie ist eines der inzwischen wichtigsten Elemente von Marketingstrategien inmitten von Interessenten, Kunden, Mitarbeitern, Partnern, Wettbewerbern und der allgemeinen Öffentlichkeit (vgl. Hahn 2015: 40ff, 85–88). Obwohl Websites meist viele verschiedene Teilbereiche und -texte mit jeweils spezifischen Themen, Zielgruppen und kommunikativen Zielsetzungen unter dem Dach einer gemeinsamen WWW-Adresse (engl. *uniform resource locator – URL*) vereinen, kann dem Gesamttext ‚institutionelle Website‘ vor diesem Hintergrund aus der Perspektive einer Sprechhandlungstheoretisch orientierten Linguistik in Anlehnung an Searles (1976) Sprechaktklassifikation (siehe dazu 2.3.1) eine Illokution zwischen ‚Information‘ und ‚Appell‘ (vgl. Schirnhofner 2010) zugeschrieben werden.¹²

In dieser zentralen Intention einer einerseits sachlich informierenden, andererseits aber auch öffentlichkeits- bis werbewirksamen, emotional appellierenden Selbstdarstellung gegenüber verschiedensten Interessens- und Zielgruppen und nicht zuletzt der allgemeinen Öffentlichkeit ähneln institutionelle Websites und ihre einzelnen Teilbereiche und -texte grundsätzlich ähnlich motivierten Texten in Printmedien wie z.B. Katalogen, Plakaten oder Image-Broschüren (siehe dazu auch Rehm 2007: 254), verfügen aber – wie oben bereits angedeutet – über medienspezifische, in mancher Hinsicht erweiterte Möglichkeiten zur funktional adäquaten Textgestaltung. Die vieldiskutierten Besonderheiten von Texten im WWW werden im Folgenden zusammenfassend dargestellt und kritisch reflektiert.

12 Schirnhofner (2010: 24) geht bei nichtlinearen Texten der massenmedialen Kommunikation (Printmedien, Fernsehen, WWW) im Allgemeinen von einer „Textfunktion zwischen Information und Appellation“ in Anlehnung an Brinker aus. Auch hier wird mit Brinker/Cölfen/Pappert (2014) ein textfunktionaler Ansatz vertreten: Im Gegensatz zur Annahme von Illokutionshierarchien in Texten (z.B. Motsch/Viehwegger 1981) wird eine dominierende Textfunktion auf der Makroebene eines Textes angenommen, die durch textinterne und/oder – wie in diesem Fall: – textexterne (kontextuelle) Indikatoren direkt und/oder indirekt signalisiert wird (vgl. Brinker/Cölfen/Pappert 2014: 98ff; siehe dazu auch Brinker 2000; 2.3.1).

2.2 Neue Möglichkeiten der Textperformanz im WWW?¹³

Die wesentlichen Potenziale von Texten im WWW, zu denen nach dem hier vertretenen Verständnis auch Websites gehören, sind bereits in den 1990er Jahren vor allem im Rahmen der Informationswissenschaft unter dem Stichwort ‚Hypertext‘ (z.B. Kuhlen 1991; Schnupp 1992) und spätestens ab dem Jahr 2000 auch im Rahmen der (Hypertext-) Linguistik (z.B. Fritz 1999; Sager 2000; Storrer 2000, 2001a, 2001b, 2003, 2004a, 2004b, 2008; Bittner 2003; Huber 2003; Schmitz 2003, 2006; Jakobs 2004; Schütte 2004; Rehm 2007) sowie der kommunikations- und medienwissenschaftlich orientierten Linguistik (z.B. Bucher 2001, 2004, 2005; Brandl 2002; Knape 2005) intensiv erforscht worden.¹⁴ Dieses Kapitel resümiert die grundlegenden, konsensfähigen Erkenntnisse dieser Arbeiten, die größtenteils trotz der immer wieder thematisierten Schnellebigkeit der Entwicklungen in den neuen Medien bis heute nicht an Gültigkeit verloren haben (vgl. Żebrowksa 2013: 116) und daher auch in neueren Untersuchungen angeführt bzw. zitiert werden, und diskutiert sie hinsichtlich des häufig anzutreffenden Postulats der qualitativen Neuartigkeit von Texten im WWW gegenüber Texten in anderen, z.B. Printmedien. Mit Blick auf das Erkenntnisinteresse dieser Arbeit, Textperformanz und Textwirkung im WWW, stehen dabei nicht einzelne technische Details im Fokus, sondern die für den Rezipienten wahrnehmbaren grundsätzlichen Gestaltungseigenschaften von Websites. So stellt schon Sager (2000: 596) fest:

Interessant und bedeutsam ist [...] eine semiotische und rezeptionstheoretische Sichtweise, bei der berücksichtigt wird, was man als Nutzer auf der Screenoberfläche von Hypermedia-Systemen machen kann und was dann dort geschieht und zu sehen ist.¹⁵

13 Vorüberlegungen dazu in Zankl (2014: 154ff, 2016: 76ff).

14 Kuhlen (1991) wird bis heute als deutschsprachiges Standardwerk zum Thema ‚Hypertext‘ angeführt (vgl. Storrer 2008: 330; Brinker/Cölfen/Pappert 2014: 80).

15 Technisch gesprochen geht es damit um die Benutzeroberfläche (engl. *interface, front-end*) und nicht um darunterliegende Vorgänge der Hypertextproduktion wie beispielsweise die Programmierung von Verknüpfungsstrukturen (siehe dazu z.B. Sager 2000: 595), die

Die als essenziell geltenden Besonderheiten von Texten im WWW lassen sich grob in drei Kategorien – Nichtlinearität, Interaktivität/Bidirektionalität und Multimodalität – einteilen (vgl. z.B. Storrer 2004a: 211ff; Schröder 2013: 15ff).

2.2.1 Nichtlinearität

Ein bezeichnenderweise vor allem im Rahmen der Hypertextlinguistik vielbesprochenes Charakteristikum des Textes ‚Website‘ ist seine Hypertextualität und insbesondere die sequenzielle Komplexität, die mit den Möglichkeiten dieser Form der Textorganisation im computer- bzw. softwarebasierten Medium WWW einhergehen kann.¹⁶

Als Hypertexte bestehen Websites in der Regel aus vielen modularisierten, d.h. in sich abgeschlossenen Teiltextrn (Mikroebene), die – häufig inhaltlich gebündelt (Mesoebene) – unter einer gemeinsamen WWW-Adresse zu einem thematisch-funktional kohärenten Textganzen (Makroebene) verbunden sind.¹⁷ Die einzelnen Teiltextrn, die je nach theoretischer Einbettung z.B. als Module, Seiten (engl. *pages*), Knoten oder „informationelle Einheiten“ (Kuhlen 1991: 79) bezeich-

Strukturierung der Inhalte durch die Hypertext-Auszeichnungssprache (engl. *hypertext markup language* – *HTML*), ihre Gestaltung durch Formatvorlagen (engl. *cascading style sheets* – *CSS*) und Animierung bzw. Dynamisierung durch die Scriptsprache ‚JavaScript‘ (siehe dazu z.B. Hahn 2015: 30–33) usw., die meist im Rahmen eines Content-Management-Systems vorprogrammiert erfolgen (siehe dazu z.B. Bittner 2007). Eine solche nutzerzentrierte Perspektive wird gerade auch in Untersuchungen eingenommen, die die Benutzerfreundlichkeit von Web-Angeboten fokussieren (z.B. Dynkowska 2012).

16 Zur Geschichte des Hypertext-Konzepts (siehe dazu z.B. Huber 2003: 14–18; Storrer 2004a: 209f, 2008: 316ff): Als gedankliche Vorläufer gelten Ideen von im Team nutzbaren Online-Bibliotheken bzw. -wissensbanken wie Bushs (1945) Vorstellung von einem elektronischen Informationssystem ‚Memex‘. Das erste Hypertextsystem wurde 20 Jahre später von Engelbart entwickelt, den Begriff ‚Hypertext‘ prägte etwa zeitgleich Nelson. Das wichtigste Medium für Hypertexte (‚Hypermedium‘) ist das WWW, das seinen Ursprung in einem 1989 von Berners-Lee konzipierten globalen Hypertext-Projekt hat; zeitlich einher geht der Beginn der Kommerzialisierung des WWW (vgl. Kollmann 2013: 27). Grundlage für die Umsetzung des WWW ist das Internet, ein weltweites Rechnernetz, das auch für andere Dienste wie z.B. Internet-telefonie oder Nachrichtendienste genutzt wird.

17 Die hier verwendete terminologische Differenzierung ‚Mikro-‘, ‚Meso-‘ und ‚Makroebene‘ bzw. ‚-level‘ findet sich z.B. bei Jakobs/Lehnen (2006: 264), Storrer (2003: 277) unterscheidet hingegen z.B. im Zusammenhang mit Kohärenz zwischen einer ‚lokalen‘ und einer ‚globalen‘ Dimension von Hypertexten.

net werden, können nicht nur verbale Texte, sondern auch nonverbale Elemente wie Bilder, Grafiken, Animationen, Videos usw. beinhalten. Sie sind meist in einer hierarchischen Baumstruktur angelegt (vgl. z.B. Sager 2000: 594; Jakobs 2004: 243) und durch elektronische Verweise (Kanten, engl. *links*) entsprechend dieser Hierarchie in der Navigation pfadartig funktional-organisatorisch und/oder inhaltlich-assoziativ motiviert netzartig miteinander und auch über den Text ‚Website‘ hinaus mit anderen Texten im WWW verknüpft (vgl. z.B. Huber 2003: 32f; Storrer 2003: 286, 2004a: 221f; Jakobs/Lehnen 2005: 160ff).¹⁸ Die Hierarchie- und Verknüpfungsstruktur der Teiltex-te spiegelt sich in der Regel in der Navigation wider, muss dieser aber nicht zwingend vollständig entsprechen, da die Navigation die Struktur der Website-Inhalte nicht nur abbilden, sondern für die Erschließung durch den Rezipienten aufbereiten soll (vgl. Dynkowska 2012: 177f). Einmal gesetzte Inhalte und Verknüpfungen sind dabei nicht statisch und abgeschlossen, sondern können im Rahmen ihrer elektronischen Verwaltung durch den Textproduzenten bzw. die textproduzierende Institution fortlaufend aktualisiert und erweitert werden (vgl. z.B. Storrer 2000: 233), was neben einer zunehmenden sequenziell-strukturellen Komplexität auf Makroebene auch einen enormen quantitativen Umfang von Websites zur Folge haben kann.

Die modularisierte Organisation des Gesamttextes ‚Website‘ und seine daraus resultierende „potenzielle Unsequenziertheit“ (Rehm 2007: 105) sind damit Ausdruck einer offenen, dynamisch entwicklungsfähigen Informationsarchitektur, die einerseits eine flexible Art und Weise der Textproduktion und -präsentation ermöglicht, andererseits aber auch das Einschlagen selbstgewählter Rezeptionspfade gerade durch die Unmittelbarkeit der Verknüpfungen, die sich aus ihrer computerbasierten Umsetzung ergeben (vgl. Sager 2000: 588) offensiv anbietet und teilweise auch erfordert (vgl. z.B. Schröder 2013: 38ff).¹⁹ Während die einzelnen Teiltex-te auf Mikroebene,

18 Insofern sind Links aus linguistischer Sicht als deiktische Mittel zu betrachten (vgl. Huber 2003: 106), wobei sich aufgrund der vielschichtigen Verknüpfungsmöglichkeiten eine prinzipiell unendliche semiotische Verweistiefe ergeben kann (vgl. Sager 2000: 593).

19 Gerade, wenn die Rezipientenperspektive im Vordergrund steht, wird anstatt ‚nichtlinear‘ auch der Begriff ‚multilinear‘ (z.B. Rothkegel 1997: 194; Bucher 2001: 140) bzw. ‚mehrfachsequenziert‘ (Storrer 2000: 241) verwendet, der die Möglichkeit verschiedener,

insofern sie monomodal verbal gestaltet und in sich kohäsiv sind, auch linear konzipiert (vgl. z.B. Storrer 2000: 239; Huber 2003: 45), d.h. für eine Rezeption in Leserichtung ‚von links oben nach rechts unten‘ angelegt sind, ist der Rezeptionsweg auf der Meso- und vor allem der Makroebene der gesamten Website „[i]n dem Maße, in dem Hypermedia-Anwendungen durch ihre strukturelle Anlage dazu auffordern, zwischen verschiedenen Themenkomplexen assoziativ hin- und herzuspringen“ (Sager 2000: 599), un gelenkt und dadurch auch kaum antizipierbar (vgl. z.B. Storrer 2003: 285): Ausgehend von der als Index dienenden Startseite (engl. *home page*)²⁰ ist jeder Rezipient dazu gehalten, nach seinem individuellem Interesse und Vorwissen, d.h. „themen-, aufgaben- oder rollenspezifisch“ (Jakobs/Lehnen 2005: 168) zu entscheiden, in welcher Reihenfolge er welche Teiltexte rezipiert, und sich so selektiv-sukzessiv aus der Fülle der angebotenen Inhalte seinen eigenen kohärenten (letztlich aber linear rezipierten) Text zu konstituieren (vgl. z.B. Weidacher 2007: 250; Storrer 2008: 318f; Schirnhöfer 2010: 183) – er wird vom ‚Leser‘ zum ‚Nutzer‘ (engl. *user*).²¹

Ein häufiger und berechtigter Einwand ist in diesem Zusammenhang, dass nichtlineare Formen der Textorganisation grundsätzlich kein Alleinstellungsmerkmal von Texten im WWW sind, da es diese seit

individueller Rezeptionswege und (zielgruppen-) spezifisch angelegter Zugänge zum Inhalt stärker zum Ausdruck bringt (vgl. Intemann 2002: 116f; Dynkowska 2012: 24; Żebrowska 2013: 122).

- 20 Ausnahme: Der Rezipient wird durch eine Suchmaschine auf die Unterseite der Website geführt (vgl. Storrer 2009: 2216; Schröder 2013: 38) oder hat die Adresse eines Teiltextes als Lesezeichen in seinem Browser abgespeichert und gelangt direkt darüber auf die Website (vgl. Dynkowska 2012: 141).
- 21 Die Vorstellung, die Textkonstitution ergebe sich aus der Beantwortung eines übergeordneten Informationsinteresses, wie es dem Website-Rezipienten hier unterstellt wird, erinnert an Von Stutterheims (1994) *Quaestio*-Modell: Es begreift einen kohärenten Text als Antwort auf eine übergeordnete Frage und die in ihm realisierte, im Rahmen der tatsächlichen Rezeption letztlich immer lineare Informationsentfaltung als ‚referentielle Bewegung‘ und bietet dadurch einen flexiblen Erklärungsansatz für die Gliederung eines Textes in Haupt- und Nebenstrukturen, der sich auch auf Websites anwenden lässt (vgl. Storrer 2003: 277f; Huber 2003: 93–99). Die *Quaestio* einer Hochschulwebsite könnte so z.B. lauten: Was macht unsere Hochschule aus und was kann sie dir bieten? Das für Hypertexte typische Phänomen der Interessensverlagerung auf andere Themen während der Rezeption, der sog. ‚Serendipity-Effekt‘ (Kuhlen 1991: 129) ließe sich so als Aktualisierung der *Quaestio* begreifen.

jeher auch in anderen Medien gibt (vgl. z.B. Sager 2000: 587; Jakobs/Lehnen 2005: 162; Schirnhof 2010: 33f). So basieren beispielsweise bestimmte Texte in Printmedien in ihrer Konzeption ebenfalls gänzlich auf dem Prinzip der Non- bzw. Mehrfachsequenzierung (z.B. Zeitung, Sammelband, Wörterbuch) oder weisen einzelne ‚entlinearisierende‘ Elemente wie Fußnoten oder Literaturverweise auf, die dem Rezipienten anbieten, den vorgesehenen Leseweg zumindest vorübergehend zu verlassen (vgl. z.B. Intemann 2002: 79ff). Gerade aufgrund seiner Computer- bzw. Softwarebasiertheit erscheint das Medium WWW jedoch in besonderer Weise prädestiniert für eine nicht- oder multilineare Textkonzeption (vgl. z.B. Storrer 2000: 242; Zebrowska: 116f): Während z.B. die modularisierte Portionierung von Inhalten auf kurze, in sich kohärente Teiltexthe oder die nach Wichtigkeit abnehmende vertikale Anordnung von Informationen innerhalb eines Teiltexthes nach dem ‚Prinzip der umgekehrten Pyramide‘ (engl. *inverted pyramid*) gängige Textgestaltungsverfahren zur kognitiven Entlastung darstellen, die man auch aus nichtlinearen Printtexten, gerade im Bereich des Journalismus (z.B. Zeitung), kennt²², ermöglichen die technischen Rahmenbedingungen im WWW darüber hinaus den Einsatz einer breiten Palette von Orientierungs- bzw. ‚Kohärenzbildungshilfen‘ (Storrer 2003: 286), durch welche die individuellen rezeptiven Erschließungsmöglichkeiten des Hypertextes ‚Website‘ auf Mikro- und Makrobene und damit die gewinnbringende Nutzung seiner nichtlinearen Sequenzierung vom Textproduzenten bzw. der textproduzierenden Institution dezidiert unterstützt und gefördert werden können. Das Angebot zielgruppenspezifischer Navigationsmenüs, Orientierungs- und Kontextualisierungshilfen wie z.B. sog. Brotkrumenpfade (engl. *breadcrumbs*), transparenzfördernde, durch Cursorberührung

22 Da Texte im WWW ähnlich wie auch Nachrichtentexte vor der Herausforderung stehen, sich gegen eine sprichwörtliche Informationsflut durchsetzen zu müssen und daher tendenziell ‚scannend‘ rezipiert werden (siehe dazu z.B. Morke/Nielsen 1997; zu Wahrnehmung und Kognition von Medieninhalten allgemein z.B. Feuß 2013: 28–57), ist es nicht verwunderlich, dass Websites ebensolche diesem Rezeptionsverhalten entgegenkommende Gestaltungsprinzipien (vgl. z.B. Intemann 2002: 142ff; Storrer 2004a: 215f; Bucher 2001: 158–162; Schmitz 2007: 97f; Schröder 2013: 43–46) aufweisen. Jakobs/Lehnen (2005: 180) betonen in diesem Zusammenhang allerdings, dass solche „stark vereinfachenden Annahmen zum Funktionieren von Sprache“ in Bezug auf die Gestaltung von Websites häufig zu kurz greifen.

reaktiv erscheinende Aufklappmenüs (engl. *drop-down*), die explizite paraverbale Kennzeichnung von besuchten und noch nicht besuchten Links sowie die eindeutige Ausweisung des Verweiszziels durch reaktive Linkanzeiger (engl. *mouse-over*) oder strukturierende bzw. einen bestimmten Navigationsverlauf suggerierende Formulierungsmuster und Lexik (vgl. z.B. Storrer 2003: 287ff; Jakobs/Lehnen 2005: 168ff; Schröder 2013: 39–43) sind nur einzelne Beispiele für medienspezifische Möglichkeiten, die strukturelle Komplexität der Makroebene des Textes ‚Website‘ auf der Mikroebene der einzelnen Teiltextheile ein Stück weit zu kompensieren und ihn benutzerfreundlicher zu machen.²³ Sie können nicht nur das grundsätzliche Zustandekommen von Kommunikation durch Websites unterstützen, indem sie verhindern, dass der Rezipient die Seite frustriert verlässt, sondern auch ihr Funktionieren im Sinne des Textproduzenten fördern, indem sie die auf Makroebene grundsätzlich kaum antizipierbare Rezeption auf bestimmte, z.B. zielgruppenspezifische Navigationspfade lenken und dadurch bestimmte Arten der thematischen Entfaltung (im Sinne von Brinker/Cölfen/Pappert 2014: 57) nahelegen.²⁴ Wie Storrer (2000: 242) feststellt, bedeutet die

sog. „Nicht-Linearität“ [...] also nicht zwangsläufig einen Verzicht auf Sequenzierung, sondern sollte verstanden werden als Erweiterung und Flexibilisierung der Strukturierungsmöglichkeiten.

23 Diese WWW-spezifischen Gestaltungspotenziale im Sinne der Benutzerfreundlichkeit sind vor allem Gegenstand der Usability-Forschung (z.B. Krug 2000; Nielsen 2001; Nielsen/Tahir 2002; Nielsen/Loranger 2006), werden aber auch aus medienwissenschaftlicher (z.B. Bucher 2005; Schumacher 2009; Feuß 2013) und – eher vereinzelt – (hypertext-) linguistischer bzw. -rhetorischer (z.B. Storrer 2001a, 2001b, 2003; Jakobs/Lehnen 2005; Küpper 2008; Dynkowska 2012) Perspektive untersucht (siehe dazu 4.3.1.2).

24 Storrer (2004b: 53) spricht hier von ‚Autorenpfaden‘, die aber nicht mit den tatsächlichen ‚Nutzerpfaden‘ übereinstimmen müssen. In diesem Zusammenhang ist grundsätzlich zu betonen, dass die tatsächlichen Lesewege vom individuellen Rezeptionsverhalten des einzelnen Nutzers abhängen und letztlich nicht beeinflusst werden können. Die Erforschung neurophysiologischer und kognitionspsychologischer Wahrnehmungsmechanismen, Selektions- und Kognitionsprozesse z.B. anhand von Blickaufzeichnung (engl. *eye tracking*) ist ebenfalls Gegenstand der Usability-Forschung (siehe dazu 4.3.1.2).

Obwohl es auch in anderen Medien Textsorten gibt, die in ähnlicher Weise explizit modular und auf Makroebene nicht- bzw. multilinear konzipiert sind, haben Texte im computer- bzw. softwarebasierten Medium WWW damit das besondere Potenzial, diese Eigenschaft par excellence auszuleben und nutzbar zu machen, wodurch der „Übergang vom gedruckten Textdesign zum computerverwalteten Hypertext nicht nur ein medialer Wechsel, sondern ein qualitativer Sprung“ (Storrer 2004a: 212) sein kann.

Die eng damit zusammenhängende potenzielle Bidirektionalität der Kommunikation im WWW ist Gegenstand des nächsten Abschnitts.

2.2.2 Interaktivität/Bidirektionalität

Als weitere vieldiskutierte Besonderheit der Kommunikation im WWW gilt das hohe Maß an Interaktion des Nutzers mit dem Text ‚Website‘ und insbesondere die Möglichkeiten der Beeinflussung der physischen Textkonstitution, welche als bidirektionale Form der Kommunikation interpretiert werden kann.²⁵ Grundsätzlich werden in der Forschungsdiskussion zwei Arten der Interaktivität bzw. Bidirektionalität im WWW unterschieden (vgl. z.B. Bucher 2004: 136; Jakobs 2004: 245f; Storrer 2008: 321f): Die ‚Mensch-Maschine-Interaktion‘ (Sager 2000: 589), d.h. die Interaktion des Nutzers mit dem Text und die damit verbundenen Möglichkeiten seines Einwirkens auf die physische Textkonstitution einerseits, und die computervermittelte Kommunikation, d.h. die direkte kommunikative Interaktion zwischen Textrezipient und -produzent oder Textrezipienten untereinander (vgl. Storrer 2008: 322) andererseits, welche allerdings für den hier fokussierten Untersuchungsgegenstand mit dem vornehmlichen

25 ‚Bidirektionalität‘ meint hier konkret, dass die Kommunikationsrichtung (im Sinne von Brinker/Cölfen/Pappert 2014: 19, 141f) nicht bzw. nicht ausschließlich monodirektional vom (aktiven) Textproduzenten zum (passiven) Rezipienten verläuft, sondern – zumindest in Teilen – wechselseitig. Wenngleich die Interaktion mit Hypertexten in der Literatur in der Regel als ‚dialogisch‘ bezeichnet wird (z.B. Storrer 2003: 286; Bucher 2004: 141), werden der vor allem im Zusammenhang mit mündlichen Textsorten etablierten Dichotomie ‚monologisch – dialogisch‘ hier die allgemeiner gefassten Begriffe ‚monodirektional‘ und ‚bidirektional‘ vorgezogen.

Ziel der institutionellen Selbstdarstellung eine untergeordnete Rolle spielt und daher nur am Rande erwähnt wird.

Wie oben deutlich wurde, hält die modularisierte, nichtlineare Konzeption von Hypertexten den Rezipienten dazu an, für sich relevante Inhalte zu suchen und dadurch seinen eigenen kohärenten Text entstehen zu lassen. Der hohe Stellenwert der Interaktivität für die Rezeption gerade von Texten im WWW wird dabei damit begründet, dass „in Hypermedia-Anwendungen die Rezeption zu einem entscheidenden Teil erst durch den interaktiven Umgang des Nutzers mit dem Medium möglich“ (Sager 2000: 600) wird: Aus seiner ‚Schlüssellochperspektive‘ (Jakobs/Lehnen 2005: 161) heraus kann der Rezipient häufig erst mithilfe des Cursors „aktivierbare Elemente“ (Storrer 2008: 330) wie Links oder Drop-Down-Menüs, die Verknüpfungen zu aktuell nicht sichtbaren Inhalten beinhalten, aufspüren und ihnen ggf. folgen (vgl. z.B. Kuhlen 1991: 154; Sager 2000: 600ff; Schmitz 2006: 202).²⁶ Darüber hinaus bietet das computer- bzw. softwarebasierte Medium WWW die technischen Voraussetzungen für den Einsatz spezieller Funktionalitäten wie Filter, Suche, Auswahlmenüs, Sprachwahl, Schriftgrößenanpassung oder personalisierte, durch Anmeldung (engl. *login*) per Passwort geschützte Bereiche, welche einen selektiven, „auf individuelle Nutzerbedürfnisse hin zugeschnittenen Zugriff auf die Daten“ (Storrer 2004a: 213) erlauben und dem Rezipienten dadurch ermöglichen, die physische Präsentation der Website-Inhalte seinen konkreten Interessen und Anforderungen anzupassen.²⁷ Der insofern potenziell ausgeprägt bidirektionale Charakter der Rezeption (vgl. z.B. Storrer 2003: 286; Bucher 2004: 140ff) wird zusätzlich unterstützt durch die Unmittelbarkeit der Interaktion des Nutzers mit dem Text, die auf seine Programmierung zurückzu-

26 In diesem Zusammenhang wird das WWW häufig als *Pull*-Medium bezeichnet, das den Nutzer in die Lage versetzt bzw. in die Pflicht nimmt, sich die für sein Erkenntnisinteresse relevanten Inhalte gezielt zu suchen, während er dem Informationsfluss in *Push*-Medien (z.B. Fernsehen) passiv gegenübersteht (vgl. z.B. Knappe 2005: 146f; Kollmann 2013: 44; Hahn 2015: 537). Spezifisch mit dem Thema „Rezeption als Interaktion“ im WWW beschäftigen sich z.B. Bucher (2001 u.a.) und Schumacher (2009).

27 Aufgrund der Vielfalt an Endgeräten wie Laptops, Smartphones und Tablets kommt auch einem sich automatisch anpassenden (engl. *responsive*) Webdesign eine hohe Bedeutung zu (vgl. Hahn 2015: 136–142).

führen ist: Die Website reagiert ad hoc in vorprogrammierter und im Sinne der Benutzerfreundlichkeit idealiter vorhersehbarer Art und Weise auf die Eingaben des Nutzers (vgl. z.B. Sager 2000: 589; Storrer 2004a: 213, 2008: 321).²⁸ Wie Bucher (2004: 147f) anhand von empirischen Untersuchungen mit Probanden zeigt, nehmen Nutzer die Interaktion mit dem Text ‚Website‘ bewusst wahr und unterstellen diesem gleichsam eine Handlungsabsicht wie z.B. die Lenkung der Rezeption oder die Abfrage von Information.

Zum anderen, d.h. neben der Interaktivität der Rezeption, bieten die unter dem Schlagwort ‚Web 2.0‘ zusammengefassten Möglichkeiten der kommunikativen Interaktion und Kollaboration vor allem auf Plattformen der computervermittelten Kommunikation wie z.B. sozialen Netzwerken, Foren oder Chats, aber auch bestimmte Website-Bereiche wie Bewertungs- oder Kommentarfelder den Rahmen für eine unmittelbar bidirektionale Kommunikation zwischen bzw. Ko-Autorenschaft von Textproduzent und Nutzer oder Nutzern untereinander (vgl. z.B. Jakobs 2004: 245).²⁹

Wie schon in puncto Nichtlinearität ist auch hier einzuwenden, dass es sich bei der beschriebenen Bidirektionalität nicht um eine exklusive Eigenschaft der Kommunikation im WWW handelt: Gerade vor dem Hintergrund eines handlungstheoretischen Verständnisses ist funktionierende Kommunikation generell auf die Kooperation zwischen Textproduzent und -rezipient angewiesen (vgl. Heinemann 2008: 131f), kognitiv orientierte Ansätze verorten textualitätsstiftende Kohärenz-

28 Das damit eng zusammenhängende positive Nutzungserlebnis (engl. *joy of use*) ist eines der wesentlichen Ziele im Webdesign (vgl. Hahn 2015: 130f). Die internationale Norm DIN EN ISO 9241 nennt in diesem Zusammenhang sieben ‚Grundsätze der Dialoggestaltung‘: Aufgabenangemessenheit, Selbstbeschreibungsfähigkeit, Lernförderlichkeit, Steuerbarkeit, Erwartungskonformität, Individualisierbarkeit und Fehler-toleranz (vgl. Hahn 2015: 118), welche wie Usability-Empfehlungen grundsätzlich an Grice‘ (1975) Konversationsmaxime erinnern (vgl. z.B. Schmitz 2003: 269; Bittner 2007: 236ff; Schirnhofner 2010: 184ff).

29 Aufgrund der zeitlich potenziell hohen Unmittelbarkeit der computervermittelten Kommunikation wird dieser häufig eine Tendenz zu ‚konzeptioneller Mündlichkeit‘ im Sinne von Koch/Oesterreicher (1994) bzw. ‚sekundärer Schriftlichkeit‘ im Sinne von Schmitz (2006) zugeschrieben (siehe dazu z.B. Androutopoulos 2007; Dürscheid/Brommer 2009; Storrer 2013).

bildung sogar gänzlich beim Rezipienten (siehe dazu 2.3.2).³⁰ So setzt Rezeption grundsätzlich und insbesondere im Fall von nichtlinear konzipierten Texten, die es auch in anderen Medien gibt, die bewusste oder unbewusste Auseinandersetzung des Rezipienten mit dem Text und seiner Verweisstruktur voraus, und die unmittelbare kommunikative Interaktion zwischen Personen ist ein konstitutives Wesensmerkmal vieler, vor allem mündlicher Textsorten. Gleichzeitig wird aber wiederum deutlich, dass die Computer- bzw. Softwarebasiertheit des WWW, die z.B. den Einsatz von Such- und Filterfunktionen oder das vorprogrammierte, zeitlich unmittelbare Reagieren des Textes ‚Website‘ auf Nutzereingaben technisch ermöglicht, in besonderer Weise den Rahmen dafür bietet, den Rezipienten auf die physische Textperformanz einzuwirken zu lassen. Das WWW hat damit ein ausgeprägtes Potenzial zum ‚Nutzermedium‘ (Knappe 2005: 147), das die Grenzen zwischen Textproduktion und -rezeption verschwimmen lässt (vgl. z.B. Androutopoulos 2005: 98; Schröder 2013: 16f) und den Rezipienten stärker in den Mittelpunkt rückt, weg „vom weitgehend passiven Empfänger von Informationen und Verwender standardisierter Web-Angebote hin zum aktiven Kommunikator und Gestalter“ (Walsh/Kilian/Hass 2011: 3). In diesem Sinne entspricht erst das interaktive Web 2.0 der ursprünglichen Idee von Hypertext, nicht nur Wissen (monodirektional) zur Verfügung zu stellen, sondern auch Aufgaben im Team gleichzeitig bearbeiten und lösen zu können (siehe dazu z.B. Huber 2003: 14–18; Storrer 2004a: 209f, 2008: 316ff).

Die Rolle der modalen Aufbereitung des Textes ‚Website‘ ist Gegenstand des nächsten Abschnitts.

2.2.3 Multimodalität

Das dritte im Rahmen der (Hypertext-) Linguistik, aber auch der Medienwissenschaften bzw. medienwissenschaftlich orientierten Linguistik diskutierte Charakteristikum von Websites ist ihre typischerweise multimodale Konzeption, d.h. ihre (potenzielle) ‚Mehrfachkodiertheit‘ (Storrer 2004a: 212) im Sinne eines simultanen Ein-

30 Siehe hierzu auch schon Bachtins Prinzip der ‚Dialogizität‘ (z.B. Bachtin 1981 [1975]).

satzes verbaler, para- und nonverbaler Zeichen und ihres semiotischen Zusammenwirkens. Die hier vorgenommene Unterscheidung verschiedener Zeichenmodi basiert damit auf ihrer Relation zu sprachlichen Zeichen: Während ‚paraverbal‘ die Art und Weise der optischen Aufbereitung verbal präsentierter Inhalte (z.B. Typografie/Schrift-*design*, Textanordnung/Layout; vgl. dazu z.B. Sager 2000: 591f) meint, werden unter ‚nonverbalen‘ Zeichen nichtsprachliche Gestaltungselemente (z.B. statische oder animierte Bilder) gefasst (vgl. etwa Zhao 2008: 96f). Demgegenüber wird Multimodalität häufig auch als Informationsvermittlung über verschiedene Sinneskanäle (z.B. visuell, auditiv) verstanden, so dass ‚Zeichenmodus‘ und ‚Kommunikationskanal‘ gleichgesetzt oder zumindest nicht deutlich voneinander unterschieden werden. Im Rahmen dieser Arbeit stehen grundsätzlich die Zeichenmodi (verbal, paraverbal, nonverbal) im Mittelpunkt, die z.T. über jeweils unterschiedliche Kanäle (visuell, auditiv) realisiert werden: Verbale und paraverbale Zeichen können visuell (geschrieben) als auch auditiv (gesprochen) umgesetzt werden, ebenso lässt sich die relativ heterogene Gruppe der nonverbalen Zeichen danach unterteilen, ob sie visuell (z.B. Bild, Animation) oder auditiv (z.B. Geräusche, instrumentale Musik) vermittelt werden. Eine Mischform ist demnach z.B. ein Video, das typischerweise zugleich verbale und nonverbale Zeichen visuell und auditiv realisiert.

Während Multimodalität in der frühen Hypertextforschung häufig nur knapp angesprochen wird (z.B. Storrer 2004a: 212; Jakobs/Lehnen 2005: 171), beschäftigen sich spätere Arbeiten dezidiert mit dieser Eigenschaft (z.B. Bucher 2007; Schumacher 2009; Żebrowska 2013; Siever 2015).³¹ Obwohl der Begriff ‚Multimodalität‘ Zeichenvielfalt suggeriert, steht dabei letztlich häufig das Sprache-Bild-Verhältnis im Sinne von ‚Bimodalität‘ im Fokus.

Die prinzipiell uneingeschränkten Weiten des digitalen Raumes und die vergleichsweise aufwands- und kostensparsamen Möglichkeiten der Textverwaltung im WWW bieten ideale Bedingungen für eine individuelle Gestaltung von Texten und den komplementären Einsatz

31 Der zu Beginn der Hypertext-Entwicklungen in diesem Zusammenhang gebrauchte Begriff ‚Hypermedia‘ (in Abgrenzung zu rein verbal realisierten ‚Hypertexten‘; vgl. Storrer 2004a: 212) ist grundsätzlich synonym zu verstehen.

nichtsprachlicher Elemente wie vor allem Bilder, aber auch Ton und Video. So ist das Erscheinungsbild von Websites gerade auf der Startseite, ihrem repräsentativen virtuellen Empfangsbereich, häufig stark durch para- und nonverbale Elemente wie z.B. ein spezifisches, ggf. den Gestaltungsrichtlinien der textproduzierenden Institution (engl. *corporate identity* – CI) entsprechendes Schriftdesign, ein großflächiges Layout, Bildbanner, Logo usw. geprägt (vgl. z.B. Schmitz 2006: 193). Dabei hat die multimodale Aufbereitung bzw. Anreicherung verbal präsentierter Website-Inhalte bei genauerem Hinschauen nicht nur ein rein dekoratives Potenzial,

[v]ielmehr spielen auf unserer Website – und das charakterisiert tertiäre Schriftlichkeit – die Anordnung der Texte (Textdesign) und ihre Einbettung in heteromodale Kontexte (Mediendesign, besonders Text-Bild-Beziehungen) eine entscheidende Rolle für das Verständnis der gemeinsamen Inhalte (Schmitz 2006: 195).³²

Auf der Mikroebene eines einzelnen Teiltexes wie z.B. der Startseite kommt dem paraverbalen Textdesign eine wichtige Strukturierungsfunktion zu: Sowohl das Schriftdesign, d.h. die typografische Gestal-

32 In Anlehnung an Ong (1987), der zwischen primärer und sekundärer Oralität unterscheidet, betrachtet Schmitz (2006: 203f) Schriftlichkeit als Kontinuum „von prototypisch-monomodaler Schriftlichkeit über typographisch gestaltete Schriftbildlichkeit und großflächengestaltende Schrift-Bild-Metamorphosen bis zu hypermedialer Multimodalität“ und unterscheidet insofern primäre, sekundäre und tertiäre Schriftlichkeit (Schmitz 2006: 192f). Unter ‚sekundärer Schriftlichkeit‘ fasst er konzeptionell mündliche, bidirektionale Formen der Kommunikation wie beispielsweise Chats im WWW (vgl. 2.2.2), unter ‚tertiärer Schriftlichkeit‘ „solche, die Schrift als nichtautonomes Element in multimodalen Kontexten, vor allem in Text-Bild-Gefügen erscheinen lässt“ (Schmitz 2006: 193), welche „aufgrund der Hypertechnik sowie der Diskrepanz zwischen winzigem Bildschirm und riesiger Informationsmenge [...] im World Wide Web durchschnittlich am weitesten fortgeschritten“ (Schmitz 2006: 185) sind. Diese drei Ausprägungsformen von Schriftlichkeit stellen damit verschiedene Stadien im Übergang von der typischen (verbalen) Monomodalität ‚klassischer‘ Printtexte hin zur typischen Multimodalität von vor allem Texten im WWW dar. Im Gegensatz dazu wird diese Arbeit Koch/Oesterreichers (1994) Vorstellung von Kontinuen hinsichtlich bestimmter konzeptueller Eigenschaften, in die sich Äußerungsformen einordnen lassen, aufgreifen, und mit Blick auf die hier thematisierten besonderen Gestaltungspotenziale drei Dimensionen bzw. Kontinuen (Sequenziertheit, Direktionalität, Modalität) annehmen (siehe dazu 2.2.4, 4.2.1.2).

tung³³, als auch das Layout, d.h. die optische Aufbereitung, Gliederung, Anordnung und Verbindung der einzelnen Gestaltungselemente zueinander³⁴ können den Rezipienten nicht nur optisch ansprechen, sondern auch „als Mittel zu [sic] Kontextualisierung von Kommunikationselementen in einer non-linearen kommunikativen Umgebung“ (Bucher 2007: 60) kognitiv entlasten (vgl. z.B. Hahn 2015: 171f). Neben der paraverbalen Gestaltung bietet der Einsatz nonverbaler Elemente vielfältige Möglichkeiten, die Rezeption zu vereinfachen, zu beschleunigen und auch effizienter im Sinne der übergeordneten Textfunktionen ‚Information‘ und ‚Appell‘ (vgl. 2.1) zu gestalten. Zentral ist hierbei insbesondere angesichts der sprichwörtlichen Informationsflut im WWW und entsprechend angepasster Rezeptionsstrategien der Nutzer – z.B. Bucher (2001: 158f) unterscheidet hier ‚Flanieren‘, ‚Suchen‘ und ‚Recherchieren‘ – die Frage, „welche Darstellungscodes sich für welchen Zweck eignen“ (Jakobs/Lehnen 2005: 182). Vor dem Hintergrund von Forschungserkenntnissen zur Wahrnehmung und Kognition von Medieninhalten (siehe dazu z.B. Feuß 2013: 28–57), die zeigen, dass verbale Texte grundsätzlich durch die linear-sukzessive Erschließung distinkter Einheiten (engl. *bottom-up*) rezipiert werden, während die umgekehrte Richtung ‚vom Ganzen zum Detail‘ (engl. *top-down*) als typisches Rezeptionsprinzip für nicht linear, sondern ganzheitlich zu erfassende semiotische Objekte wie z.B. Bilder gilt (vgl. z.B. Schmitz 2003: 262, 2006: 187f, 2007: 99f), welche als „schnelle Schüsse ins Gehirn“ (Kroeber-Riel 1996: 53) und gerade in Verbindung mit Texten, d.h. als Text-Bild-Einheiten „die effiziente Konzentration einer Botschaft mit geringstem Darbietungsaufwand auf knappstem Raum und bei kürzester Wahrnehmungszeit“ (Schmitz 2007: 95f) ermöglichen (vgl. z.B. Runkehl 2005: 207ff; Stöckl 2011: 48ff; Schröder 2013: 43ff), wird deutlich, dass die semiotische Aufgabenteilung,

33 Dazu gehören nach Sager (2000: 591) z.B. Schrifttyp, -größe, -breite, -stärke, -lage, Laufweite sowie Buchstaben-, Wort- und Zeilenabstand, im WWW außerdem die Möglichkeit der Animation von Schrift (z.B. Blinken oder Ein- und Ausblenden); Bucher (2007: 60) spricht hier von „drucktechnische[n] Formen der Gestaltung“.

34 Sager (2000: 592) zählt hierzu auch Zeilenausrichtung, Satzspiegel usw. und betont die Anwendbarkeit allgemeiner Prinzipien aus der Kunsttheorie (z.B. Relationen Zentrum – Peripherie, Goldener Schnitt, Hervorhebung durch leere Flächen usw.) im Sinne grundsätzlicher layouttechnischer Gestaltungsrichtlinien.

die man sich in anderen Medien, vor allem im Bereich der Werbung, zunutze macht, auch im WWW die funktionale Effizienz der Kommunikation steigern kann. Während sich sachliche, komplexe Informationen zweckmäßig konzis und explizit grundsätzlich am besten durch das arbiträre, kodifizierte Zeichensystem ‚Sprache‘ kommunizieren lassen, kann die para- und nonverbale Gestaltung von Websites vor allem dazu beitragen, die knappe Aufmerksamkeit der Rezipienten zu lenken, Gefühlsqualitäten zu portieren und eine emotionale Wirkung zu evozieren (vgl. Schmitz 2003: 262; Hahn 2015: 112).³⁵ Sie ist damit Ausdruck des Strebens nach der kommunikativ effizienten Vermittlung verschiedener Inhalte und Aussagegehalte in funktional adäquaten Zeichenmodi, welche sich im Rahmen des Textes ‚Website‘ ergänzen und zusammenwirken. So macht letztlich erst die semiotische ‚Montage‘ (Sager 2000: 596), d.h. das Verhältnis aller verbalen, para- und nonverbalen Elemente zueinander, ihre „im Hinblick auf einen bestimmten Zweck jeweils möglichst effiziente synergetische Verknüpfung“ (Schmitz 2007: 107), gegenseitige Ergänzung bzw. Anreicherung (vgl. Schmitz 2007: 98ff) und ihre simultane Interaktion zu einem „bildschirmgerechte[n] Ensemble“ (Storrer 2001b: 89) im Sinne tertiärer Schriftlichkeit nach Schmitz (2006) das kommunikative Potenzial des (Teil-) Textes aus. Sie wird vom Nutzer als intentionales Ganzes wahrgenommen (vgl. z.B. Storrer 2000: 228f; Feuß 2013: 119), der auf dieser ‚Sehfläche‘ (Schmitz 2006: 193) seinem individuellen Interesse folgend umherstreifen kann „wie eben auf Bildern: vom Ganzen zu den Teilen, vom Auffälligen zum Unscheinbaren“ (Schmitz 2006: 195).³⁶

35 So kommt auch die Eye-Tracking-Forschung, die Wahrnehmungsmechanismen, Selektions- und Kognitionsprozesse untersucht (vgl. 2.2.1), im Bereich der Werbung zu dem Schluss, dass Bilder zunächst die Aufmerksamkeit auf sich ziehen, Texte diese aber halten und sich daher ein funktionales Zusammenspiel von Text und Bild empfiehlt (vgl. Feuß 2013: 111ff).

Dies bietet auch eine Erklärung für die Beobachtung, dass die oberen Ebenen von Websites, insbesondere die appellativ geprägte Startseite, in der Regel sehr bildlastig gestaltet ist bzw. verbale und nonverbale Zeichen hier sehr eng interagieren, während auf den unteren Ebenen Anteil und Autonomie verbaler Texte mit der sachlichen Informativität bzw. dem Detailgrad der Inhalte immer mehr zunehmen (vgl. z.B. Jakobs/Lehnen 2005: 177; Schmitz 2006: 200f).

36 Bucher (2007: 72) begreift Multimodalität daher als „spezifische Form der Non-Linearität“. In Anlehnung an ihn stellt Schirrhofer (2010: 35) für nichtlineare Texte im Allgemeinen fest: „In einem solchen multimodalen Kommunikationsakt treten Bilder,

Gerade durch die technisch weitreichenden Möglichkeiten der para- und nonverbalen Gestaltung von Texten im WWW können diese einen ästhetisch oder emotional wirkungsvollen Gesamteindruck erzeugen, der im Webdesign als ‚Look & Feel‘ bezeichnet wird (vgl. Hahn 2015: 108) und dem in gesättigten Märkten, in denen rationale Argumente alleine nicht ausreichen, um die Aufmerksamkeit der Rezipienten zu gewinnen, immer mehr Bedeutung zukommt (vgl. Hahn 2015: 41f; 2.1). Die konkrete Umsetzung des multimodalen Potenzials von Websites ist daher in besonderem Maße situativ-funktional und nicht zuletzt auch sprach- und kulturspezifisch geprägt sowie modenabhängig (vgl. Jakobs/Lehnen 2005: 171).

Letztlich ist aber auch hier festzustellen: Die multimodale Aufbereitung von Texten ist keine originär auf das Medium WWW zurückzuführende Eigenschaft (vgl. z.B. Antos 2001: 60; Schmitz 2006: 204). Neben grundsätzlich bimodal konzipierten Texten wie z.B. Comics oder Bildbänden sind – gerade aufgrund der emotionalen Kraft, die visuellen Gestaltungselementen im Allgemeinen und Bildern im Speziellen zugesprochen wird – Texte, deren Funktion es nicht nur ist, Informationen bereitzustellen, sondern vor allem, eine appellative Wirkung auf den Rezipienten auszuüben, d.h. bestimmte Haltungen, Emotionen oder Handlungen bei ihm auszulösen (z.B. Plakate, Werbeanzeigen, -spots), auch in anderen Medien sehr häufig bi- oder multimodal gestaltet (siehe dazu z.B. Kroeber-Riel 1996).³⁷ Mit Blick auf die potenzielle Nichtlinearität und Bidirektionalität von Websites

die sprachlichen Elemente und etwa die typographische Gestaltung, also unterschiedlichste Zeichentypen, zusammen in einen Kommunikationsakt bzw. verschmelzen zu einem ‚komplexen Superzeichen‘“ (siehe dazu 3.4).

37 Entsprechend liegen gerade hinsichtlich funktionaler Text-Bild-Zusammenhänge für den Printbereich zahlreiche Studien vor (z.B. Püschel 1997; Stöckl 1997, 2004), die zumindest teilweise auch für Texte im WWW nutzbar gemacht werden können (vgl. Jakobs/Lehnen 2005: 171). Während Bemühungen um eine systematische Bildgrammatik (z.B. Kress/Van Leeuwen 1996) oder Bildwissenschaft (z.B. Sachs-Hombach 2005) aus linguistischer Sicht eher die Ausnahme darstellen, gibt es immer wieder Bestrebungen in Richtung einer Textsemiotik im Sinne einer semiotisch ganzheitlichen Textbetrachtung (z.B. Fix 2001; Fix/Adamzik/Antos/Klemm 2002; Eckkrammer/Held 2006; Diekmannshenke/Klemm/Stöckl 2011; Große 2011). Einen ausführlichen Überblick über Forschungsstand und -literatur zum Thema ‚Multimodalität‘ mit besonderem Fokus auf Hypertexte gibt Żebrowska (2013).

kommt ihrer multimodalen Gestaltung jedoch nicht nur eine auf der Mikroebene des einzelnen Teiltexes aufmerksamkeitssteuernde und kognitiv unterstützende, sondern insbesondere auf Makroebene auch eine operativ-funktionale Rolle zu: Die rezeptive Erschließ- und Bedienbarkeit des Gesamttextes ‚Website‘ lebt wesentlich von der optisch intuitiv erkennbaren Kennzeichnung von Navigationsmöglichkeiten sowie den oben beschriebenen Orientierungs- bzw. Kontextualisierungs- und ‚Kohärenzbildungshilfen‘ (Storrer 2003: 286; vgl. 2.2.1), welche überwiegend durch paraverbale Gestaltungsmittel im Bereich Schriftdesign (siehe dazu z.B. Hagemann 2007) und Layout (vgl. ‚Textdesign‘ bei Bucher 2007: 60f; vgl. Schirnhofner 2010: 184ff), mitunter aber auch nonverbale Elemente wie z.B. als Links dienende Symbole (vgl. Sager 2000: 590) umgesetzt werden.^{38, 39} Somit liegt das hohe Potenzial der multimodalen Gestaltung von Websites einerseits (wie auch in anderen Medien) in der effizienten Umsetzung ihrer informativ-appellativen Kommunikationsabsicht und andererseits in den medienspezifisch technisch weitreichenden Möglichkeiten der operativen Unterstützung und Förderung des ‚Auslebens‘ nichtlinearer und bidirektionaler Textperformanz.⁴⁰ Voraussetzung für den tatsächlichen Mehrwert der multimodalen Gestaltung hinsichtlich der rezeptiven Kohärenzbildung ist dabei allerdings die Einhaltung ggf. etablierter Konventionen, beispielsweise bezüglich der Gliederung und Platzierung der Inhalte, der Kennzeichnung von Verweisen usw., welche die Rezipienten kennen und erwarten:

38 Bucher (2001: 163) nimmt in diesem Zusammenhang sogar ein „operationales Zeichensystem“ an, das „sicherstellen [soll], dass die Nutzer sich das Online-Kommunikationsangebot erschließen können“. Die Semiotik der Textgestaltung wird im Zusammenhang mit der konkreten Textperformanz näher betrachtet (siehe 3.4).

39 Mit Link-Symbolen und den ihnen häufig zugrundeliegenden ‚Nutzermetaphern‘ (z.B. Briefumschlag für Mail- oder Warenkorb für Bestellfunktion) beschäftigen sich z.B. Storrer (2004b) und Runkohl (2005: 210ff).

40 Dies macht deutlich, dass Usability und Webdesign nicht, wie häufig dargestellt, konkurrierende Ziele (Bedienbarkeit und Ästhetik) verfolgen, sondern dass das Design erheblich zur Benutzerfreundlichkeit beitragen kann (vgl. Hahn 2015: 118–121) und somit als ein strategisches Instrument zur Erreichung des Ziels ‚Benutzerfreundlichkeit‘ begriffen werden sollte.

Art und Ausprägung des Screengeschehens, so wie es sich dem Nutzer präsentiert, führt aufgrund der Erfahrung und Wiedererkennung von Farben, Formen und Gestalten sowie der Routinisierung der immer wieder gleichen Verfahren des Umgangs mit den Objekten zu einem Kohärenzstiftenden Sinnzugriff, der aus den vielfältigen medialen Komponenten des Systems ein mediales Ganzes werden lässt (Sager 2000: 596; siehe dazu auch z.B. Feuß 2013: 55f, 119; Hahn 2015: 345f).

Obwohl es also gerade z.B. im appellativ geprägten Bereich der Werbung auch in anderen Medien bi- oder multimodal konzipierte Textsorten gibt, finden Website-Produzenten einerseits im computer- bzw. softwarebasierten Medium WWW besonders günstige Bedingungen für den simultanen Einsatz verschiedener Zeichenmodi vor und sind andererseits aufgrund der o.g. operativ-funktionalen Anforderungen an die Kohärenzbildung auf Makroebene dazu angehalten, diese auch intensiv zu nutzen (vgl. Schmitz 2006: 203f).

2.2.4 Fazit

Die Möglichkeit der Organisation des Hypertextes ‚Website‘ in in sich abgeschlossene, auf komplexe Weise miteinander verknüpfte und dynamisch erweiterbare Teiltexthe ist die Grundlage für eine sequenziell flexible Vorgehensweise bei der Produktion des Gesamttextes ‚Website‘ und das Angebot an den Textrezipienten, diesen nicht in einer vorgegebenen oder nahegelegten Reihenfolge, sondern seinen aktuellen individuellen Interessen folgend zu erschließen. Obwohl der tatsächliche (und letztlich immer lineare) Leseweg des Rezipienten auch in Printmedien de facto nicht beeinflusst werden kann und es auch hier Texte gibt, die in ähnlicher Weise explizit modular konzipiert sind, wird die nichtlineare Sequenzierung von Websites als Hypertexten häufig als ihr zentrales Wesensmerkmal angeführt (z.B. Storrer 2008: 318). Des Weiteren schaffen die medienspezifischen technischen Möglichkeiten die Voraussetzungen für eine Beteiligung des Rezipienten an der Textkonstitution und damit für eine Bidirektionalität der Kommunikation, die ebenfalls als charakteristisch für das WWW gilt: Die in der Regel intentionale Interaktion des Rezipienten mit dem Text ‚Website‘ im Rahmen der Rezeption, die die hypertextuelle Verweisstruktur

tur auf der Makroebene der Website in besonderer Weise erforderlich machen und durch spezielle Funktionalitäten zusätzlich unterstützen kann, einerseits, und – wenngleich für den Untersuchungsgegenstand ‚institutionelle Website‘ weniger relevant – die direkte Interaktion des Rezipienten mit dem Textproduzenten oder anderen Rezipienten andererseits. Doch auch diese Bidirektionalität der Kommunikation ist bei genauerer Betrachtung kein Alleinstellungsmerkmal von Texten im WWW: Zum einen ist Rezeption grundsätzlich von der (wenn auch nicht immer bewussten, intentionalen) Interaktion des Rezipienten mit dem Text abhängig, zum anderen sind z.B. gerade mündliche Texte bzw. Textsorten häufig bidirektional konzipiert. Nicht zuletzt wird die potenziell ausgeprägte Multimodalität, d.h. das simultane Auftreten verschiedener semiotischer Modi und ihr arbeitsteiliges Zusammenwirken im Sinne der Textfunktion als Besonderheit von Websites bzw. Hypertexten im Allgemeinen hervorgehoben. Das in diesem Zusammenhang häufig angeführte große Gewicht vor allem para- und nonverbaler Gestaltungselemente und die Tatsache, dass diese wichtige aufmerksamkeitssteuernde Funktionen übernehmen können, ist allerdings ebenfalls nicht ausschließlich auf das Medium WWW zurückzuführen, sondern in erster Linie auf die kommunikative Intention: Textsorten, die die Funktion haben, den Rezipienten in seinen Einstellungen und Wertungen zu beeinflussen – d.h. appellative Texte im sprechakttheoretischen Sinn, z.B. im Bereich der Werbung – sind aufgrund des geringeren kognitiven Anspruchs und der hohen emotionalen Wirkungskraft nonverbaler Gestaltungselemente unabhängig vom Medium sehr häufig multimodal konzipiert.

Da Nichtlinearität, Bidirektionalität und Multimodalität demnach Eigenschaften von Websites darstellen, deren Umsetzung bzw. ‚Ausleben‘ zwar in besonderer Weise durch das computer- bzw. softwarebasierte Medium WWW aufgrund der dort spezifischen Rahmenbedingungen der Textproduktion und -rezeption begünstigt wird, nicht aber allein auf dieses zurückzuführen ist, werden sie hier in begrifflicher Anlehnung an Koch/Oesterreicher (1994) als ‚konzeptionelle‘, d.h. als nicht originär durch das Medium determinierte, sondern im Rahmen der Grundkonzeption eines Textes angelegte Eigenschaften verstanden. Koch/Oesterreicher (1994) selbst unterscheiden zwischen

‚konzeptioneller Mündlichkeit‘ und ‚konzeptioneller Schriftlichkeit‘ im Sinne von sich gegenüberliegenden Endwerten eines Kontinuums, in das sich Äußerungsformen (im Sinne von Diskurstraditionen bzw. Textsortenkonventionen, siehe dazu 3.3.3) unabhängig vom Medium einordnen lassen. Dieser Vorstellung folgend werden hier mit Blick auf die thematisierten besonderen Gestaltungspotenziale von Texten im WWW drei Kontinuen – Sequenziertheit, Direktionalität, Modalität – angenommen, an deren Endpunkten einerseits ‚klassische‘ linear, monodirektional und (verbal) monomodal konzipierte Printtexte und andererseits nichtlinear, bidirektional und multimodal konzipierte Texte wie Websites stehen (siehe dazu 4.2.1.2).⁴¹

Obwohl auch Texte in anderen Medien in mehr oder weniger ausgeprägter Form nichtlinear, bidirektional oder multimodal konzipiert sein können, ist

[m]it dem Internet [...] ein neues Medium in die Mediengeschichte eingetreten, das in ihr eine paradoxe Stellung einnimmt: es hat von allen etablierten Medien etwas und ist doch zugleich etwas anderes, jedenfalls mehr als nur die Summe der traditionellen Medien oder ein neuer Verbreitungskanal für bekannte Angebote (Bucher 1999: 9).

Zurückzuführen ist diese Andersheit vor allem auf die Ausgeprägtheit und das funktionale Zusammenspiel der o.g. konzeptionellen Anlagen, das, wie oben deutlich wurde, zu einem großen Teil den erhöhten Herausforderungen an die Kohärenzbildung im Medium WWW geschuldet ist: Da der bloßen rezeptiven Handhabbarkeit des Hypertexts ‚Website‘ eine herausragende Bedeutung zukommt, spielen in allen Bereichen nicht nur inhaltliche, sondern auch operative Aspekte eine wichtige Rolle. So sieht z.B. Schumacher (2009: 63) „Interaktivität als Konsequenz aus Multimodalität und Hypertextu-

41 Auch Storrer (2000) übernimmt Koch/Oesterreichers (1994) Modell, jedoch nur hinsichtlich einer der drei Kategorien: Storrer (2000: 240) spricht von „konzeptioneller Linearität bzw. Nicht-Linearität“ und unterscheidet mono-, mehrfach- und unsequenzierte Texte. In ähnlicher Weise betrachtet Schmitz (2006) ‚Schriftlichkeit‘ als Kontinuum der Modalität und unterscheidet primäre, sekundäre und tertiäre Schriftlichkeit (vgl. 2.2.3).

alität“, während man ebenso Multimodalität als Strategie begreifen könnte, den durch Nichtlinearität und Interaktivität bzw. Bidirektionalität gegebenen spezifischen Anforderungen an die Kohärenzbildung im Medium WWW zu begegnen. In der Konsequenz lässt sich bei Texten im WWW ein Verschwimmen traditioneller textlinguistischer Kategorien beobachten: Die nichtlineare Sequenzierung des Hypertextes ‚Website‘ (und seine damit zusammenhängende Entbindung vom Trägermedium; vgl. Storrer 2003: 286) kann sowohl den inneren Textaufbau als auch die Textgrenzen nach außen hin unscharf und dynamisch veränderbar werden lassen, die Möglichkeiten der Beteiligung des Rezipienten an der Textkonstitution heben die Rollentrennung zwischen Textproduzent und -rezipient tendenziell auf (vgl. Storrer 2000: 223; Bucher 2004: 134) und die Multimodalität der Textperformanz vermag ein Verschmelzen verschiedener Zeichenmodi zu einem ganzheitlich-funktionalen ‚Kommunikat‘ (vgl. Adamzik 2002: 174; 1) zu bewirken, in dem sprachliche Zeichen mitunter nur eine Nebenrolle spielen.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die im Rahmen der Informations- und Medienwissenschaften, vor allem aber der (Hypertext-) Linguistik diskutierten Eigenschaften zwar für sich genommen keine gänzlich neuen Textqualitäten darstellen, Websites bzw. Texte im WWW im Allgemeinen aber aufgrund ihrer grundsätzlich potenziell ausgeprägt nichtlinearen, bidirektionalen und multimodalen Gesamtkonzeption sowie der technischen Umsetzungsmöglichkeiten im Medium WWW einen sehr spezifischen Charakter aufweisen und entsprechend weit von einer alltagssprachlich-intuitiven, ‚klassischen‘ Vorstellung von ‚Text‘, die sich z.B. an ‚Brief‘ oder ‚Roman‘ orientiert, entfernt sind. So bietet gerade das Medium WWW an, nicht nur Textträger zur monodirektionalen Bereitstellung von Inhalten zu sein, sondern eine dynamische Kommunikationsplattform, die durch die Interaktion zwischen Nutzer und Text bzw. Nutzern untereinander und die multimodale Ansprache verschiedener Sinneskanäle nicht nur ein Rezipieren von Inhalten, sondern ein Erleben (engl. *user experience*) und Mitgestalten von Kommunikation ermöglicht

(vgl. Hahn 2015: 129ff).⁴² In dem Maße, in dem die o.g. Potenziale im Rahmen der konkreten Website-Performanz de facto ‚gelebt‘ werden, entspricht eine Website damit nicht mehr einem ‚klassischen‘, sondern weiter gefassten Verständnis von ‚Text‘ als dynamisch-integrative Vermittlungsinstanz im Kommunikationsprozess zwischen Textproduzent und -rezipient, die deren Beziehung wesentlich prägt und dadurch wichtige strategische Funktionen, z.B. im Bereich der Kundenakquise und -bindung, übernehmen kann.

Da die Übertragung traditioneller, sich an ‚klassischen‘ (Print-) Texten orientierenden textlinguistischen Beschreibungskategorien und Analyse Kriterien dazu führt, dass die o.g. zentralen Charakteristika von Texten im WWW zu wenig oder nur isoliert voneinander berücksichtigt werden (vgl. Jakobs/Lehnen 2005: 183; Storrer 2008: 330), wird im Folgenden ein erweitertes Textverständnis vorgeschlagen, das auch dem potenziell nichtlinear, bidirektional und multimodal konzipierten Text ‚Website‘ gerecht werden kann.

2.3 ‚Textsorte‘ als Prototyp zwischen Funktion und Form

Wenngleich sich die Sprachwissenschaft erst seit verhältnismäßig kurzer Zeit mit der Entität ‚Text‘ beschäftigt, hat sich die Idee davon, was unter dem Begriff zu verstehen ist, mit den vorherrschenden linguistischen Strömungen in der Vergangenheit mehrfach grundlegend geändert und ist gerade vor dem Hintergrund des Aufkommens neuer Erscheinungsformen von ‚Text‘ in den neuen Medien erneut in Diskussion geraten.⁴³ Mit Blick auf die oben beschriebenen, streng genommen nicht neuen, aber in Summe sehr spezifischen konzeptionellen Potenziale von Texten im WWW wird hier aufbauend auf Storrer (2000: 223) die Ansicht vertreten, dass für diese kein neuer Textbegriff eingeführt werden muss, sondern ein konsequent pragmatisch-kom-

42 Hahn (2015: 129ff) definiert ebendiese o.g. Website-Potenziale – ‚Usability‘, ‚Joy of Use‘ und ‚Look & Feel‘ – als Prinzipien der ‚User Experience‘.

43 So sammeln schon Fix/Adamzik/Antos/Klemm (2002) Antworten auf die ‚Preisfrage‘: „Brauchen wir einen neuen Textbegriff?“.

munikatives, prototypentheoretisch erweitertes Verständnis von Texten als ganzheitlich intentionale, situativ-funktional motivierte Kommunikationshandlungen grundsätzlich einen geeigneten Rahmen darstellt, um den Charakteristika der Website-Performanz gerecht zu werden und ihr adäquates Erfassen, Beschreiben und Untersuchen mit textlinguistischen Begriffen und Methoden zu ermöglichen. Dieses ist im Folgenden zu konkretisieren.

2.3.1 Pragmatisch-kommunikatives Text- und Textsortenverständnis⁴⁴

Während frühere strukturalistisch und teilweise auch semantisch-thematisch orientierte linguistische Strömungen ‚Text‘ als transphrasatisches Konstrukt, d.h. als Verknüpfung einzelner Sätze betrachten und sich daher überwiegend mit den Strukturen unterhalb der Textebene beschäftigen (siehe dazu z.B. Harweg 2000; Fix/Poethe/Yos 2003: 12ff), bringt die sog. Pragmatische Wende ab den 1960er Jahren eine kommunikativ-funktionale Sprachauffassung mit sich, die den Text als Grundeinheit intentionalen sprachlichen Handelns begreift (z.B. Hartmann 1971) und in den Mittelpunkt des Forschungsinteresses rückt (siehe dazu z.B. Feilke 2000; Hartung 2000; Heinemann 2008).⁴⁵ Es geht demnach nicht mehr, wie gerade in strukturalistischen Ansätzen, um von der außersprachlichen Wirklichkeit entkoppelte Systemelemente auf verschiedenen sprachlichen Ebenen (z.B. Phoneme, Morpheme, Lexeme), die sich syntagmatisch zu einem Text addieren lassen, sondern a priori um das Textganze als Ergebnis

⁴⁴ Vorüberlegungen dazu in Zankl (2013: 52, 2016: 78). Mit verschiedenen, insbesondere pragmatisch-kommunikativen bzw. integrativen Auffassungen von ‚Text‘ und ‚Textsorte‘ beschäftigt sich auch Zankl (2009: 7–30).

⁴⁵ Als Vordenker der pragmatischen Linguistik gilt Bühler (1934), der im Rahmen seiner Sprachtheorie die pragmatische Dimension von Sprache betont; ihre Funktionalität spielt allerdings auch schon bei den Prager Strukturalisten, beispielweise in Mathesius‘ (1929) Konzept der funktionalen Satzperspektive oder Havráneks (1976 [1932], 1976 [1942]) funktionalstilistischen Untersuchungen eine große Rolle (vgl. Eroms 2000: 37ff; siehe dazu 3.3.1.3). Nach Hartung (2000: 85) kann auch die Tätigkeitstheorie der sowjetischen Psychologie (z.B. Leont‘ev 1979) im weiteren Sinne als Vorläuferin der handlungsorientierten Betrachtung von Sprache zu begriffen werden. Aufbauend auf Bühler beschäftigt sich auch die Funktionale Pragmatik mit dem Handlungscharakter von Sprache (siehe dazu z.B. Ehlich 2007).

eines komplexen Sprechakts, welcher sich nach Searle (1969: 23ff) in die simultanen Teilakte ‚Lokution‘ (Äußerung), ‚Proposition‘ (Inhalt), ‚Illokution‘ (Handlungszweck) und ‚Perlokution‘ (Folgewirkung) aufspalten lässt, und seine pragmatische Funktion und Wirkung in einem größeren Handlungszusammenhang.⁴⁶ So definieren beispielsweise Brinker/Cölfen/Pappert (2014: 17) ‚Text‘ grundsätzlich als

eine von **einem** Emittenten hervorgebrachte begrenzte Folge von sprachlichen Zeichen, die in sich kohärent ist und die als Ganzes eine erkennbare kommunikative Funktion signalisiert

und stellen damit Monodirektionalität und -autorenschaft, Begrenztheit, Linearität, Sprachlichkeit, Kohärenz und Funktionalität als konzeptionelle Wesensmerkmale in den Mittelpunkt, während De Beaugrande/Dressler (1981: 3–14) Textualität von ‚Kommunikativität‘ abhängig machen und sieben konstitutive, d.h. obligatorische Textualitätskriterien postulieren: Kohäsion und Kohärenz, Intentionalität und Akzeptabilität, Informativität, Situationalität und Intertextualität.⁴⁷

Erst eine solche pragmatisch-kommunikative Sichtweise auf Texte als ganzheitliche kommunikative ‚Tätigkeitsprodukte‘ (Hartung 1977: 14), die einen bestimmten kommunikativen Zweck verfolgen und daher „Artefakt- und Instrumentcharakter“ (Panikow 1998: 1610) haben, schafft die Grundlage für eine genuin textlinguistische Betrachtung der Zusammenhänge zwischen dem Zeichensystem ‚Sprache‘ und seiner intentionalen, situativ-funktional bedingten Anwendung. Gerade, da aufgrund dieser Betonung der pragmatisch-kommunikativen Zweckmäßigkeit von Texten dem außersprachlichen Kontext, der sie evoziert, eine hohe Bedeutung zukommt,

46 Searles (1969) Sprechakttheorie baut auf auf Austin (1962). Das zunächst auf sprachliche Äußerungen bezogene Konzept wurde u.a. von Motsch/Viehwegger (1981) auf die Textebene übertragen (vgl. Fix/Poethe/Yos 2003: 14f).

47 Feilke (2000: 76) weist darauf hin, dass sich De Beaugrande/Dresslers (1981) sieben Textualitätskriterien nicht auf eine einheitliche textlinguistische Theorettradition zurückführen lassen, gerade dadurch aber an „den theoretisch lockeren Verbund des „discourse analysis“-Konzepts“ erinnern, das im angloamerikanischen Bereich dominiert.

spielt hier auch die Klassifizierung von Texten zu Textsorten im Sinne von situations- und/oder funktionsspezifisch typischen Sprachhandlungsinstrumenten eine große Rolle.⁴⁸ Als Klassifizierungskriterien dienen pragmatisch-kommunikativen Textsortenkonzepten entsprechend vor allem textexterne Aspekte wie die Textfunktion bzw. Illokution, die auch Searle (1976) seiner Sprechaktklassifikation zugrunde legt, und die situativen Rahmenbedingungen der Textproduktion und -rezeption wie z.B. Kommunikationsbereich oder Medium (vgl. Heinemann 2000a: 531; Brinker/Cölfen/Pappert 2014: 138).⁴⁹

Einen vielzitierten und auch slavistischen Arbeiten (z.B. Rathmayr 1988; Birkenmaier/Mohl 1991; Šukevičiūtė 2004) häufig zugrunde gelegten Vorschlag hierfür liefert Brinker (1985; hier zitiert anhand der 8., neu bearbeiteten und erweiterten Auflage Brinker/Cölfen/Pappert 2014): Er begreift Textsorten aufbauend auf einem handlungsorientierten Textbegriff als „**konventionell geltende Muster** für komplexe sprachliche Handlungen“, die „sich als jeweils typische Verbindungen von kontextuellen (situativen), kommunikativ-funktionalen und strukturellen (grammatischen und thematischen) Merkmalen beschreiben [lassen]“ (Brinker/Cölfen/Pappert 2014: 139),

48 Da es hier zunächst um die Unterscheidung von Texten anhand außersprachlicher Kriterien geht, wird der in diesem Zusammenhang übliche Begriff ‚Textsorte‘ gewählt. Daneben finden sich je nach Terminologie auch Begriffe wie ‚Textmuster‘ (z.B. Sandig 2000; siehe dazu 3.3.2.2) oder ‚(Diskurs-) Gattung‘ (z.B. Wilhelm 2008; siehe dazu 3.3.3), welche häufig synonym verwendet werden, in der Regel jedoch nicht auf die Klassifizierung von Textsorten, sondern auf ihre Beschreibung (‚Textmuster‘) bzw. ihre Traditionalität und diachrone Entwicklung (‚Gattung‘) abzielen und daher hier in ebendieser differenzierten Weise verwendet werden.

49 Während pragmatisch-funktionsorientierte Ansätze tendenziell vor allem auf die Textfunktion abstellen (z.B. Rolf 1993; Brinker/Cölfen/Pappert 2014), gehen soziolinguistisch orientierte Klassifizierungskonzepte in der Regel davon aus, „daß situative Faktoren [...] auf das Sprechhandeln von Interaktanten Einfluß nehmen und in den Strukturen von Texten ihren Niederschlag finden“ (Franke 1991: 167) und rücken die situativen Parameter der Kommunikation (z.B. räumliche und zeitliche Umstände, gesellschaftlich-institutioneller Rahmen, sozialer Status und Verhältnis der Kommunikationspartner, Medium) stärker in den Vordergrund (siehe dazu z.B. Heinemann 2000a: 530–536). Demgegenüber stützen sich Klassifizierungskonzepte weniger sprachhandlungs- sondern sprachsystemorientierter linguistischer Rahmentheorien (z.B. der o.g. strukturalistisch oder semantisch-thematisch fundierten Strömungen) häufig auf textinterne, d.h. sprachlich-strukturelle oder thematisch-sequenzielle Kriterien (siehe dazu z.B. Heinemann 2000a: 525–530). Einen Überblick über verschiedene Klassifizierungsansätze geben z.B. Heinemann (2000a, 2000b) und Adamzik (2008).

und vertritt insofern ein textexterne und -interne Aspekte integrierendes Konzept, das einem pragmatisch-kommunikativen Verständnis von Texten bzw. Textsorten als probate Mittel zum Zweck, das zwangsläufig Funktion und Form vereint, besser gerecht wird als ein rein textextern orientiertes. Hinsichtlich der Klassifizierung wird die durch textinterne und/oder -externe (kontextuelle) Indikatoren direkt und/oder indirekt signalisierte Textfunktion (vgl. Brinker/Cölfen/Pappert 2014: 98ff; siehe dazu auch Brinker 2000) als ‚Basiskriterium‘ für die Unterscheidung von fünf ‚Textklassen‘ (Information, Appell, Obligation, Kontakt, Deklaration) vorgeschlagen, innerhalb derer sich wiederum anhand kontextueller (situative bzw. mediale Kommunikationsform, gesellschaftlicher Handlungsbereich) und thematisch-struktureller (Art des Textthemas, Form der thematischen Entfaltung) Kriterien einzelne Textsorten unterscheiden lassen (vgl. Brinker/Cölfen/Pappert 2014: 140–146). Dieses vorwiegend textextern motivierte Klassifizierungsraster ist zwar relativ grob und dadurch auch teilweise vereinfachend, aufgrund seiner klaren Struktur und Hierarchisierung der Kriterien aber transparenter und anwendungsfreundlicher als kleinteiligere Merkmalskataloge, wie sie andere integrative Ansätze (z.B. Sandig 1972) vorschlugen. Die Analyse der sprachlich-strukturellen Gestaltung von Texten ist dabei weniger für die Unterscheidung als vielmehr für die Beschreibung der einzelnen Textsorten (-muster) relevant (vgl. Brinker/Cölfen/Pappert 2014: 146f; siehe dazu [3.3.2.2](#)).⁵⁰

Obwohl auch die hier im Fokus stehenden institutionellen Websites entsprechend der eingangs erwähnten Grundannahme schon

50 Entsprechend orientieren sich existierende Arbeiten zur Klassifizierung und Beschreibung von Textsorten im WWW (z.B. Bittner 2003; Huber 2003; Jakobs 2004; Jakobs/Lehnen 2005; Meier-Schuegraf 2006; Rehm 2007) meist in ähnlicher Weise vor allem an funktionalen und thematisch-inhaltlichen Merkmalen. Im Gegensatz dazu stützen sich Ansätze im Rahmen der vor allem im angloamerikanischen Raum vertretenen, computerlinguistisch orientierten Genre-Theory (z.B. Shepherd/Watters 1998; Rosso 2005; Mehler/Sharoff/Santini 2010) neben Funktion und Inhalt tendenziell stärker auf die (Oberflächen-) Form und sind insgesamt deutlich heterogener und auch terminologisch uneinheitlicher als die im deutschen Sprachraum etablierte Textsortenlinguistik (siehe dazu Rehm 2007: 46–52, 125–161), sie werden daher hier nicht berücksichtigt.

aufgrund ihrer kontextuell motivierten informativ-appellativen Gesamtintention und ihres Rahmenthemas (Selbstdarstellung der textproduzierenden Institution; vgl. 2.1) als ganzheitlich intentionale, thematisch-funktional kohärente Texte begriffen werden können, ist ihre Textualität andererseits im Sinne der o.g., sich letztlich nach wie vor eng an ‚klassischen‘ (Print-) Texten orientierenden Definitionen und Kriterien umstritten: In dem Maße, in dem Websites ihre Gestaltungspotenziale in den Bereichen Nichtlinearität, Bidirektionalität und Multimodalität ausleben und damit immer weniger der Vorstellung ‚klassischer‘ Texte im Sinne abgeschlossener, sprachlich erzeugter Produkte entsprechen, sondern lebendige, in verschiedener Hinsicht entgrenzte Kommunikationsplattformen darstellen (vgl. 2.2.4), treffen diese auf sie nicht zu. So sind beispielsweise gerade die Modularisiertheit der Inhalte einerseits und die unscharfen Grenzen des Gesamttextes ‚Website‘ im WWW andererseits, die Möglichkeiten der Beeinflussung der Textperformanz sowie der funktionale Einsatz para- und nonverbaler Gestaltungselemente, die das Zeichensystem ‚Sprache‘ in den Hintergrund treten lassen können, Gründe dafür, dass De Beaugrande/Dresslers (1981) Textualitätskriterium ‚Kohäsion‘ im strengen Sinne grammatisch-syntaktischer Textoberflächenstrukturen auf der Makroebene des Gesamttextes ‚Website‘ nicht erfüllt ist. Obwohl die übrigen sechs Kriterien zutreffen und auch die „REGULATIVE[N] PRINZIPIEN [...], die die Text-Kommunikation nicht definieren, sondern kontrollieren“ (De Beaugrande/Dressler 1981: 14) – Effizienz, Effektivität und Angemessenheit – in ähnlicher Weise explizit auch für Websites postuliert werden (vgl. Hahn 2015: 119⁵¹), haben sie, De Beaugrande/Dresslers (1981) Ansatz folgend, mangels Kohäsion auf Makroebene letztlich keinen Textcharakter (vgl. Eckkrammer/Eder 2000: 39).⁵² Nicht zuletzt aber, da das Kriterium ‚Kohäsion‘ auch bei vielen anderen, gerade konzeptionell nichtlinearen Texten (z.B. Zeitung) nicht erfüllt und daher grundsätzlich strittig ist, wird häufig die Ansicht

51 Konkret nennt Hahn (2015: 119) ‚Effektivität‘, ‚Effizienz‘ und ‚Zufriedenheit‘ als Kriterien der Benutzerfreundlichkeit.

52 Das Zutreffen der Textualitätskriterien auf Websites bzw. Hypertexte im Allgemeinen diskutieren z.B. Schütte (2004: 99–120) und Rehm (2007: 76–86).

vertreten, dass dem satzübergreifenden semantisch-kognitiven Textzusammenhang, der nicht immer explizit an der Textoberfläche sichtbar sein muss, eine ungleich größere Bedeutung zukommt (vgl. z.B. Vater 2001: 53f) bzw. „Kohäsion als Spezialfall von Kohärenz (als durch grammatische Mittel gestiftete Kohärenz)“ (Storrer 2003: 276) aufgefasst werden kann.⁵³ Der Anspruch, anhand bestimmter Kriterien eine scharfe Grenze zwischen Texten und Nicht-Texten ziehen zu können, wird somit auch unabhängig von ihrer Anwendbarkeit auf Texte im WWW immer wieder kritisiert (z.B. Sandig 2000: 93; Storrer 2000: 235; Vater 2001: 52ff; Heinemann 2008: 137f). Gerade die Diskussion um das sich auf die sprachliche Oberflächenstruktur beziehende Textualitätskriterium ‚Kohäsion‘ macht außerdem deutlich, dass ein konsequent pragmatisch-kommunikatives Verständnis von ‚Text‘ vor dem Hintergrund der medienübergreifend zunehmenden (vgl. Antos 2002: 187), vor allem aber im WWW ausgeprägten, funktionalen und nicht zuletzt operativ kohärenzbildenden Multimodalität (vgl. 2.2.3) nicht mehr auf eine „begrenzte Folge von sprachlichen Zeichen“ (Brinker/Cölfen/Pappert 2014: 17) reduziert werden kann, sondern einen semiotisch erweiterten Textbegriff erfordert, der „Texte [...] als Komplexe von Zeichen verschiedener Zeichenvorräte betrachtet“ (Fix 2001: 118; siehe dazu z.B. Fix/Adamzik/Antos/Klemm 2002; Eckkrammer/Held 2006).

Auch wenn pragmatisch-kommunikative Textauffassungen den Instrumentcharakter von Texten im Rahmen eines außersprachlichen Handlungszusammenhangs hervorheben und dadurch grundsätzlich weniger auf ihre interne Struktur als auf ihre kommunikative Funktionalität abzielen, bleiben sie in Form der o.g. Definition und insbesondere der Textualitätskriterien, wie sie De Beaugrande/Dressler (1981) vertreten, letztlich eng an einer ‚klassischen‘ Vorstellung von ‚Text‘ verhaftet. Eine vielversprechende Alternative hierzu stellt ein prototypisches

53 Schmitz (2003: 261) geht den umgekehrten Weg und vertritt ein erweitertes Verständnis von Kohäsion im Sinne von Oberflächenstrukturen nicht nur sprachlicher, sondern sämtlicher Gestaltungselemente, welche „Kohärenzbildungs- (also Verstehens-) Prozesse“ steuern. Diesem Ansatz folgend wären beispielsweise die für Websites typischen Querverweise (Links) als Mittel zur Kohäsionsbildung zu verstehen, welche wiederum Kohärenz erzeugen.

Textverständnis dar, das nicht auf Abgrenzung, sondern Schwerpunktsetzung beruht, und so auch dem weniger typischen Text ‚Website‘ und seinen Spezifika gerecht werden kann.⁵⁴

2.3.2 ‚Text‘ als prototypische Kategorie⁵⁵

Aufbauend auf einem pragmatisch-kommunikativen Textverständnis beschäftigt sich die kognitiv orientierte Textlinguistik mit der Rolle von „mentalen und kognitiven Strukturen und Prozessen“ (Fries 2005: 326), insbesondere der Strukturierung und Aktualisierung von Wissen und Erfahrungen bei Textproduktion und -rezeption (siehe dazu z.B. Schwarz 1992; Figge 2000; Heinemann/Heinemann 2002: 121–193) und rückt damit De Beaugrande/Dresslers (1981: 8ff) „*verwender-zentrierte*“ Textualitätskriterien ‚Intentionalität‘ und ‚Akzeptabilität‘ in den Vordergrund (vgl. Schirnhofner 2010: 27). Somit erweitert sich der bisher auf dem abgeschlossenen Kommunikationsprodukt ‚Text‘ liegende Fokus auf den Kommunikationsprozess zwischen Sender bzw. Produzent und Empfänger bzw. Rezipient, genauer: „die prozessualen Aspekte der Textkonstitution und der Textverarbeitung (Strategien, Einstellungen, Perspektiven, Muster, Verständlichkeit ...)“ (Heinemann/Heinemann 2002: 246), wobei – im Gegensatz zu produktionsorientierten sprechakttheoretischen Ansätzen (vgl. Feilke 2000: 75) – gerade die mentalen Vorgänge der Textrezeption als entscheidend für textualitätstiftende Sinn- bzw. Kohärenzbildung angesehen werden (vgl. z.B. Schwarz 1992: 159f; Püschel 1997: 28f; vgl. Schirnhofner 2010: 26–29). Eine wichtige Rolle für die Strukturierung und Aktualisierung von sprachlichem Wissen und damit für das Verstehen von konkreten Texten wird dabei situations- bzw. kontextbezogenen Vorstellungen wie z.B. Schemata,

⁵⁴ So resümiert auch Vater (2001: 21):

Die Auffassung von Text als (rein syntaktisch zu definierende) Einheit der Grammatik wie bei Harweg (1968) [...] hat sich als nicht haltbar erwiesen [...]. Die pragmatische Auffassung von Text als Einheit der sprachlichen Kommunikation sieht Brinker (1991) mit Recht als Fortschritt an, doch ist auch ihr keine allseits zufriedenstellende Textbestimmung gelungen. Eine klare Grenzziehung zwischen Texten und Nicht-Texten ist offenbar unmöglich [...]. Am aussichtsreichen erscheint mir eine Textbestimmung mit Hilfe der Prototypentheorie [...].

⁵⁵ Vorüberlegungen dazu in Zankl (2016: 78f).

Scripts oder Frames (vgl. De Beaugrande/Dressler 1981: 95f) beigemessen (vgl. Schmid 1998: 20; Figge 2000: 97).

Die Erforschung und Beschreibung von kognitiven Konzepten bzw. ‚Kategorien‘ (vgl. Sandig 2008: 1107f) verschiedenster Art erfolgt im Rahmen der kognitiven Prototypentheorie durch die Konstruktion bzw. Verifizierung von Prototypen im Sinne von Bündel von Merkmalen, die Rezipienten für eine bestimmte Kategorie als typisch (‚prototypisch‘) empfinden und an denen sie ihre Einschätzung anderer Vertreter der Kategorie orientieren (vgl. Rehbock 2005: 519).⁵⁶ Die interne Struktur von Kategorien wird dabei in Anlehnung an Wittgensteins (1953: 32ff) Begriff der ‚Familienähnlichkeit‘ als graduell begriffen (z.B. Rosch/Mervis 1975; vgl. Schmid 1998: 10): Während die prototypischen, allgemein erwarteten Merkmale als ‚zentral‘ für eine Kategorie gelten, kann sie darüber hinaus auch weitere, ‚periphere‘ Merkmale umfassen, so dass die Grenzen einer Kategorie nach außen nicht scharf sind, sondern Grauzonen aufweisen und fließende Übergänge zu anderen Kategorien zulassen.⁵⁷ In vertikaler Hinsicht lässt sich hingegen eine hierarchische Abstufung nach Abstraktionsgrad bzw. Anzahl und Prototypikalität der Merkmale feststellen. So weisen Begriffe der sog. Basiskategorie grundsätzlich die meisten und wichtigsten prototypischen Merkmale auf und werden daher als „zwar abstrakte, aber dennoch gestalthafte Einheiten [...] am frühesten gelernt, am schnellsten erkannt und am leichtesten verarbeitet“ (Rehbock 2005: 519, z.B. ‚Vogel‘; vgl. Schmid 1998: 23ff), wohingegen Begriffe der Oberkategorie aufgrund von weniger Merkmalen deutlich abstrakter und dadurch weniger greifbar sind (z.B. ‚Tier‘), Begriffe von Unterkategorien hingegen aufgrund von mehr Merkmalen deutlich spezifischer und dadurch sehr eng gefasst (z.B. ‚Rotkehlchen‘) (vgl. Rosch/Mervis 1975: 586f). Erklärt werden kann diese

56 Maßgeblich etabliert wurde die Prototypentheorie durch Roschs an Berlin/Kay (1969) anknüpfende prototypensemantische Studien zur Wahrnehmung von Farben (z.B. [Rosch] Heider 1972) und später anderer semantischer Kategorien (vgl. Schmid 1998: 9f; Rehbock 2005: 519; siehe dazu z.B. Rosch 1977; Mangasser-Wahl 1996, 2000).

57 Demgegenüber sieht Wittgensteins (1953: 32ff) Begriff der ‚Familienähnlichkeit‘ allerdings nicht zwingend eine allen Vertretern gemeinsame Schnittmenge an Merkmalen vor, er ist also nicht mit Prototypikalität gleichzusetzen.

Form der mentalen Kategorisierung ebenso wie die o.g. situations- bzw. kontextbezogenen Vorstellungen (Schemata, Scripts, Frames) vor allem durch das Streben nach kognitiver Effizienz in der Kommunikation, welche insbesondere auf der prototypischen Basisebene einer Kategorie gegeben ist:

Die Kategorisierung der Welt dient v.a. dem Zweck einer schnelleren und leichteren Orientierung im Alltag, ebenso dient die kognitive Referenz auf Prototypen der Effektivitätssteigerung. Prototypen haben somit die Funktion einer „kognitiven Abkürzung“ (Mangasser-Wahl 1996: 94).

Die kognitive Prototypentheorie ermöglicht damit eine Beschreibung mentaler Kategorien anhand von Bündeln rezipientenseitig erwarteter Merkmale, deren Gewichtung aber grundsätzlich gruppenspezifisch (z.B. kulturbedingt; vgl. Lakoff 1987: 38) in den Vorstellungen der Rezipienten variieren kann. Grundsätzlich erinnert die Idee, Kategorien als Merkmalsbündel zu beschreiben, an die strukturelle Linguistik, die Systemelemente anhand bestimmter Merkmale charakterisiert und einander in funktionalen Oppositionen gegenüberstellt. Der Prototypenansatz ist allerdings deutlich flexibler, da er die Merkmalsbündel nicht im Rahmen eines exklusiven Systems quantitativ festlegt und durch Differenzmerkmale distinktiv voneinander abgrenzt, sondern Unschärfen und dynamische Entwicklungen zulässt. In ähnlich offener bzw. ‚geöffneter‘ Weise erklären z.B. die Funktionalstilistik und Zentrum-Peripherie-Konzepte der Prager Schule, die Sprache als funktionales und daher ungleichmäßiges System verstehen (vgl. Brdar-Szabó/Brdar 2000: 139–144; siehe dazu auch 3.3.1.3), sowie varietätenlinguistische Konzepte die funktions-, situations- und kontextabhängige Auswahl konkreter Elemente aus dem Gesamtsystem ‚Gemeinsprache‘. Die prototypentheoretische Definition linguistischer Kategorien kann somit im weiteren Sinne als integratives Bindeglied zwischen struktur- bzw. systemorientierten Ansätzen, die konkrete, exklusive Merkmalsbeschreibungen in den Vordergrund stellen, und pragmatisch-kommunikativen Auffassungen, die wie die Soziolinguistik vor allem auf die funktionalen, situativen und kontextuellen

Voraussetzungen ihrer Realisierung bzw. der ganzheitlichen Textperformanz abstellen, gesehen werden.

Obwohl das Prototypenkonzept ursprünglich vor allem auf die empirische Erforschung semantischer Kategorien ausgerichtet war, konnten spätere Arbeiten (z.B. Lakoff 1987) zeigen, dass auch Kategorien anderer sprachlicher Ebenen prototypische Strukturen aufweisen (vgl. Schmid 1998: 12f; Rehbock 2005: 519). Entsprechend begreift Sandig (2000, 2006) ‚Text‘ als prototypische Kategorie mit verschiedenen zentralen, aber nicht zwingend obligatorischen Merkmalen und vertritt damit in Weiterentwicklung zu früheren pragmatisch-kommunikativen Definitionen wie insbesondere De Beaugrande/Dressler (1981) ein Textverständnis, das nicht auf Abgrenzung, sondern Schwerpunktsetzung beruht (vgl. Storrer 2008: 323f):

Ein Text hat typischerweise folgende Eigenschaften: Er ist sprachlich, monologisch und schriftlich fixiert, er hat ein Thema, besteht aus mehreren Sätzen, diese sind untereinander verknüpft und bilden einen sinnvollen Zusammenhang; er ist in der Regel irgendwie individuell. Ein Text hat eine Funktion [...]; mehr am Rande: ein Text ist irgendwie abgeschlossen und in eine Reihenfolge gebracht (Sandig 2006: 310).

Auch hier – und, noch mehr an De Beaugrande/Dresslers (1981) Terminologie orientiert, bei Sandig (2000: 94–99) – werden also zwar bestimmte Textualitätsmerkmale benannt, der prototypentheoretische Ansatz lässt bei der Beurteilung von konkreten Texten anhand dieser Merkmale aber Grauzonen und fließende Übergänge zu: Auch Texte, die nicht alle prototypischen Merkmale aufweisen, können als (ggf. weniger typische bzw. repräsentative) Vertreter der Kategorie ‚Text‘ gesehen werden. Als gewichtigstes prototypisches Merkmal bestimmt Sandig (2000: 99) wie Brinker/Cölfen/Pappert (2014) die Textfunktion.⁵⁸ Aus diesem Funktionalitätsanspruch ergibt sich auch, dass das

⁵⁸ Ebenso wie Brinker/Cölfen/Pappert (2014: 98ff) geht Sandig (2000: 99) davon aus, dass die Textfunktion anhand des Textmaterials und/oder situativer Faktoren, d.h. kontextuell bestimmt werden kann, bei Uneindeutigkeit der Textfunktion komme dem Thema mehr Gewicht zu.

prototypische Merkmalsbündel ‚Text‘ im Ganzen nicht statisch sein kann, sondern sich neuen Anforderungen und Möglichkeiten entsprechend diachron weiterentwickeln, d.h. durch weitere/veränderte Merkmale oder Gewichtungen an neue Entwicklungen, z.B. in Richtung Multimodalität, anpassen können muss. Darüber hinaus erlaubt die Annahme vertikaler Kategorienhierarchien, der Bedeutung, die dem außersprachlichen Kontext für Textproduktion und -rezeption im Rahmen eines pragmatisch-kommunikativen Textverständnisses zukommt (siehe 2.3.1), auch synchron Rechnung zu tragen: In diesem Rahmen kann ‚Text‘ als abstrakte Oberkategorie begriffen werden, innerhalb derer sich – wie z.B. nach Brinker/Cölfen/Pappert (2014) funktional, kontextuell und thematisch-strukturell bedingt – verschiedene Textsorten als Basiskategorien mit entsprechend prototypischen Textmerkmalen und -mustern im Sinne von „Handlungsmittel[n] zur Lösung gesellschaftlicher Standardprobleme“ (Sandig 2000: 102) unterscheiden lassen (vgl. Sandig 2000: 101f).

Ein prototypisches Verständnis von ‚Text‘ als gradiertes Merkmalsbündel mit ganzheitlich intentional semiotischem Handlungscharakter bietet damit auch einen geeigneten Rahmen für die Beschreibung von Websites: Dieser Ansatz ist offen genug, um nicht nur auf einem an ‚klassischen‘, d.h. linear, monodirektional und monomodal verbal konzipierten Texten orientierten Textverständnis entsprechende, sondern auch auf konzeptionell nichtlineare, bidirektionale und multimodale Texte angewendet werden zu können. So schränken auch Brinker/Cölfen/Pappert (2014: 18) die Gültigkeit ihrer o.g. Definition von ‚Text‘ (siehe 2.3.1) auf prototypische Texte ein und weisen darauf hin, dass gerade Texte im Medium WWW neue Eigenschaften in den Bereichen ‚Abgeschlossenheit‘, ‚Linearität‘, ‚Multikodalität/Multimedialität‘ und ‚Monolog/Dialog‘ aufweisen (Brinker/Cölfen/Pappert 2014: 20ff).⁵⁹ Dabei erlaubt ein prototypisches Verständnis von ‚Text‘ außerdem, die o.g. medienspezifisch miteinander verknüpften Gestaltungspotenziale nicht nur zu ‚dulden‘, sondern auch, ihre kon-

59 Storrer (2008: 324–328) diskutiert die nach Sandig (2006: 310) typischen Texteseigenschaften und kommt zu dem Schluss, dass die meisten nicht oder nicht eindeutig auf Hypertexte zutreffen.

krete Umsetzung im Rahmen eigener, anhand textexterner Kriterien klassifizierter Textsorten (Basiskategorien) als ‚Textsortenmuster‘ zu beschreiben.

Vor dem Hintergrund ihrer Einordnung als institutionelle Websites mit einer kontextuell indizierten Textfunktion zwischen Information und Appell sowie ihrer entsprechend typischerweise einheitlichen kontextuellen (mediale Kommunikationsform: WWW, Handlungsbereich: Hochschulbereich) und thematisch-strukturellen (Textthema: textproduzierende Hochschule, Form der thematischen Entfaltung: deskriptiv/argumentativ) Merkmale können Hochschulwebsites, der Untersuchungsgegenstand dieser Arbeit, nach Brinker/Cölfen/Pappert (2014) als eigene Textsorte begriffen und die rezipientenseitig prototypische Vorstellung ihrer Performanz im Russischen anhand bestimmter Textmerkmale und -muster, die zwar nicht immer alle zwingend realisiert werden müssen, aber einen idealtypischen und damit für Textproduktion und -rezeption implizit handlungsorientierenden Charakter haben, mit textlinguistischen Begriffen und Methoden greif- und vergleichbar gemacht werden.

2.3.3 Fazit

Obwohl pragmatisch-kommunikative Ansätze ‚Text‘ als Handlungsinstrument begreifen, das im Rahmen eines außersprachlichen Kontexts eine kommunikative Intention verfolgt, und dadurch seine Zweckmäßigkeit für den kommunikativen Alltag im Sinne eines Vermittlungsglieds zwischen Sprache und Wirklichkeit in den Mittelpunkt rücken, orientieren sich entsprechende Textdefinitionen stark an einem ‚klassischen‘ Erscheinungsbild von ‚Text‘, wie es typische Texte bzw. Textsorten in Printmedien aufweisen. Um den besonderen konzeptionellen Möglichkeiten und Gestaltungspotenzialen von Websites gerecht werden und diese hinsichtlich der eingangs genannten Thesen untersuchen zu können, legt sich diese Arbeit ein grundsätzlich pragmatisch-kommunikatives, aber prototypentheoretisch erweitertes bzw. flexibilisiertes Textverständnis zugrunde: ‚Text‘ wird hier verstanden als thematisch-funktional kohärentes Kommunikationsmittel, das vor dem Hintergrund des außersprachlichen Kontextes seiner Produktion

und Rezeption eine bestimmte Intention verfolgt. Seine Binnenstruktur wird mit Sandig (2000, 2006) als prototypische Kategorie mit zentralen und peripheren Merkmalen begriffen, die im Ganzen nicht statisch ist, sondern sich diachron entwickeln und so durch veränderte Merkmale oder Gewichtungen an neue Anforderungen funktional anpassen kann. Da die Annahme vertikaler Kategorienhierarchien in der Prototypentheorie erlaubt, innerhalb der abstrakten Oberkategorie ‚Text‘ synchron verschiedene Basiskategorien zu unterscheiden und ihre jeweils spezifischen Performanzmuster anhand konkreter prototypischer Merkmale zu beschreiben, ermöglicht dieses Textverständnis einen flexiblen und zugleich gut operationalisierbaren Brückenschlag zwischen Funktion und Form, der auch auf weniger ‚klassische‘ Texte wie Websites angewendet werden kann: Es erlaubt, Websites auf der Ebene funktional, kontextuell und thematisch definierter Textsorten – hier: Hochschulwebsites – als Prototypen im Sinne ganzheitlich intentionaler Merkmalsbündel-in-Funktion zu begreifen, die vor dem Hintergrund ihres spezifischen Handlungskontextes adäquate prototypische, d.h. rezipientenseitig erwartete Gestaltungsmerkmale und -muster aufweisen.⁶⁰

Die Website im computer- bzw. softwarebasierten Massenmedium WWW ist eines der inzwischen wichtigsten Informations- und Selbstmarketing-Instrumente von Institutionen inmitten von Interessenten, Mitarbeitern, Wettbewerbern und der allgemeinen Öffentlichkeit. Als Hypertexte weisen Websites zwar keine gänzlich neuen, aber in ihrer Gesamtheit sehr spezifische, vergleichsweise ‚untypische‘ Gestaltungspotenziale in den Bereichen ‚Nichtlinearität‘, ‚Bidirektionalität‘ und ‚Multimodalität‘ auf. In Anlehnung an Koch/Oesterreicher (1994) können Nichtlinearität, Bidirektionalität und Multimodalität als konzeptionelle Eigenschaften von Texten bzw. Textsorten gesehen werden, welche angesichts gängiger pragmatisch-kommunikativer Textdefinitionen, die sich vor allem an ‚klassischen‘ Printtexten orientieren, Gegenpole zur konzeptionellen Linearität, Monodirektionalität und

60 So merkt auch Rehm (2007: 428) an, dass bei der „Hypertextsorte *Webauftritt einer Universität* [...] streng genommen [...] von einer Protohypertextsorte die Rede sein“ müsste.

sprachlichen Monomodalität ‚klassischer‘ Texte darstellen. Koch/Oesterreichers (1994: 587f) Vorstellung, dass sich gegensätzliche konzeptionelle Anlagen nicht dichotomisch, sondern als Endpunkte eines Kontinuums gegenüberstehen, in das sich einzelne ‚Äußerungsformen‘ einordnen lassen, ist dabei gut mit der Idee von Textsorten als Prototypen vereinbar und erlaubt, diachrone Entwicklungen von Prototypen innerhalb der entsprechenden Kategorien – hier: Sequenziertheit, Direktionalität, Modalität – und dadurch letztlich ihre Entwicklung im Ganzen anhand konkreter Kriterien zu beschreiben. Die ganzheitliche Berücksichtigung des Kommunikationsprozesses zwischen Textproduzent und -rezipient und gerade die Fokussierung der rezipientenseitigen Wahrnehmung im Rahmen der kognitionslinguistischen Prototypentheorie bietet darüber hinaus einen vielversprechenden Rahmen, um die Wirkung von konkreten Texten vor dem Hintergrund rezipientenseitiger Erwartungen zu untersuchen.

So lenkt das Erkenntnisinteresse dieser Arbeit – Textperformanz und Textwirkung im WWW im Spannungsfeld zwischen Wandel und Konvention – nun den Blick weg von den grundsätzlichen Gestaltungsmöglichkeiten und -potenzialen von Texten im WWW hin zur tatsächlichen, konkreten Website-Performanz. Aufbauend auf dem in diesem Kapitel vorgestellten textlinguistischen Rahmen wird im Folgenden ein Zugang vorgestellt, mithilfe dessen sich die Untersuchung der Entwicklung und der Wirkung der Textperformanz im WWW theoretisch einordnen und methodisch umsetzen lässt.

3 Website-Performanz und -Wirkung – ein stilistischer Zugang⁶¹

Ausgehend von einem Textbegriff, der den Charakteristika von Websites gerecht wird und ermöglicht, diese synchron anhand bestimmter Merkmale zu beschreiben, steht in diesem Kapitel die konkrete Website-Performanz als kommunikativ-integrative Vermittlungsinstanz zwischen Textproduzent und -rezipient im Mittelpunkt. Unter ‚Textperformanz‘ bzw. ‚Website-Performanz‘ wird hier, wie eingangs bereits erwähnt (vgl. 1), die konkrete materielle Textpräsentation (Manifestation, Realisierung, Lokution, Oberfläche) im Sinne der „Art und Weise, wie Inhalt/Intention wahrnehmbar gemacht ist“ (Rothkegel 2001: 81), verstanden, die – in einem weiteren Sinne auf Textebene vergleichbar mit der strukturalistischen Dichotomie ‚System – Rede‘ (siehe dazu 3.3.1) – den grundsätzlichen konzeptionellen Potenzialen von Texten gegenübersteht.⁶² Dabei gilt es zum einen, das Verhältnis zwischen den grundsätzlichen Möglichkeiten der Textgestaltung, etablierten Konventionen und der tatsächlichen, konventionellen oder individuellen Textperformanz näher zu beleuchten, und zum anderen, die Wirkung letzterer theoriebasiert greifbar zu machen.

Eine Disziplin, die sich traditionell mit der Art und Weise der Textperformanz und ihrer Wirkung unter Berücksichtigung etwaiger Konventionen und Erwartungen beschäftigt, ist die Stilistik (siehe dazu auch Feilke/Linke 2009: 5ff). Im Gegensatz zur Textlinguistik, die die grundsätzlichen Wesensmerkmale der Kategorie ‚Text‘, ihre Klassifizierung in Textsorten usw. fokussiert, untersucht die (Text-) Stilistik – in diesem Sinne als Teildisziplin der (Text-) Linguistik – die individuelle materielle Umsetzung dieser abstrakten Eigenschaften im Rahmen konkreter Texte (‚Wie?‘) und ihren Mitteilungswert (‚Was?‘) vor

61 Vorüberlegungen dazu in Zankl (2013: 55f, 2014: 156f).

62 Die Begriffe ‚Oberfläche‘ und ‚Performanz‘ und ihr Erklärungspotenzial hinsichtlich der „Spannungsfelder [...] Repräsentation und Konstruktion, Typik und Kontrast, Materialität und Iteration, Stabilisierung und Dynamisierung“ (Feilke/Linke 2009: 11) sind seit einigen letzten Jahren verstärkt in den Fokus linguistischer Forschungsinteressen getreten (vgl. Heinemann 2008: 138; Feilke/Linke 2009: 9ff; Fix 2014: 25ff; siehe dazu auch Linke/Feilke 2009).

dem Hintergrund verschiedentlich definierter Regeln, Konventionen oder Muster (vgl. Fix/Poethe/Yos 2003: 26ff). Abgesehen von dieser groben Eingrenzung des Untersuchungsgegenstands der Stilistik kann man jedoch weniger noch als bei der Kategorie ‚Text‘ von einem einheitlichen Begriff von ‚Stil‘ sprechen (siehe dazu auch Sanders 2003). Vielmehr existieren je nach Theoriegrundlage zahlreiche verschiedene Stilauffassungen nebeneinander, deren bekannteste sich chronologisch, d.h. nach der Zeit ihres Aufkommens, etwa wie folgt anführen lassen: Stil als Schmuck der Rede im Sinne der *elocutio* (dt. ‚Ausdruck‘, ‚sprachliche Ausarbeitung‘) im Rahmen der antiken Rhetorik (siehe dazu z.B. Nöth 2000: 394ff), Stil als ästhetischer Ausdruck des Individuellen im Rahmen der Literaturwissenschaft (z.B. Spitzer 1928), Stil als Abweichung von einer erwarteten Textstruktur, deren Entstehen entweder bei der Textproduktion (z.B. Enkvist 1972) oder der -rezeption (z.B. Riffaterre 1973) angesiedelt wird, im Rahmen strukturalistischer Ansätze, Stil als situativ-funktionales Muster im Rahmen der Funktionalstilistik (z.B. Havránek 1976 [1932], 1976 [1942]), Stil als gruppenspezifisch sozial-expressive Ausdrucksweise im Rahmen der Soziolinguistik (z.B. Dittmar 1989; Kallmeyer 1994), Stil als pragmatisch-kommunikative Textqualität im Rahmen der Pragmatishtilistik (z.B. Sandig 2006), Stil als Kontextualisierungsmittel im Rahmen der interaktionalen Stilistik (z.B. Selting 1997) (vgl. Fix/Poethe/Yos 2003: 28–33; Heinemann 2009: 1611f). Die große Vielfalt des Stilbegriffs ist letztlich aber nicht nur auf verschiedene linguistische Rahmentheorien zurückzuführen, sondern auch auf seine teils neutral, teils normativ wertende Verwendung in diversen mehr oder weniger verwandten Disziplinen wie Literaturwissenschaft, Kunst und Architektur bis hin zu Sport, Management usw., sowie in der Alltagssprache.

Im Folgenden wird ein Stilkonzept zur Untersuchung der Wirkung der Textperformanz im WWW unter Berücksichtigung etwaiger (Muster-) Erwartungen der Rezipienten erarbeitet, das sich in den in [Kapitel 2](#) abgesteckten pragmatisch-kommunikativen, prototypentheoretisch erweiterten Rahmen fügt und damit den durch den Untersuchungsgegenstand und das Erkenntnisinteresse dieser Arbeit gegebenen Anforderungen entspricht.

3.1 Website-Performanz als Stil: Forschungsstand und Anforderungsprofil

Während sich die Textlinguistik spätestens ab dem Jahr 2000 intensiv mit Texten im WWW und ihren Potenzialen beschäftigt hat (vgl. 2.2), sind diese aus stilistischer Perspektive weitaus seltener beleuchtet worden. Die wenigen existenten Arbeiten zum Stil von Texten im WWW sind zudem sehr unterschiedlich motiviert: Während gerade (frühe) hypertextlinguistisch fundierte Ansätze (z.B. Storrer 2001b, 2009) die medienspezifischen Voraussetzungen und Möglichkeiten der Textproduktion in den Vordergrund stellen und daraus Empfehlungen für die Praxis der Website-Gestaltung, beispielsweise im Bereich der Modularisierung und Verknüpfung von Inhalten, ableiten, und dadurch einen normativ-präskriptiven, (hypertext-) rhetorischen⁶³ Charakter haben, dient die Stilistik andererseits vereinzelt als theoretischer Rahmen für u.a. kultur- und/oder medienkontrastive deskriptive Untersuchungen (z.B. Zhao 2008; Schröder 2013), wobei sich das Verständnis von Stil auf textsortenspezifische Muster und damit auch hier auf Aspekte der Textproduktion beschränkt.⁶⁴ Die rezeptionsseitige Stilwirkung im WWW wurde bislang – abgesehen von wenigen Erwähnungen (z.B. Rothkegel 2001: 83f) – ebenso wie in der stilistischen Textanalyse generell (vgl. Spillner 2009: 1762) vernachlässigt. Dass ‚Stil im WWW‘ insgesamt nach wie vor ein Forschungsdesiderat der Linguistik ist, zeigen auch jüngste einschlägige Publikationen z.B. im Bereich der Slavistik, die sich allerdings auf sprachstilistische Spezifika der Kommunikation im WWW konzentrieren (z.B. Tošović/Wonisch 2016).

Im Gegensatz zu diesen bisherigen Ansätzen soll Stil im Rahmen dieser Arbeit als theoretisches Konzept dienen, das die konkrete Website-Performanz als kommunikativ-integrative Vermittlungsinstanz

63 Daneben gibt es auch Arbeiten, die sich explizit aus rhetorischer Perspektive mit Texten im WWW beschäftigen (z.B. Knappe 2005; Küpper 2008).

64 Speziell sprachstilistische Untersuchungen fokussieren meist Formen der computervermittelten Kommunikation wie z.B. Chats, soziale Netzwerke oder Weblogs (z.B. Storrer 2013; Wenz 2017), die auch aus sozio- und varietätenlinguistischer Perspektive unter dem Aspekt ‚Mündlichkeit – Schriftlichkeit‘ diskutiert werden (z.B. Androutsopoulos 2007; Dürscheid/Brommer 2009; vgl. 2.2.2), sie sind hier nicht relevant.

zwischen Textproduzent und -rezipient begreift und ermöglicht, diese hinsichtlich ihrer Entwicklung und Wirkung zu untersuchen. Die damit einhergehenden spezifischen und eng miteinander verbundenen Anforderungen an ein geeignetes Stilverständnis werden nachfolgend beschrieben.

Stil als Textphänomen

Um die Art und Weise der Website-Performanz adäquat beschreiben zu können, muss das Konzept ‚Stil‘ die Besonderheiten von potenziell ausgeprägt nichtlinear, interaktiv/bidirektional und multimodal gestalteten Texten in ihrer intentionalen Ganzheit erfassen und gleichzeitig anhand konkreter Merkmale greifbar machen können. Das hier vertretene Stilverständnis bezieht sich daher entsprechend dem aktuellen Forschungskonsens, der Stil als Textphänomen begreift, das erst durch das interaktionale semiotische Zusammenwirken nicht nur sprachlicher, sondern aller Gestaltungselemente eines Textes entsteht (vgl. Fix 2001: 118; Sandig 2006: 55) und entsprechend nur im Zusammenhang des Textganzen analysiert werden kann (vgl. Fix/Poethe/Yos 2003: 26f; Sandig 2006: 3ff; siehe dazu auch z.B. Püschel 2000; Heinemann 2009), auf die Textebene, basiert dabei aber nicht auf einem ‚klassischen‘, sondern auf dem in 2.3 erarbeiteten Verständnis von ‚Text‘ als thematisch-funktional kohärentes kommunikatives Handlungsinstrument mit prototypischer Merkmalstruktur.

Stil als Performanzphänomen

Vor dem Hintergrund seiner Verhaftung an der Kategorie ‚Text‘ als kommunikatives Handlungsinstrument wird Stil hier als Performanzphänomen (vgl. Sandig 2006: 22) begriffen, das beschreibt, „wie ein Text im Hinblick auf seine Verwendung gestaltet ist“ (Sandig 2006: 5), und damit dem sprechakttheoretischen Begriff ‚Lokution‘ auf Textebene entspricht (vgl. Fix/Poethe/Yos 2003: 36). Es geht hier also um die tatsächliche, real manifestierte Art und Weise der Gestaltung von konkreten Texten und explizit nicht um ein überindividuelles, typisiertes oder normatives Verständnis von Stil als konventionelles (Handlungs-) Muster (z.B. wissenschaftlicher Stil, Behördenstil usw.) im Sinne eines Kompetenzphänomens (siehe dazu Spillner 1995: 66f;

Sandig 2006: 9f, 20f), letzteres wird hier vielmehr als Wissenshintergrund für Textproduktion und -rezeption verstanden (siehe dazu 3.3).

Stil als Kommunikationsphänomen

Der Anspruch, nicht nur die Entwicklung, sondern auch die Wirkung der Textperformanz im WWW untersuchen zu wollen, macht außerdem ein semiotisches Verständnis von Stil erforderlich, das den Bezug zur außersprachlichen Wirklichkeit und insbesondere den Kommunikationsteilnehmern, d.h. die pragmatische (Zeichen-) Dimension nach Morris (1988 [1938]: 52–57), betont (vgl. Nöth 2009: 1184): Die konkrete Art und Weise der Textgestaltung wird als zeichenhafte Qualität begriffen, die zusätzlich zum eigentlichen, ‚primären‘ inhaltlichen Aussagegehalt des Textes ‚sekundäre‘ Informationen über den außersprachlichen Kontext der Kommunikation (Textproduzent, Kommunikationsbereich usw.) portiert und vor dem Hintergrund der Erwartungen der Rezipienten eine entsprechende pragmatisch-kommunikative Wirkung auf diese ausübt (vgl. Fix/Poethe/Yos 2003: 27, 32; Sandig 2006: 19, 22f). Damit werden zwei Ebenen der semiotischen Qualität eines Textes unterschieden:

1. der primäre inhaltliche Aussagegehalt eines Textes, der sich aus der Bedeutung seiner einzelnen diskreten Elemente auf verschiedenen sprachlichen Ebenen (phonologisch, morpho-syntaktisch, lexikalisch) ergibt und – zumindest im Fall von Standardsprache⁶⁵ – auf objektive Kodifizierung zurückgeht, und
2. die sekundäre, ganzheitliche Wirkung der Textgestaltung bzw. des Textstils, die von den (inter-) subjektiven Erwartungen der Rezipienten abhängt.⁶⁶

Gerade die Charakterisierung des Textes ‚Website‘ als kommunikativ-integrative Vermittlungsinstanz zwischen Textproduzent und -rezipient spricht dabei dafür, die Entstehung von Stil nicht einseitig bei der Textproduktion oder -rezeption zu verorten, sondern die Website-Performanz als ganzheitliche ‚Gestalt‘ (vgl. Sandig 2008: 1109f; Abraham 2009) zu begreifen, der – weniger noch als Zeichenträgern

⁶⁵ Der Begriff ‚Standardsprache‘ wird in dieser Arbeit im Sinne Rehders (1995) verwendet.

⁶⁶ ‚Objektiv‘, ‚intersubjektiv‘ und ‚subjektiv‘ werden in dieser Arbeit als ‚individuenunabhängig‘, ‚individuengruppen-abhängig‘ und ‚individuenabhängig‘ verstanden.

kodifizierter Zeichensysteme (z.B. Sprache) – eine Bedeutung statisch anhaftet, sondern deren Zeichenhaftigkeit erst im konkreten Kommunikationsprozess zwischen Textproduzent und -rezipient dynamisch entstehen und wirksam werden kann (vgl. Spillner 1995: 69ff; siehe dazu 3.4): Die Wahl der konkreten Gestaltungselemente kann als intentionales bzw. bewusstes oder unbewusstes Informationsangebot des Textproduzenten begriffen werden, seine semiotische Interpretation und Wirkung – und damit letztlich sein Stilcharakter – ist jedoch abhängig von der Wahrnehmung des jeweiligen Textrezipienten (vgl. Spillner 1995: 72ff; Sandig 2006: 24) und seinen Erwartungen, die erfahrungsbedingt oder situativ-funktional geprägt sein können und z.B. gerade angesichts des hohen Usability-Anspruchs im WWW eine wichtige Rolle spielen.⁶⁷

In Anbetracht dieser grundsätzlichen Anforderungen – Textbezogenheit, Performanzorientierung und Wirkungsfokussierung – und der Tatsache, dass Stil als konkrete Art und Weise der Textperformanz mit dem hier vertretenen Textverständnis (vgl. 2.3) vereinbar sein muss, stellen gerade pragmatisch-kommunikative, kognitionslinguistisch erweiterte Stilauffassungen eine vielversprechende theoretische Ausgangsbasis zur Erarbeitung eines Konzepts dar, das es erlaubt, die konkrete Website-Performanz als Stil zu begreifen, und ermöglicht, diese hinsichtlich ihrer Entwicklung und insbesondere ihrer Wirkung zu untersuchen. Eine prominente Rolle nimmt hier Sandigs (2006) praxisorientierter textstilistischer Ansatz ein. Wenn auch die hier zitierte 2., völlig neu bearbeitete und erweiterte Auflage ihres Standardwerks „Stilistik der deutschen Sprache“ (1986) hinsichtlich der Begrifflichkeiten und ihrer theoretischen Fundierung mitunter sehr breit bzw. vielseitig ausgerichtet und daher nicht immer eindeutig ist, sind es gerade die im Folgenden herausgestellten Grundzüge von Sandigs Stilbegriff, die den o.g. Anforderungen gerecht werden.

⁶⁷ Zugrunde gelegt wird hier ein für die Zwecke dieser grundsätzlichen Überlegungen ausreichendes ‚rudimentäres‘ (vgl. Spillner 1995: 69) Kommunikationsmodell bestehend aus Textproduzent, Text (übertragen durch ein Medium, das sich wiederum eines oder mehrerer Kanäle bedient) und Textrezipient, wie es auch im Webdesign verwendet wird (vgl. Hahn 2015: 89f).

3.2 Stil als wirkungsvolle Textgestalt(-ung)-in-Relation⁶⁸

Aufbauend vor allem auf der handlungstheoretisch fundierten Textlinguistik, der kognitiven Linguistik sowie der ethnomethodologischen Konversationsanalyse vertritt Sandig (2006: 1) ein sehr breites Verständnis von Stil als „das WIE, die funktions- und situationsbezogene Variation der Verwendung von Sprache und anderen kommunikativ relevanten Zeichentypen“ auf Textebene, das sowohl Stil in der hier vertretenen Auffassung als Performanzphänomen als auch Stil als Phänomen konventioneller Musterkompetenz einschließt (vgl. Sandig 2006: 1f).

So definiert Sandig (2006: 3) Stil zunächst grundsätzlich als „die Art, wie Texte zu bestimmten kommunikativen Zwecken gestaltet sind“ und begreift ihn damit als eine nicht (nur) – wie beispielsweise die *elocutio* im Rahmen der antiken Rhetorik – dekorative, sondern funktionale Textqualität (vgl. Sandig 2006: 19): Die stilistische Performanz eines konkreten Textes, d.h. seine materielle, merkmalfhafte ‚Stilstruktur‘, ist das Ergebnis einer intentionalen Wahl des Textproduzenten aus verschiedenen Gestaltungsmöglichkeiten aller sprachlichen Ebenen und nichtsprachlichen Mittel mit dem Ziel,

die Handlung auf die konkreten Intentionen zuzuschneiden und dabei auf die konkreten Gegebenheiten zu beziehen. Dadurch soll sie möglichst wirksam gestaltet werden, so dass sie möglichst im Sinn der handelnden Person wirken kann (Sandig 2006: 24).⁶⁹

Nach Sandig (2006: 11) kommen der Stilstruktur eines Textes konkret zwei eng miteinander verbundene Funktionen (‚Stilfunktionen‘) zu: Sie bietet eine stilistische Textbedeutung (‚Stilsinn‘), welche eine

⁶⁸ Vorüberlegungen dazu in Zankl (2013: 53ff, 2016: 82ff).

⁶⁹ Im Gegensatz zu der von manchen abweichungsstilistischen Ansätzen (z.B. Dubois/Edeline/Klinkenberg/Minguet/Pire/Trinon 1974 [1970]) vertretenen, häufig kritisierten Annahme einer ‚Nullstufe‘ bzw. von ‚Nulltexten‘, die den Erwartungen voll entsprechen und daher stilistisch unmarkiert sind, d.h. keinen (eigenen) Stil haben (vgl. Spillner 1995: 69; Nöth 2009: 1185), folgt aus dieser selektionsorientierten Perspektive, dass jeder Text Stil hat.

Wirkung (,Stilwirkung‘) auf den Textrezipienten erzeugen kann. Der stilistische Sinn kann dabei als semiotisch-informativer Gehalt der Stilstruktur gefasst werden, der u.a. Hinweise auf Intention und Inhalt (z.B. Handlungstyp, Thema) oder den außersprachlichen Kontext der Kommunikation gibt (z.B. die Beziehung der Kommunikationsteilnehmer zueinander, situative Aspekte wie Kommunikationsbereich, aber auch Kanal und Medium, Einstellungen und Haltungen des Textproduzenten zum Textinhalt oder zeitliche oder kulturelle Umstände; vgl. Sandig 2006: 11–17) und dadurch den eigentlichen inhaltlichen Aussagegehalt des Textes mit Sekundärinformationen pragmatischer Art anreichert (vgl. Fix/Poethe/Yos 2003: 35).

Diese soweit überwiegend produktionsorientierte Sichtweise auf stilistische Textgestaltung als Art und Weise der intentionalen Handlungsdurchführung, die Bedeutung vermittelt und Wirkung erzeugt (siehe dazu auch Sandig 2009: 1336ff), weist deutliche Parallelen zu Searles (1969) Sprechakttheorie mit ihren Teilakten ,Lokution‘, ,Proposition‘, ,Illokution‘ und ,Perlokution‘ (vgl. 2.3.1) auf (vgl. Fix/Poethe/Yos 2003: 35) und lässt insofern kaum einen Mehrwert der Pragmastilistik gegenüber der (Text-) Pragmatik erkennen. Der Vorteil von Sandigs (2006) pragmastilistischem Ansatz für die Untersuchung der konkreten Textperformanz und ihrer Wirkung ergibt sich – wie schon im Fall von ,Text‘ (vgl. 2.3.2) – vor allem aus der darauf aufbauenden kognitionslinguistischen Erweiterung des Blickwinkels auf den gesamten Kommunikationsprozess und -kontext, insbesondere die Seite der Textrezeption, die Sandig (2006: 24) wie Spillner (1995: 72ff; vgl. 3.1) als letztlich entscheidend für die Entstehung von Stil und insbesondere das ,Glücken‘ der Stilhandlung im Sinne der Intention des Textproduzenten ansieht. Zwar kann der Textproduzent durch die stilistische Gestaltung eines konkreten Textes ein bestimmtes Interpretations- und Wirkungsangebot (z.B. eine positive Selbstdarstellung) machen, ob bzw. in welchem Maße der nahegelegte Stilsinn jedoch erkannt und entsprechend interpretiert wird und die beabsichtigte perlokutive Wirkung (,Stilabsicht‘/,Wirkungsabsicht‘, z.B. das Interesse des Rezipienten) eintritt, hängt vom Textrezipienten und seinen wissens- und erfahrungsbedingten Erwartungen an die Textperformanz unter den gegebenen Umständen ab; ferner können produzentenseitig

unbewusst bzw. nichtintendiert Stilsinn vermittelt und entsprechend unbeabsichtigte Wirkungen oder ‚Nebenwirkungen‘ erzeugt werden (vgl. Sandig 2006: 26–30).⁷⁰ Vor diesem Hintergrund begreift Sandig (2006) Stil in Anlehnung an vor allem produktions- und rezeptionsorientierte Sichtweisen integrierende (z.B. Spillner 1979, 1995) und kognitionsstilistische (z.B. Tolcsvai Nagy 1998, 2005) Ansätze als anhand konkreter Merkmale beschreibbare, aber funktional ganzheitliche ‚Gestalt‘ (vgl. Sandig 2006: 43f, 69f, 85ff; siehe dazu auch Sandig 2008: 1109f), welche erst „in Relation zu stilrelevanten Aspekten der Interaktion“ (Sandig 2006: 86), vor allem textexternen kontextuellen Faktoren wie Textproduzent und -rezipient und situative, mediale und soziokulturelle Umstände, die beim Rezipienten wissens- und erfahrungsbedingt bestimmte konventionelle Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen hervorrufen, interpretiert werden kann.⁷¹ Für die stilistische Gestaltung von Texten bedeutet dies:

Stilherstellen ist ein bedeutsames Gestalten von Kommuniziertem vor dem Hintergrund von Konventionen und Aspekten der gesamten Umstände der Kommunikation (Sandig 2006: 2).

70 Die Wirkungsabsicht des Textproduzenten lässt sich dabei nach Sandig (2006: 30) schwerlich allein anhand der Stilstruktur nachweisen, sie wird vielmehr vom Textrezipienten „aufgrund der eigenen Einschätzung der Situation“, d.h. kontextuell bedingt, intersubjektiv unterstellt (siehe dazu 3.3.2.1).

71 Darüber hinaus zählt Sandig (2006: 86, 89–113) auch handlungs- und themenbezogene Texteigenschaften zu den stilrelevanten (textinternen-kontextuellen) Aspekten der Interaktion, welche aber größtenteils auf einer (aufgrund linearer Textsequenziertheit) antizipierbaren Rezeption basieren und daher hier nicht berücksichtigt werden. Die Vorstellung, dass sich die Erwartung des Rezipienten am textinternen Kontext orientiert, findet sich schon in Riffaterres (1973) strukturalistischem, abweichungsstilistischem Ansatz: Er geht davon aus, dass jeder Text sein eigenes, produzentenseitig intendiertes Muster (engl. *pattern*, ‚stilistischer Kontext‘) hat, das ein Durchschnittsrezipient („Archileser“) im Zuge der Rezeption wahrnimmt und seine Erwartungen an die weitere Textgestaltung daran orientiert (vgl. Riffaterre 1973: 51ff). Das Prinzip des Stils sieht Riffaterre (1973: 53f) im Nichterfüllen dieser Erwartungen: Wenn das anfangs wahrgenommene Muster eines Textes im weiteren Verlauf durch das unerwartete Auftreten von Abweichendem verletzt wird, kommt es zu einem stilistischen Effekt (vgl. Nöth 2000: 399; Fix/Poethe/Yos 2001: 31). Riffaterres (1973) strukturalistische Stilistik ist damit eine der wenigen Theorien, die die Rolle des Rezipienten für die Entstehung von Stil berücksichtigt (vgl. Spillner 2009: 1762). Dies ist gerade auch insofern bemerkenswert, als strukturalistische Ansätze außersprachliche Faktoren normalerweise grundsätzlich ausklammern (siehe dazu 3.4.1.1).

Mit Blick auf die Gestaltung eines konkreten Textes unterscheidet Sandig (2006: 18ff) grundsätzlich zwei Arten stilistischen Handelns: das ‚typisierende Durchführen‘, das eine erwartungskonforme Textperformanz zur Folge hat, und das ‚individuierende Durchführen‘, das eine mehr oder weniger stark von den konventionellen Erwartungen der Rezipienten abweichende Textperformanz zur Folge hat und dadurch Überraschungseffekte beim Rezipienten erzeugen kann. Dabei kann eine konventionelle oder (gradweise) abweichende Stilstruktur als adäquat oder unpassend, originell oder unseriös, ansprechend oder eintönig empfunden werden und durch entsprechend bewertende Schlagwörter (‚Wirkungsausdrücke‘), z.B. hinsichtlich der Einschätzung des Textproduzenten (‚sprecherbezogene Unterstellung bei Rezipienten‘), methodisch beschrieben werden (vgl. Sandig 2006: 34–43). Wie Sandig (2006: 37) feststellt, sind Stilwirkung und Stilbewertung kaum zu trennen, da die Beschreibung einer Wirkung in der Regel mit einer Wertung einhergeht.⁷²

Sandigs (2006) Verständnis von Stil als intentional hergestellter Textgestalt, die „**in Relation** zum per Konvention Erwartbaren einen Sinn“ (Sandig 2006: 19) erhält und dadurch den primären inhaltlichen Aussagegehalt eines Textes durch zusätzliche Informationen pragmatischer Art, beispielsweise bezüglich der Selbstdarstellung des Textproduzenten, anreichert und eine entsprechende Wirkung auf den Textrezipienten ausübt, stellt damit grundsätzlich ein geeignetes theoretisches Konzept dar, um die Entwicklung der Website-Performanz anhand konkreter Strukturmerkmale untersuchen, vor allem aber ihre ganzheitliche Wirkung unter Berücksichtigung etwaiger konventioneller (Muster-) Erwartungen greifbar machen zu können. Voraussetzung der Anwendung dieses Ansatzes im Rahmen einer konkreten empirischen Untersuchung ist allerdings, die bei Sandig (2006) recht breit – kritischer ausgedrückt: ‚unspezifiziert‘ (Fix 2009: 1309) – gehal-

72 In ähnlicher Weise werden im Webdesign assoziative Schlagwörter vergeben, um die Gesamtwirkung eines Screendesigns zu beschreiben (vgl. Hahn 2015: 108). Grundsätzlich lässt sich feststellen, dass Stil in dieser pragmatisch-kommunikativen Auffassung sehr stark an das erinnert, was gerade in Verbindung mit multimodalen Texten als ‚Design‘ bezeichnet wird (siehe dazu 3.4.3).

tenen Begriffe des ‚per Konvention Erwartbaren‘ einerseits und des semiotisch-kommunikativen Charakters von Stil andererseits genauer zu fassen und vor allem in Bezug auf Websites operationalisierbar zu machen.

Mit Blick auf „Stil als individuierende Art der Handlungsdurchführung“ stellt Sandig (2006: 22) selbst fest:

Um überhaupt ‚Individuelles‘ interpretieren zu können, benötigen wir ein Wissen über das Konventionelle, das „Überindividuelle“ (Fix 1991) als Bezugspunkt.

Im Folgenden werden daher zunächst verschiedene Begriffe vorgestellt, die sich mit dem ‚Konventionellen‘ in Texten beschäftigen, und in Hinblick auf ihre Anwendbarkeit auf Websites bzw. Texte im WWW im Allgemeinen diskutiert.

3.3 Konvention im WWW

Die Bestimmung konventioneller Gestaltungsmuster, die Website-Rezipienten mutmaßlich erwarten und an denen sie ihre Bewertung der konkreten Performanz orientieren, ist schon seit Langem als Desiderat der Hypertextlinguistik erkannt (z.B. Jakobs/Lehnen 2005: 172) und erscheint gerade vor dem Hintergrund sowohl der Performanzspezifika von Websites als auch dynamischer Entwicklungsprozesse der Textgestaltung im Medium WWW (nach wie vor) problematisch. Um diesen Herausforderungen zu begegnen, muss das hier vertretende Verständnis von ‚Konvention‘ den Besonderheiten potenziell ausgeprägt nichtlinearer, bidirektionaler und multimodaler Texte einerseits grundsätzlich gerecht werden und andererseits diachron anpassungs- und entwicklungsfähig sein.

Die linguistische Auseinandersetzung mit der erfahrungsgemäß erwartbaren Gestaltung von Kommunikation erfolgt im Rahmen von Begriffen wie ‚Norm‘, ‚Konvention‘, ‚Muster‘, ‚Tradition‘ oder auch ‚Stil‘ (im typisierten Sinne bzw. als Kompetenzphänomen; vgl. 3.1) unter

unterschiedlichen Vorzeichen und Interessenschwerpunkten. Vor dem Hintergrund einer systemlinguistischen Betrachtung von Sprache als hierarchisches Konstrukt mehrerer Systemebenen (z.B. phonologische, morphologische, lexikalische, syntaktische und Textebene) lassen sich grundsätzlich zwei Richtungen grob voneinander unterscheiden (vgl. Hartung 1977: 25, 39f; Dittmar 1997: 164):

1. enger gefasste, (sprach-) systemorientierte Ansätze, die sich schwerpunktmäßig mit den für das Funktionieren der Kommunikation in einer bestimmten Sprache essenziellen und daher objektiv verbindlichen, für Standardsprachen häufig kodifizierten Regeln der sprachlichen Ebenen unterhalb der Textebene (z.B. Orthografie- oder Grammatikregeln) befassen, und
2. weiter gefasste, (sprach-) verwendungsorientierte Ansätze, die sich mit den Zusammenhängen zwischen Erscheinungsformen von Sprache auf Äußerungs- bzw. Textebene und ihren spezifischen außersprachlichen Kontexten beschäftigen und weniger stark auf strenge Verbindlichkeit oder Korrektheit, sondern Adäquatheit hinsichtlich (ggf. auch sprachübergreifender) gruppen- und kontextspezifischer, intersubjektiver Erwartungen ausgerichtet sind.

Da hier die Erwartungen an Texte als ganzheitlich funktionale kommunikativ-integrative Vermittlungsinstanzen zwischen Textproduzent und -rezipient im Fokus stehen, sind im Folgenden grundsätzlich nur zweite, d.h. weiter gefasste, (sprach-) verwendungsorientierte Konzepte relevant, die die Zusammenhänge zwischen den außersprachlichen Rahmenbedingungen der Kommunikation und der adäquaten Gestaltung von Texten untersuchen. Dabei wird für das in dieser Arbeit zu erarbeitende Konzept in Anlehnung an Sandig (2006) der Terminus ‚Konvention‘ verwendet, der einerseits weniger spezifisch besetzt ist als beispielsweise der häufig in präskriptivem Sinne gebrauchte Begriff der ‚Norm‘, und andererseits den hier zentralen Aspekt der kommunikativ-integrativen ‚Übereinkunft‘ zwischen den Kommunikationsteilnehmern, genauer: zwischen Textproduzent und -rezipient, betont.

Obwohl strukturalistische Theorien typischerweise systemorientiert sind und der Aspekt der Sprachverwendung nur im Rahmen der die Funktionalität von Sprache fokussierenden Ansätze der Prager Schule, z.B. der Funktionalstilistik, eine Rolle spielt, wird vorab ein knapper Abriss einflussreicher strukturalistischer Auseinandersetzungen mit dem Begriff ‚Norm‘ gegeben. Dadurch sollen zum einen die theoretischen Vorläufer der nachfolgend vorgestellten Ansätze skizziert und zum anderen die eingangs erwähnten Parallelen des hier entwickelten Konzepts zur strukturalistischen Dichotomie ‚System – Rede‘, ergänzt um ‚Norm‘ als Zwischenstufe, verdeutlicht werden.

3.3.1 Exkurs: Strukturalistische Normbegriffe zwischen ‚System‘ und ‚Rede‘

Während De Saussure (im Folgenden: Saussure) als Begründer des sprachwissenschaftlichen Strukturalismus und der Dichotomie ‚System – Rede‘ (frz. *langue – parole*), d.h. der Unterscheidung des Systems ‚Sprache‘ als sozialer Institution von der individuellen menschlichen Rede (vgl. Saussure 2001 [1931]: 15ff), das Thema ‚Norm‘ nur implizit erwähnt, wenn er vorschlägt, das Sprachsystem zugleich als „Norm aller andern Äußerungen der menschlichen Rede“ (Saussure 2001 [1931]: 11) zu betrachten, gehen nachfolgende Strukturalisten wie Hjelmslev, Coseriu und Vertreter der Prager Schule im Zuge ihrer Auseinandersetzung mit den Saussure’schen Begriffen explizit von der Existenz einer davon zu differenzierenden Norm aus (vgl. Hartung 1977: 50f), weisen ihr jedoch jeweils einen ganz unterschiedlichen Stellenwert zu.

3.3.1.1 Hjelmslev

Hjelmslev (1974 [1942]) untersucht Saussures Dichotomie unter dem Aspekt ‚Institution – Realisation‘ und modifiziert sie entsprechend. Er differenziert drei mögliche Interpretationen des Begriffes ‚langue‘, die der individuellen, konkreten ‚parole‘ gegenüberstehen: erstens den ‚Sprachbau‘ als reine Form des Systems, die unabhängig von seiner individuellen, konkreten Verwirklichung besteht, zweitens die ‚Norm‘ als aufgrund einer bestimmten Art der Realisation materielle, aber abstrahierte Form des Systems und drittens den ‚Sprachgebrauch‘

als Summe aller gewohnheitsmäßigen materiellen Realisierungen (vgl. Hjelmslev 1974 [1942]: 47). Im Gegensatz zum abstrakten Sprachbau, der Saussures ‚langue‘ am ehesten entsprechen (vgl. Hjelmslev 1974 [1942]: 49), zählt Hjelmslev (1974 [1942]: 54f) die beiden unteren Abstraktionsebenen bereits zum Bereich der Realisation, wobei er den Sprachgebrauch als eigentliches Objekt einer Theorie der Realisation betrachtet und die Norm als dessen fiktive Abstraktion, die aber letztlich keinen Mehrwert bringt und daher entbehrlich ist (vgl. Hartung 1977: 51f). Der Begriff der Norm wird somit eingeführt, aber bewusst verworfen: Der Glossematiker Hjelmslev geht unter dem Aspekt ‚Institution – Realisation‘ letztlich von einer stärker in Richtung ‚Form‘ modifizierten Dichotomie der Abstraktionsstufen ‚Sprachbau – Sprachgebrauch‘ aus und vernachlässigt sowohl die Zwischenstufe der Norm als „eine künstliche Konstruktion“ einerseits als auch die konkrete Rede als „eine vorübergehende Dokumentation“ (Hjelmslev (1974 [1942]: 54) andererseits.

3.3.1.2 Coseriu

Im Gegensatz dazu ergänzt Coseriu (1970) Saussures Dichotomie um nur eine Zwischenstufe, die ‚Norm‘, und schlägt die Trichotomie ‚System – Norm – Rede‘ vor. Ausgangspunkt ist auch hier die Problematisierung von Saussures Begriff der ‚langue‘, der einerseits das ‚Normale‘ und andererseits das ‚Funktionelle‘ umfasse, wobei diese beiden Bereiche nicht deckungsgleich sein müssen (vgl. Coseriu 1970: 198ff). Anders als Hjelmslev ist Coseriu jedoch der Meinung, dass Sprache als soziale Institution nicht auf das Formal-Funktionelle reduziert werden dürfe, sondern auch das Normale – unabhängig von Funktionalität – berücksichtigen müsse, also genau das, was Hjelmslev (1974 [1942]) als ‚Sprachgebrauch‘ bezeichnet:

[...] es ergibt sich die unausweichliche Notwendigkeit, [...] einen dritten Bereich zu finden, z.B. den, den gewisse Linguisten ungefähr mit dem sogenannten Sprachgebrauch gleichgesetzt haben; dieser müsste so etwas wie eine intermediäre und sekundäre Norm sein, die vom abstrakten System zugelassen wird und die genau zwischen dem eigentlichen System und der parole (Brøndal) einzuordnen wäre (Coseriu 1970: 204).

Im Gegensatz zu Hjelmslev (1974 [1942]), der der konkreten Rede wenig Bedeutung beimisst, grenzt Coseriu (1970) die Begriffe ‚System‘ und ‚Norm‘ voneinander ab, indem er sie als verschiedene Abstraktionsstufen der konkreten Rede als „einzig faßbare[r] Wirklichkeit der Sprache“ (Coseriu 1970: 200) beschreibt, die zudem unterschiedlichen Abstraktionskriterien unterliegen (vgl. Hartung 1977: 52ff; Dittmar 1997: 164f): Während das System die funktional relevanten Strukturen beinhaltet, umfasst die Norm als „abstraktes System normaler Realisierungen“ (Coseriu 1970: 207) die in einer Gesellschaft üblichen, d.h. traditionell und konstant verwendeten Strukturen, nach deren Vorbild konkrete Äußerungen erzeugt werden. Insofern betrachtet Coseriu (1970: 209) das System als „System von Möglichkeiten“ und „Gesamtheit von Freiheiten“, die einzig der Bedingung der Funktionalität unterliegen, die Norm hingegen als System sozial und kulturell gebundener Realisierungen, das diese Freiheiten einschränkt. Da dieser Normbegriff von Konventionen abhängt, die je nach gesellschaftlichem Bereich unterschiedlich sein können, ist das Nebeneinander verschiedener Normen im Rahmen eines Systems denkbar (vgl. Coseriu 1970: 208). Diachron können sich Normen wandeln bzw. neue Normen entstehen, wenn sich andere Realisierungen des funktionellen System-Repertoires dauerhaft durchsetzen (vgl. Coseriu 1970: 211f). Der Normbegriff spielt somit bei Coseriu eine wichtige Rolle: Norm und System sind gleichberechtigte Momentaufnahmen einer Sprache aus unterschiedlichen Perspektiven.

3.3.1.3 Prager Schule

Auch die Prager Strukturalisten beschäftigen sich intensiv mit dem Normbegriff, bemühen sich dabei jedoch weniger um eine theoretisch-abstrakte Abgrenzung der Norm von ‚System‘ und ‚Rede‘, sondern heben vor allem die Relevanz einer funktionalen Normbetrachtung für die Praxis der Sprachpflege hervor (z.B. Havránek 1982 [1936]; Dokulil 1971 [1952]; vgl. Hartung 1977: 55).⁷³ Den einzelnen Beiträgen gemeinsam ist dabei die Auffassung der Norm als einer syste-

⁷³ Unmittelbar anknüpfend an Coseriu, vor allem aber das Normverständnis der Prager Schule geht die sowjetische Normforschung (z.B. Ožegow 1974) von einer sozial-historisch begründeten Zweckmäßigkeit der Norm aus und beschäftigt sich insbeson-

mischen, nicht durch Kodifizierung außersprachlich aufoktroierten, sondern eigenmotivierten, „rein innersprachliche[n] Erscheinung“ (Havráněk 1982 [1936]: 290), die sich vor allem durch eine handlungsbezogen-funktionale ‚Verbindlichkeit‘ (Havráněk 1982 [1936]: 290) auszeichnet. Die Prager Schule, die grundsätzlich die Funktionalität von Sprache betont, betrachtet somit auch ihre Normierung unter diesem Aspekt: Die Norm ist funktional, ihre Einhaltung gewährleistet die zweckmäßige Adäquatheit sprachlicher Äußerungen (vgl. Dokulil 1971 [1952]: 95f; vgl. Hartung 1977: 55ff). Das Augenmerk auf der handlungsbezogenen Funktionalität kann außerdem als Grund dafür gewertet werden, dass die Prager Strukturalisten dezidierter als Coseriu nicht von einer allgemein-übergreifenden abstrakten Norm je natürlicher Sprache ausgehen, sondern jeder sprachlichen Existenzform, also z.B. auch mündlichen, territorialen oder sozialen Varianten, eine eigene Norm zusprechen (z.B. Havráněk 1982 [1936]: 290; vgl. Doležel/Kraus 1972: 37f; Stich 1974: 1).⁷⁴ Die Verbindung der Vorstellung einer innersprachlich motivierten, systemischen Norm mit einem pragmatischen Handlungsbezug, der ihre Verbindlichkeit begründet und sie entsprechend bestimmt und formt, führt so zu einem funktional differenzierten Normverständnis, das als Ausgangspunkt für die Funktionalstilistik der Prager Schule gesehen werden kann. So geht beispielsweise Havráněk (1976 [1932]: 127) von einer ‚ästhetischen Funktion‘ und einer ‚Mitteilungsfunktion‘ der Literatursprache aus, wobei er hinsichtlich der zweiten wiederum eine ‚kommunikative‘, eine ‚praktisch-fachliche‘ und eine ‚theoretisch-fachliche‘ Funktion unterscheidet, und von einer entsprechenden „funktionale[n] Differenzierung der Literatursprache“ in eine ‚Dichtersprache‘, eine ‚Alltags- (Gesprächs-, Konversations-) sprache‘, eine ‚Sach- (Arbeits-) sprache‘ und eine ‚Wissenschaftssprache‘ im Sinne von Subsystemen. Ihre konventionelle sprachliche ‚Organisationsweise‘ nennt Havrá-

dere mit Sprachkultur und -pflege (siehe dazu z.B. Hartung 1977: 57–60; Kretschmer 1999; Liebich 2007).

74 Die verschiedenen Normen unterscheiden sich dabei nach Havráněk (1982 [1936]: 290f) nicht qualitativ, sondern quantitativ hinsichtlich des Grades ihrer funktionellen und stilistischen Differenzierung, des Bewusstseins ihnen gegenüber, ihrer Verbindlichkeit und Stabilität.

nek (1976 [1942]: 157) ‚Funktionalstile‘ (vgl. Ohnheiser 1999: 662; Eroms 2000: 38).⁷⁵

Wie die Normauffassungen Hjelmslevs, Coserius und der Prager Schule zeigen, sehen strukturalistische Ansätze den Begriff der Norm in enger Verbindung zu dem des Systems, Saussures ‚langue‘. Während das System das abstrakte Regelwerk einer natürlichen Sprache darstellt, wird die Norm als systemische Gesamtheit ‚materieller, aber abstrahierter‘ (Hjelmslev), ‚traditioneller‘ (Coseriu) oder ‚verbindlicher‘ (Havránek) Elemente und Strukturen aufgefasst, die die strukturalistische Dichotomie ‚System – Rede‘ im Sinne einer Zwischenstufe ergänzt. Wenngleich diese strukturalistischen Normbegriffe aufgrund ihrer Beschränkung auf das System ‚Sprache‘ (und hier vor allem auf die unteren Systemebenen) und ihrer überwiegenden Ausklammerung von Aspekten der konkreten Sprachverwendung auf Textebene hier nicht einschlägig sind, lässt sich das im Rahmen ihrer Erarbeitung diskutierte Verhältnis von System, Norm und Rede in einem weiteren Sinne durchaus auf den Untersuchungsgegenstand dieser Arbeit übertragen: Während die Gestaltungsmöglichkeiten und -potenziale von Websites mit Coseriu (1970: 209) als „Gesamtheit von Freiheiten“ und funktionellen Performanzmöglichkeiten gesehen werden können, lassen sich z.B. institutionell-branchenspezifisch oder kulturell vorherrschende Gestaltungskonventionen in diesem Sinne als (teils mehr, teils weniger) verbindliche ‚Normen‘ auf Textebene begreifen, die die grundsätzlichen Möglichkeiten der Website-Gestaltung ‚traditionell‘, d.h. erfahrungsgemäß vorhersehbar umsetzen und dadurch die Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen der Rezipienten hinsichtlich der konkreten Website-Performanz maßgeblich prägen.

Vor diesem Hintergrund ist das hier vertretene Verständnis von ‚Konvention‘ im Folgenden zu konkretisieren. Vorschläge, Gestaltungskonventionen in der Textperformanz situativ-funktional zu begründen, liefern vor allem die Soziolinguistik und – wenn auch eher implizit –

⁷⁵ Die Funktionalstilistik der Prager Schule wurde insbesondere durch die sowjetische Linguistik rezipiert und weiterentwickelt (z.B. Riesel 1975; Kožina 1993; siehe dazu z.B. Ohnheiser 1999).

pragmatisch-kommunikativ fundierte Textsortenkonzepte. Gerade im Hinblick auf die dynamischen Wandlungs- und Anpassungsprozesse im WWW bietet die Gattungsforschung, die sich mit der diachronen Entwicklung von Texttraditionen beschäftigt, eine gewinnbringende komplementäre Perspektive.

3.3.2 Konvention und Funktion⁷⁶

Vor dem Hintergrund einer verwendungsorientierten, pragmatisch-kommunikativen Sicht auf ‚Text‘ (vgl. 2.3.1) kann die regelhafte Gestaltung von Texten in bestimmten Kommunikationskontexten, die hier aus o.g. Gründen mit dem Begriff ‚Konvention‘ bezeichnet wird, auf ein Streben nach situativ-funktionaler Adäquatheit und Zweckmäßigkeit zurückgeführt werden. Entsprechende Ansätze werden in diesem Abschnitt vorgestellt.

3.3.2.1 Soziolinguistische Ansätze

Wie im Zusammenhang mit der Diskussion um den Begriff ‚Text‘ deutlich wurde, brachte die Pragmatische Wende einen „Paradigmenwechsel von einer Wissenschaft des Sprachsystems zu einer der Sprachpraxis und ihres Funktionierens in (Teilbereichen von) Gesellschaften“ (Gloy 2004: 394) mit sich. Die Beziehungen zwischen Sprache und Gesellschaft, genauer: die funktionalen Zusammenhänge zwischen verschiedenen Erscheinungsformen von Sprachen und den spezifischen Kommunikationskontexten, in denen sie auftreten, sind Gegenstand der Soziolinguistik.

Die Soziolinguistik begreift Sprache, sprachliches Handeln und Sprachverhalten als eine Form menschlichen Sozialverhaltens und Konventionen sprachlichen Handelns – man spricht hier von ‚Sprachnormen‘ – entsprechend als Teilmenge der Sozialnormen (vgl. Hartung 1977: 11; Dittmar 1997: 164; Gloy 2004: 394). Anknüpfend an das funktionale Normverständnis der Prager Schule einerseits sowie Coserius Vorstellung von der Norm als einem System traditioneller Realisierungen andererseits (vgl. 3.3.1) gehen soziolinguistische Normkonzepte von der Koexistenz verschiedener Normen in einer

⁷⁶ Vorüberlegungen dazu in Zankl (2016: 80f).

Sprache aus, deren Einhaltung die situativ-funktionale Adäquatheit von Äußerungen bzw. Texten in den jeweiligen Kommunikationskontexten sicherstellt. Vor dem Hintergrund seiner verwendungsorientierten, handlungstheoretischen Fundierung ist das soziolinguistische Normverständnis jedoch weiter gefasst als seine strukturalistischen Vorläufer: Es beschränkt sich nicht auf das Sprachsystem, sondern bezieht die jeweiligen sozialen (Handlungs-) Kontexte mit ein und umfasst letztlich die Gesamtheit der in einer Sprache geltenden ‚Kommunikationsnormen‘ (vgl. Dittmar 1997: 164f). Obwohl damit an situativ-funktionaler Angemessenheit und Gewohnheitsmäßigkeit orientierte (Sprachhandlungs-) Normen auf Äußerungs- bzw. Textebene grundsätzlich im Mittelpunkt stehen, kann ein konsequent weit gefasstes, an Adäquatheit orientiertes Normverständnis, wie Hartung (1977) zeigt, sowohl die sanktionierenden ‚Regeln‘ der unteren sprachlichen Systemebenen, die das grundsätzliche Funktionieren des Systems ‚Sprache‘ sicherstellen und – zumindest in der Standardvarietät – häufig kodifiziert sind, im Sinne ‚grammatisch-semantischer Normen‘ (vgl. Hartung 1977: 27f) als auch Anforderungen an die situative Adäquatheit sprachlich-kommunikativen Handelns auf Äußerungs- bzw. Textebene im Sinne von ‚situativen Normen‘ (vgl. Hartung 1977: 34ff) abdecken und somit als

Vermittlungsglied zwischen allgemeinen Bedingungen der sprachlich-kommunikativen Tätigkeit und ihrer subjektiven (zeit-, klassen- und gruppenbedingten) „Brechung“ (Hartung 1977: 33)

dienen (vgl. Dittmar 1997: 165).⁷⁷

Der besondere Mehrwert des soziolinguistischen Normkonzepts für den hier zu erarbeitenden Begriff von ‚Konvention‘ liegt dabei in der Berücksichtigung der erfahrungsbedingten Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen der Kommunikationsteilnehmer, denen letztlich eine normkonstituierende Rolle zugesprochen wird:

⁷⁷ In ähnlicher Weise unterscheidet auch Bartschs (1987) soziolinguistischer Normbegriff zwischen der ‚Korrektheit sprachlicher Mittel‘ und der ‚Korrektheit des Sprachgebrauchs‘ (vgl. Dittmar 1997: 166f).

In der Soziolinguistik werden unter Normen Bewußtseinsinhalte, also Abstraktionen, verstanden, die auf Erwartungshaltungen hinsichtlich situationsadäquaten Sprachverhaltens bezogen sind. Sie entstehen durch kommunikative Erfahrungen, die bewertet werden (erfolgreich vs. nicht erfolgreich) und so Leitbildcharakter für künftiges Sprachverhalten erhalten (Dittmar 1997: 165).

Aus der Annahme enger wechselseitiger Abhängigkeitsbeziehungen zwischen Normen, Adäquatheitsempfinden und Erwartungen der Kommunikationsteilnehmer folgt, dass Normen in diesem Sinne keine objektiv bestehende, allgemeingültige, streng verbindliche und unveränderliche Größe darstellen, sondern kontextspezifische, diskursiv-intersubjektiv verhandelte (vgl. Gloy 1997: 31f) und damit bis zu einem gewissen Grad auch subjektiv interpretierte (vgl. Fix 1987: 68ff), anpassungs- und entwicklungsfähige gedankliche Orientierungsrichtlinien und Bewertungsmaßstäbe für situativ-funktional adäquate, erfahrungsgemäß erwartbare Sprach- bzw. Kommunikationshandlungen. Fix (1987), die aus einer kommunikationsorientierten Perspektive auf das komplexe Bedingungsgefüge zwischen Norm, Adäquatheit und Erwartung blickt und insbesondere den Begriff der Erwartung fokussiert, den sie als integrative Vermittlungsinstanz zwischen den Kategorien ‚Norm‘ und ‚Adäquatheit‘ begreift, betont dabei die Notwendigkeit einer differenzierten Berücksichtigung der Einstellungen aller Kommunikationsteilnehmer, d.h. der ‚Annahmen‘ der Sprecher bzw. Textproduzenten ebenso wie der ‚Erwartungen‘ der Adressaten bzw. Textrezipienten, hinsichtlich der Adäquatheit von Texten (vgl. Fix 1987: 65). Dabei misst sie nicht nur den Annahmen bzw. Erwartungen der Kommunikationsteilnehmer hinsichtlich der Adäquatheit eines konkreten Textes eine hohe Bedeutung zu, sondern auch den Erwartungen an die Einstellungen des jeweils anderen: Der Textproduzent hat nicht nur Annahmen bzgl. des Textes, sondern auch Erwartungen an die Erwartungen des Textrezipienten „und – will man es weiter differenzieren – Erwartungen [...] an Erwartungen des Rezipienten hinsichtlich der Erwartungen des Produzenten“ (Fix 1987: 75). Ebenso vielschichtig sind die Erwartungen des Textrezipienten, die sich gleichfalls nicht nur auf den Text, sondern auch

auf die Annahmen, Erwartungen und Erwartungserwartungen des Textproduzenten beziehen (vgl. Fix 1987: 74f). Gerade, da die Existenz und Gültigkeit von Normen damit nicht nur auf ihrer Kenntnis und Umsetzung durch die Textproduzenten, sondern vor allem auf erfahrungsbedingten Erwartungen sowie der Wahrnehmung und dem Verstehen durch die Textrezipienten beruht, hebt beispielsweise Gloy (1997: 27ff) den sozialen bzw. sozial (re-) stabilisierenden und kommunikativ-integrativen Charakter von Normen im Sinne von Fleischers (1980: 419) ‚Institutionen im Reich der Gedanken‘ hervor. Der soziolinguistische Normbegriff rückt somit nicht nur den situativ-funktionalen Kontext an sich, sondern insbesondere die damit verbundenen kommunikativen Absichten, Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen in den Mittelpunkt, vor deren Hintergrund erfahrungsbedingte Vorstellungen des ‚per Konvention Erwartbaren‘ erst in den Köpfen der Kommunikationsteilnehmer entstehen.

Eine im Grunde soziolinguistische Auffassung vertritt damit schon Hartung (1977), wenn er Normen als ‚gedankliche Festsetzungen‘ sozialen, handlungsregulierenden Charakters begriff,

die den als Sprecher/Schreiber oder Hörer/Leser in kommunikative Beziehungen zueinander tretenden Menschen als Grundlage dafür dienen, wie sie bei der Realisierung der kommunikativen Beziehungen vorgehen können oder müssen (Hartung 1977: 12f),

und den Einfluss der außersprachlichen Rahmenbedingungen dabei auf konkrete Korrelationen zwischen bestimmten situativen Aspekten der Kommunikation und ihrer erfahrungsgemäß erwartbaren Gestaltung zurückführt (vgl. Hartung 1977: 34ff). Sein Ansatz, Normen anhand der Beschaffenheitsmerkmale normgemäßer ‚Tätigkeitsprodukte‘, d.h. Äußerungen bzw. Texte, zu beschreiben (vgl. Hartung 1977: 14), zeigt zudem einen Weg auf, diese nicht nur abstrakt zu konzeptualisieren, sondern auch in konkreten, kollektiv akzeptierten und damit implizit handlungsorientierenden Merkmalen greifbar zu machen.

In ähnlicher Weise gehen pragmatisch-kommunikative, prototypentheoretisch erweiterte Textsortenkonzepte von der Manifestierung regelmäßig auftretender Kommunikationskontexte in situativ-funktional adäquaten Kommunikationshandlungen mit entsprechend charakteristischen, kollektiv verinnerlichten Gestaltungsmerkmalen und -mustern aus und machen Konventionen durch das Herunterbrechen auf Textsortenebene dabei noch konkreter operationalisierbar.

3.3.2.2 Pragmatisch-kommunikative, prototypentheoretisch erweiterte Textsortenkonzepte

Wie in 2.3 gezeigt wurde, können Textsorten vor dem Hintergrund eines pragmatisch-kommunikativen und prototypentheoretisch erweiterten Verständnisses von ‚Text‘ als ganzheitlich intentionale Merkmalsbündel-in-Funktion begriffen werden, die als bewährte „Handlungsmittel zur Lösung gesellschaftlicher Standardprobleme“ (Sandig 2000: 102) situativ-funktional adäquate prototypische Gestaltungsmerkmale und -muster aufweisen. So geht beispielsweise Brinker (2000) von einem konkreten Zusammenhang zwischen der ideellen Textfunktion und ihrer materiellen Umsetzung in der Textstruktur aus, den er in Anlehnung an ein alltagssprachliches Verständnis von ‚Strategie‘ als „Plan zur optimalen Verwirklichung einer Absicht bzw. eines Ziels“ (Brinker 2000: 183) als ‚Textstrategie‘ bezeichnet.⁷⁸ Dabei nimmt er an,

daß die konkreten Textstrategien bis zu einem gewissen Grad auf konventionalisierten (textsortenspezifischen) Verfahrensmustern basieren, die als „textstrategische Muster“ zur Textbildungskompetenz der Sprachteilhaber gehören (Brinker 2000: 184).

Entsprechend ist die gewohnheitsmäßige Erfahrung kontextspezifischer Merkmale und Muster wiederum als Grund dafür anzunehmen, dass sich textsortenspezifische Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen im Bewusstsein der Kommunikationsteilnehmer entwickeln,

⁷⁸ Den Zusammenhang zwischen Funktion und Form betont auch das ursprünglich aus der Architektur stammende (Web-)Design-Credo *form follows function* (vgl. Hahn 2015: 28).

festigen und eine handlungsorientierende Funktion für Textproduktion und -rezeption übernehmen. Aus ihrer kognitionslinguistisch erweiterten Perspektive stellt Sandig (2008: 1110) fest:

Textmuster (in anderer Terminologie „Textsorten“) sind ganzheitlich mental repräsentierte Gestalten mit Funktion und Struktur; sie haben prototypischen Charakter. [...] Die Kenntnis des Prototyps steuert die Erwartungen bei der Rezeption; die Intention relativ zu den Möglichkeiten des Prototyps führt zur besonderen Art der Realisierung. [...] Bei der Rezeption erfolgt ein Vergleich mit dem Musterwissen (siehe dazu auch z.B. Heinemann 2000a: 523; Brinker/Cölfen/Pappert 2014: 139).⁷⁹

Gerade unter Berücksichtigung der kommunikativ-integrativen Rückkoppelungsmechanismen von Textproduktion und -rezeption können prototypische, erwartungs- und handlungssteuernde Muster auf Textsortenebene demnach als implizit situativ-funktional begründete Konventionen begriffen werden. Ein Verständnis des hier zu erarbeitenden Begriffs ‚Konvention‘ als prototypisches Muster im o.g. Sinne betont dabei vor allem zwei eng miteinander verbundene und vor dem Hintergrund des Erkenntnisinteresses dieser Arbeit wichtige Aspekte: Zum einen sind Konventionen demnach als ganzheitliche intentionale Bündel von Merkmalen zentralen und peripheren Charakters zu begreifen, deren Umsetzung im Einzelnen in aller Regel nicht obligatorisch befolgt werden muss, sondern Freiraum für situations- oder funktions-spezifische Anpassungen und Variation lässt (vgl. Sandig 2000: 102f; Fix 2008: 67) und damit – wie Sandig (2006) für Stilherstellung postuliert – erlaubt, „die Handlung auf die konkreten Intentionen zuzuschneiden und dabei auf die konkreten Gegebenheiten zu beziehen“ (Sandig 2006: 24; vgl. 3.2), und deren Merkmalszusammensetzung und -gewichtung sich darüber hinaus auch diachron ändern kann

79 Ähnlich charakterisiert Sandig (2006: 20f, 54f, 63–67 u.a.) ‚Stilkonventionen‘ oder ‚Stilmuster‘, d.h. Gestaltungsmuster typisierter Stile, die vor dem Hintergrund vor allem textexterner ‚stilrelevanter Aspekte der Interaktion‘ (vgl. 3.2) die Stilproduktion und -rezeption beeinflussen. Hier wird der Musterbegriff – auch im Sinne der begrifflichen Klarheit, die Sandigs (2006) sehr weites Stilverständnis nicht immer gewährleistet – ausschließlich auf Textsorten bezogen, da ‚Stil‘ als Performanz- und nicht als Kompetenzphänomen verstanden wird (vgl. 3.1).

(vgl. 2.3.2).⁸⁰ Zum anderen werden damit nicht (mehr oder weniger) objektiv zu beschreibende Konventionen an sich, sondern das (inter-) subjektive Wissen um Konventionen als Grundlage für die Wahrnehmung und Interpretation der konkreten Textperformanz angenommen (vgl. Sandig 2008: 1117):

Ebenso wie bei ‚Erwartung‘ erspart der Gebrauch von ‚Muster‘ die Festlegung dessen, was als Norm gelten soll, denn wichtig ist nun, was der Rezipient als Musterwissen im Kopf hat und was sich mit dem Wissen der anderen Rezipienten in etwa deckt (Fix 2009: 1302).

Wenngleich allgemeines Musterwissen bzgl. Textsorten im Sinne von Prototypen als kognitiv maximal effizienten Basiskategorien (vgl. 2.3.2) als Teil des Alltagswissens angesehen wird (z.B. Fix/Poethe/Yos 2003: 36; Brinker/Cölfen/Pappert 2014: 139) und in einem weiteren Sinne auch an den Begriff des ‚Gemeinsamen Wissens‘ (engl. *common ground*) erinnert, dem schon Lewis (1975: 53–69) eine entscheidende Rolle bei der Herausbildung und Etablierung von Konventionen beimisst (vgl. Dynkowska 2012: 49)⁸¹, ist somit davon auszugehen, dass Mustererwartungen hinsichtlich konkreter Textsorten nicht zwingend objektiv-allgemeingültigen Charakter haben, sondern (inter-) subjektiv, d.h. beispielweise „zeit-, kultur- und gruppenspezifisch“ (Jakobs 2005: 72) unterschiedlich ausfallen können. Eine konkrete Untersuchung muss daher vor allem die Vorstellungen ‚relevanter Anderer‘ im Sinne Gloy's (2004: 394), d.h.

80 Dabei lässt sich in der Praxis beobachten, dass der Verbindlichkeitsgrad bzw. Anzahl und Gewichtigkeit der prototypischen Merkmale umso höher zu sein scheint, je mehr das reibungslose Funktionieren der Kommunikation im Vordergrund steht: Beispielsweise Textsorten, durch die eine außersprachliche Handlung vollzogen wird (Formulare, deklarative Texte) weisen in der Regel unabhängig vom Medium tendenziell stärker verbindliche Merkmale auf, deren Einhaltung die Rezipienten erwarten und Abweichungen daher entsprechend als irritierend oder sogar fehlerhaft wahrnehmen. Nicht nur hinsichtlich der einzelnen sprachlichen Systemebenen, sondern auch innerhalb der Textebene lässt sich somit ein direkt proportionales Verhältnis zwischen ‚Funktionalität‘ und ‚Konventionalität‘ der Kommunikation vermuten.

81 So ist beispielsweise nach Lewis (1975: 58) „insbesondere [...] die Tatsache, daß man sich in der Vergangenheit an eine Konvention gehalten hat, eine gemeinsame Wissensbasis dafür, daß die Tendenz besteht, sich weiterhin daran zu halten“.

der Rezipientenzielgruppe der betreffenden Textsorte, fokussieren und, wie Bucher (2005: 110–113) mit Blick auf Texte im WWW fordert, entsprechende, z.B. „kulturspezifische Wahrnehmungsmuster, Beurteilungsmaßstäbe und Gewohnheiten“ (Bucher 2005: 113) berücksichtigen.⁸²

Pragmatisch-kommunikative, prototypentheoretisch erweiterte Textsortenkonzepte bieten damit einen operationalisierbaren Rahmen für die Beschäftigung mit dem ‚per Konvention Erwartbaren‘, der sich ebenso wie das dem zugrunde liegende Textverständnis (vgl. 2.3) auch auf weniger ‚klassische‘ Texte wie Websites anwenden lässt: Eine textsortenbezogene Auffassung von ‚Konvention‘ ermöglicht einerseits die Untersuchung von Gestaltungsmustern unter Berücksichtigung der spezifischen, da textsortenkonstituierenden Rahmenbedingungen (nach Brinker/Cölfen/Pappert 2014: Textfunktion, kontextuelle und thematisch-strukturelle Aspekte) und andererseits ihre konkrete Beschreibung anhand prototypischer, d.h. kollektiv bzw. zielgruppenspezifisch akzeptierter und erfahrungsbedingt erwarteter Gestaltungsmerkmale, welche nach Wichtigkeit in zentrale und periphere prototypische Merkmale unterschieden werden können.

Vor dem Hintergrund der hier vertretenen handlungsorientierten, pragmatisch-kommunikativen und kognitionslinguistisch erweiterten Auffassung von ‚Text‘ sind intersubjektiv verinnerlichte Gestaltungskonventionen auf Textsortenebene, welche in der Soziolinguistik als ‚Normen‘, in der Textsortenlinguistik meist als ‚Muster‘ bezeichnet werden, vor allem auf ihre situativ-funktionale Zweckmäßigkeit zurückzuführen. Gerade im Hinblick auf die dynamischen Wandlungs- und Anpassungsprozesse der Textgestaltung im neuen Medium

82 Die Einstellungen der Kommunikationsteilnehmer im Sinne Fix‘ (1987), d.h. die Annahmen der Textproduzenten und die Erwartungen der Textrezipienten (vgl. 3.3.2.1), werden hier in einem intersubjektiv konventionell erwart- und unterstellbaren Sinn verstanden. Von der Berücksichtigung rein subjektiver Voraussetzungen und Empfindungen der einzelnen Individuen, die realiter sicherlich eine Rolle spielen (vgl. Fix 1987: 68ff), ist aus Gründen der Machbarkeit und des Interesses dieser Arbeit an für die Praxis nutzbaren, angemessen verallgemeinerbaren Erkenntnissen abzusehen.

WWW, die ein konkretes Erkenntnisinteresse dieser Arbeit darstellen, bietet das Konzept der ‚Diskurstraditionen‘ eine gewinnbringende ergänzende Perspektive.

3.3.3 Konvention und Tradition⁸³

Während die o.g. Ansätze Konventionen in der Textgestaltung vor allem auf ihre außersprachlich-kontextuell zweckmäßige Adäquatheit zurückführen, betont die Gattungsforschung,

daß die menschliche Rede nicht nur jeweils funktionalen Gesichtspunkten gehorcht, sondern in erheblichem Maße auch traditionell geprägt ist (Wilhelm 2008: 474),

und erinnert damit an Coseriu (1970), der die Norm als eigene Abstraktionsstufe der Rede begreift, die traditionelle Realisierungen umfasst, sich aber nicht zwangsläufig mit den prinzipiellen Möglichkeiten des funktionellen Systems deckt (vgl. 3.3.1.2). Vor dem Hintergrund seiner Differenzierung von drei Ebenen der Sprache – der allgemeinen Ebene des Sprechens, der historischen Ebene der Einzelsprachen und der Ebene des Textes (vgl. Coseriu 2007: 46–54) – unterscheidet Wilhelm (2008: 468) in Anlehnung an Koch (1997: 43f) und Oesterreicher (1997: 19–21) auf der historischen Ebene der Sprache die Normen der Einzelsprachen und die mitunter sprach- und kulturübergreifenden Diskurstraditionen (synonym: ‚Texttraditionen‘⁸⁴), denen jeder konkrete Text gleichermaßen unterliegt (siehe dazu auch Wilhelm 2015).⁸⁵ Hinsichtlich der Diskurstraditionen wiederum dif-

⁸³ Vorüberlegungen dazu in Zankl (2016: 81f).

⁸⁴ Die Begriffe ‚Diskurs‘ und ‚Text‘ werden bei Wilhelm (2008) synonym verwendet.

⁸⁵ Kabatek (2015) spricht daher von Diskurstraditionen als der ‚zweiten Historizität‘ der Sprache. Auch Coseriu (2007: 53ff) geht von der Existenz von ‚Texttraditionen‘ aus, siedelt diese aber nicht auf der historischen Ebene an, auf der ihm zufolge die Korrektheit der Anwendung einer Einzelsprache bewertet wird, sondern auf der Ebene des Textes, auf der die (u.a. situative) Angemessenheit der Äußerung im Vordergrund steht, welche nach dem von ihm hinsichtlich der drei Ebenen angenommenen „Prinzip der fortschreitenden Determinierung“ (Coseriu 2007: 57) die Regeln der Einzelsprache ggf. außer Kraft setzen kann (vgl. Coseriu 2007: 55ff). Ebendiese Annahme unterschiedlicher Bewertungsmaßstäbe hinsichtlich einzelsprachlichem System und traditionsgebundener Rede entspricht Coserius (1970) Verständnis von ‚Norm‘ als

ferenziert er ‚Diskursuniversen‘, ‚Diskursgattungen‘ (synonym: ‚Textgattungen‘) und ‚Formeln‘ im Sinne verschiedener Komplexitätsgrade (Wilhelm 2008: 468ff), wobei die mittlere Ebene der Diskursgattung letztlich mit der der Textsorte im o.g. Sinne vergleichbar ist und daher hier im Fokus steht.⁸⁶ Diese Traditionen auf der Ebene des Diskurses bzw. Textes, die Diskursgattungen, begreift Wilhelm (2008: 469) als ‚Gattungsvorstellungen‘, d.h. als gattungsspezifische kognitive Muster, an denen sich Sprecher bei Textproduktion und -rezeption orientieren, und lässt damit deutliche Parallelen zu dem in 3.3.2.2 skizzierten Verständnis von Konventionen auf Textsortenebene erkennen. Der Mehrwert des Konzepts der Diskurstraditionen liegt dabei darin, dass es diese nicht nur synchron, sondern vor allem hinsichtlich ihrer diachronen Dynamik als „habitualisierte, einem stetigen Wandel unterworfenen Regelkomplexe“ (Wilhelm 2008: 470) betrachtet: Im Zentrum des Interesses steht hier die Entwicklungs- und Anpassungsfähigkeit etablierter, nach Koch (1997: 57) grundsätzlich medienunabhängig konzeptionell definierter Muster „im Spannungsfeld von Konvention und Innovation“ (Koch 1997: 61). Dabei wird wie schon bei Coseriu (1970: 207) betont, dass letztlich aufgrund der Traditionsgebundenheit der Rede „kein Text oder Diskurs ‚außerhalb‘ einer etablierten Diskurstradition produziert und rezipiert werden kann“ (Wilhelm 2008: 470), vielmehr

eigener Abstraktionsstufe der konkreten Rede, die zugleich enger und weiter als das Sprachsystem ist (vgl. Dittmar 1997: 165), und darüber hinaus in verschiedenen Parallelformen innerhalb einer Sprache existieren kann (vgl. 3.3.1.2).

- 86 Wilhelm (2008: 468ff) geht von den Diskursgattungen aus, die sich ähnlich pragmatisch-kommunikativ motivierten, integrativen Textsortenklassifizierungsansätzen (vgl. 2.3.1) anhand textexterner und textinterner Aspekte, nicht zuletzt ihrer Bezeichnungen, definieren lassen und ihrerseits zum einen nach Kommunikationsbereichen in ‚Diskursuniversen‘ zusammengefasst werden können, zum anderen ‚Formeln‘ beinhalten. ‚Textsorte‘ und ‚Diskursgattung‘ sieht er als parallel existierende Texttypenbegriffe, die sich in erster Linie durch ihre Perspektive auf den Untersuchungsgegenstand voneinander unterscheiden: Während der linguistische Begriff ‚Textsorte‘ den objektiv-klassifizierenden Aspekt in den Vordergrund stellt, erhebt der Begriff ‚Diskursgattung‘ einen historisch-beschreibenden Anspruch. Die Gattungsforschung beschäftigt sich vor allem deskriptiv mit den traditionell überlieferten Gattungsbezeichnungen, den textexternen Rahmenbedingungen und den typischen textinternen Strukturen von Diskursgattungen (vgl. Wilhelm 2008: 468f).

ist mit einem gewissen Konservatismus zu rechnen, d.h. in den neuen Traditionen bleiben gewisse Konstitutiva der zugrundeliegenden Traditionen eine Zeitlang erhalten, auch wenn sie im Hinblick auf den kommunikativen Zweck eigentlich dysfunktional sind (Koch 1997: 64; vgl. Wilhelm 2008: 470).⁸⁷

Als Voraussetzung und Nährboden für die Entwicklung von Diskurs-traditionen begreift Wilhelm (2008: 471) einen „hinreichend großen Variationsspielraum“ im synchronen Sprachgebrauch, d.h. akzeptierte Abweichungsmöglichkeiten (siehe dazu auch Coseriu 1970: 211f), wie sie auch ein prototypisches Verständnis grundsätzlich zulässt. Wenngleich er die Motivation der Kommunikationsteilnehmer zum Nutzen dieses Variationsspielraums – und damit die Triebfeder für Veränderung – nicht explizit thematisiert, hebt Wilhelm (2008: 474f) die Rolle textexterner Aspekte, vor allem medialer Wenden, hervor und begreift das Konzept ‚Diskurstradition‘ insofern in Anlehnung an Koch (1997: 57f)

als das geeignete Bindeglied, das es uns erlaubt, den sprachlichen Wandel in realistischer Weise auf den (im weitesten Sinne) sozialen Wandel zu beziehen (Wilhelm 2008: 474).

Die Gattungsforschung bietet somit eine geeignete ergänzende theoretische Perspektive für die Untersuchung der diachronen konzeptionellen Entwicklungsdynamik von Konventionen, die sich grundsätzlich mit dem in 3.3.2.2 beschriebenen pragmatisch-kommunikativ fundierten, prototypentheoretisch erweiterten Verständnis von Konventionen auf Textsortenebene verbinden lässt.

Gerade die (wenn auch zurückhaltende) Berücksichtigung der Rolle des kommunikativ-integrativen Charakters und der außersprachlichen

⁸⁷ Diese Vorstellung erinnert an das Konzept der Intertextualität, das davon ausgeht, dass die Produktion und/oder Rezeption eines Textes stets vor dem Hintergrund des Wissens um bzw. der Erfahrung mit anderen, bereits existierenden Texten zu sehen ist (z.B. De Beaugrande/Dressler 1981: 12f; siehe dazu aber auch schon Kristeva 1972 [1967], die auf Bachtins Prinzip der ‚Dialogizität‘ aufbaut).

Rahmenbedingungen bei der Entwicklung von Diskurstraditionen erinnert dabei wiederum an soziolinguistische Normkonzepte (vgl. 3.3.2.1). So sieht beispielsweise Gloy (1997), der sich mit der Rolle des Individuums in Normierungs- und Normwandelprozessen beschäftigt, Kellers (1994) ‚Theorie der unsichtbaren Hand in der Sprache‘ folgend Normen als synchrone Ergebnisse einer diachron fortwährenden Koordinierung individueller oder gruppenspezifischer Partialinteressen⁸⁸ und damit als das nicht zwingend intentionale kumulative Resultat vieler zweckmäßiger, intentionaler Einzelentscheidungen (vgl. Gloy 1997: 32ff), das gleichzeitig als „Reservoir, aus dem künftige Entwürfe schöpfen, sei es fortschreibend, sei es oppositiv, sei es innovativ oder sonstwie“ (Gloy 1997: 34), dient. Der Motor, der hinter der Entwicklung von Gestaltungskonventionen steht, ist aus soziolinguistischer Perspektive damit letztlich vor allem das Streben des Einzelnen nach bzw. die Sicherstellung von funktionaler Adäquatheit: Wenn ein bestehendes konventionelles (Textsorten-) Muster als der Handlungsintention z.B. aufgrund veränderter pragmatisch-kommunikativer Rahmenbedingungen nicht mehr dienlich empfunden wird, motiviert dies innovative Lösungen zunächst Einzelner, die, von anderen nachgeahmt, sich diachron bewähren und zu neuen Konventionen werden können. Als Ergebnisse von ‚invisible-hand-Mechanismen‘ sind diese keine streng reglementierenden Vorschriften, sondern soziale Orientierungsrichtlinien zur vereinfachenden Stereotypisierung von Kommunikationshandlungen, von denen im Einzelfall auch bewusst abgewichen werden kann (vgl. Sandig 2006: 20).

Diese Arbeit vertritt die – wie einleitend bereits erwähnt – immer wieder anklingende (z.B. Eckkramer/Eder 2000: 23; Jakobs 2004: 247, 2005: 75; Androutsopoulos 2005: 118; Jakobs/Lehnen 2005: 162f; Rehm 2006: XXV; vgl. Dynkowska 2012: 71f; Wenz 2012: 153), aber bislang kaum empirisch untersuchte These, dass ebensolche diachronen Entwicklungs- und Anpassungsprozesse im Fall von Websites zu beobachten sind, d.h. dass sich die Textper-

88 Die Rolle von Konventionen für die Lösung von Koordinationsproblemen betont auch Lewis (1975).

formanz im WWW zunächst an etablierten Konventionen ‚klassischer‘ Printtexte (bzw. Printtextsorten) orientierte und die Möglichkeiten des neuen Mediums erst im Laufe der Zeit immer mehr für die Website-Gestaltung nutzbar gemacht wurden, so dass sich nach und nach entsprechend situativ-funktional adäquate Performanzmerkmale und -muster herausbildeten und zu eigenen, medienspezifisch optimierten Konventionen entwickelten bzw. nach wie vor entwickeln. Entsprechend wird angenommen, dass sich auch die Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen der Website-Rezipienten kommunikativ-integrativ mitentwickelt haben und die Website-Performanz in Abhängigkeit von den synchron etablierten Konventionen bewerten (vgl. 1.1). Inwiefern dies tatsächlich zutrifft, soll die im Rahmen dieser Arbeit durchgeführte empirische Untersuchung russischer Hochschulwebsites zeigen (siehe 4).

3.3.4 Fazit

Vor dem Hintergrund der obigen Ausführungen wird der gewählte Begriff ‚Konvention‘ hier gefasst als prototypisches, in synchroner Hinsicht situativ-funktional adäquates und in diachroner Hinsicht traditionelles, (aber) kommunikativ-integrativ entwicklungsfähiges Bündel zentraler und peripherer Gestaltungsmerkmale auf Textsortenebene, das insbesondere von den relevanten Kommunikationsteilnehmern (im Sinne Gloy 2004) gewohnheitsmäßig (re-) produziert und erfahrungsgemäß rezipiert wird und insofern einen handlungs- und erwartungsorientierenden Charakter hat, aber auch Spielraum für situations- oder funktionspezifische Anpassungen und Variation lässt. Aufgrund seiner Kongruenz mit dem dieser Arbeit zugrunde liegenden pragmatisch-kommunikativ fundierten und prototypentheoretisch erweiterten Textverständnis (vgl. 2.3.3) ist dieser hier entwickelte Begriff flexibel genug, den synchronen medienspezifischen Gestaltungspotenzialen von Websites gerecht zu werden und diachrone konzeptionelle Entwicklungstendenzen anhand konkreter Merkmale methodisch operationalisierbar zu machen.

Zugleich wird ‚Konvention‘ damit als Zwischenstufe zwischen den grundsätzlichen Möglichkeiten der Textgestaltung im WWW und der

konkreten Performanz verstanden, die den Kriterien situativ-funktionaler Adäquatheit und erfahrungsbedingter Gewohnheitsmäßigkeit entspricht und daher als ‚per Konvention Erwartbare‘ im Sinne Sandigs (2006) angesehen werden kann, vor dessen Hintergrund die konkrete Textperformanz, der Stil einer Website, eine Wirkung auf die Textrezipienten ausübt. Aus dieser Perspektive wird der Umgang mit Gestaltungskonventionen im WWW zum bedeutsamen kommunikativen Handeln. So begreift auch Hahn (2015) nicht zwingend die Einhaltung von Konventionen, sondern vielmehr das Bewusstsein bzgl. entsprechender Wirkungen als letztlich entscheidendes Kriterium adäquater Webgestaltung:

Richtig oder falsch gibt es hier selten, eher passender oder weniger passend, nämlich passend [...] zur gewünschten Wirkung (Hahn 2015: 189).

Darauf aufbauend wird im Folgenden ein zeichentheoretischer Rahmen erarbeitet, innerhalb dessen der semiotisch-kommunikative Gehalt von Stil anschaulich interpretiert und methodisch greifbar gemacht werden kann.

3.4 Stil als semiotisch-kommunikative Textqualität

Das Erkenntnisinteresse dieser Arbeit bezieht sich neben den diachronen Entwicklungstendenzen der Textperformanz im WWW auf die Wirkung, die sie synchron auf die Rezipienten ausübt. Wie oben deutlich wurde, bietet sich Sandigs (2006) Stilverständnis gerade in dieser Hinsicht an: Es erlaubt, die konkrete Art und Weise der Textgestaltung als merkmalfhafte (Stil-) ‚Gestalt‘ zu begreifen, die zusätzlich zum eigentlichen, primären inhaltlichen Aussagegehalt eines Textes komplementäre, sekundäre Informationen z.B. pragmatischer Art (Hinweise auf den außersprachlichen Kontext der Kommunikation, das Selbstverständnis des Textproduzenten, die Beziehung der Kommunikationspartner zueinander usw. – ‚Stilsinn‘) portiert und dadurch auf der Folie der Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen der Rezipienten eine ganzheitliche Wirkung (‚Stilwirkung‘) auf diese ausübt,

welche anhand von Bewertungen durch Schlagwörter (z.B. hinsichtlich der Einschätzung des Textproduzenten) im Rahmen von Rezipiententests empirisch untersucht werden kann (vgl. 3.2).

So lässt sich Stil zunächst ganz allgemein als semiotisch-kommunikative Textqualität fassen, die dem Rezipienten nicht wie im Fall konventionalisierter oder sogar kodifizierter Zeichensysteme (z.B. Standardsprachen) eine semantisch mehr oder weniger objektiv definierte Bedeutung kommuniziert, sondern ein erfahrungs- und erwartungsspezifisch (inter-) subjektiv zu interpretierendes sekundäres Sinnangebot macht.

In diesem Zusammenhang sei in einem kurzen Exkurs vorab auf die grundlegende Unterscheidung zweier Zeichenmodelle hingewiesen, auf die die im Folgenden vorgestellten Ansätze sich explizit und implizit beziehen.

3.4.1 Exkurs: Dyadische und triadische Zeichenmodelle⁸⁹

In der Semiotik werden nach der Anzahl ihrer Komponenten gemeinhin zwei Arten von Zeichenkonzeptionen unterschieden: dyadische (zweigliedrige) und triadische (dreigliedrige) Modelle, deren bekannteste Vertreter Saussure bzw. Peirce sind (siehe dazu auch z.B. Nöth 2000: 137–141, 2009: 1179f). Die im Sinne des hier vorliegenden Erkenntnisinteresses wesentlichen Charakteristika ihrer Zeichentheorien werden nachfolgend jeweils knapp zusammengefasst.

3.4.1.1 Saussure

Vor dem Hintergrund seiner Beschäftigung mit dem Zeichensystem ‚Sprache‘ setzt sich Saussure (2001 [1931]) mit dem sprachlichen Zeichen auseinander, wenngleich er die Sprachwissenschaft letztlich nur als Teilgebiet einer allgemeinen ‚Semeologie‘ betrachtet (vgl. Saussure 2001 [1931]: 18–21). Er begreift das Sprachzeichen als untrennbare arbiträre Einheit aus ‚Lautbild‘ (‚Bezeichnung‘/‚Bezeichnendes‘) und ‚Vorstellung‘ (‚Bezeichnetes‘) (vgl. Saussure 2001 [1931]: 76–82) im Sinne von mentalen Konzepten, dessen semantischer Wert sich in Abhängigkeit

⁸⁹ Vorüberlegungen dazu in Zankl (2014: 157ff).

von den Relationen bzw. Oppositionen zu den anderen Zeichen im System der jeweiligen Sprache konstituiert (vgl. Saussure (2001 [1931]: 132–146) und in diesem Sinne keinen Raum für subjektive, wissens- und/oder kontextabhängige Interpretationen bietet, sondern synchron objektiv und arbiträr durch das kollektiv verinnerlichte System vorgegeben wird. Da sich die strukturelle Linguistik auf die systemischen Relationen der Elemente innerhalb einer Sprache im Sinne eines abgeschlossenen Mehrebenen-Systems (phonologische, morphologische, lexikalische, syntaktische Ebene) konzentriert und sowohl die Äußerungsform ‚Text‘ als auch die außersprachliche Wirklichkeit, d.h. Referenzobjekte, aber auch z.B. Kommunikationskontext und -teilnehmer, grundsätzlich nicht als system- bzw. zeichenrelevant betrachtet, finden diese im strukturalistischen Zeichenmodell keine Berücksichtigung (vgl. Harweg 2000: 28ff; Nöth 2000: 73ff, 2009: 1179), vielmehr existieren Zeichen und Welt bei Saussure grundsätzlich unabhängig voneinander (siehe dazu auch Sonnenhauser 2012: 49–53).⁹⁰

3.4.1.2 Peirce

Im Gegensatz dazu beschreibt Peirce (1932 [o.J.]: 135/CP 2: 228) im Rahmen seiner allgemeinen Zeichentheorie ein Zeichen als triadische Relation dreier Korrelate: Ein Zeichen im engeren Sinn, d.h. ein wahrnehmbarer Zeichenkörper (‚Repräsentamen‘), erzeugt im Geist des Rezipienten (‚Interpret‘) ein äquivalentes Zeichen (‚Interpretant‘), welches in einer bestimmten Hinsicht für ein ihm bekanntes ‚Objekt‘ steht, wobei das Objekt kein dinglicher Gegenstand sein muss, sondern hier ganz grundsätzlich das ‚Repräsentierte‘ gemeint ist (vgl. Nöth 2000: 62ff; 2009: 1180). Mit Blick auf die möglichen Beziehungen zwischen den drei Korrelaten entwickelt Peirce eine komplexe Zeichentypologie, deren bekannteste Unterscheidung die auf der Relation zwischen Zeichenkörper und Objekt basierende Differenzierung der Zeichenarten ‚Ikon‘ (Ähnlichkeitsbeziehung), ‚Index‘ (Kontiguitäts- bzw. Kausalitätsbeziehung) und ‚Symbol‘ (Konventionalitätsbeziehung) (vgl. Peirce 1983 [1903]: 64–67) ist. Peirce betrachtet

⁹⁰ Eine Modifizierung und Weiterentwicklung von Saussures Zeichenmodell unternimmt u.a. Hjelmslev (1974 [1943]).

Zeichen demnach nicht als distinkte Elemente eines in sich geschlossenen Systems, sondern stellt vor dem Hintergrund seiner „pansemiotische[n] Sicht des Universums“ (Nöth 2000: 61) den dynamischen Prozess der Semiose als (rezipientenabhängig-subjektiven) interpretativen Akt, durch den alles Wahrnehmbare zum Zeichen werden kann, in den Mittelpunkt (siehe dazu auch Sonnenhauser 2012: 142–154).

Während die Systemorientierung und die damit verbundene Ausklammerung der Textebene und der außersprachlichen Wirklichkeit einerseits sowie die Beschränkung auf die Semiose-Prozesse einzelner Zeichen und die Vernachlässigung ihrer Binnenstruktur andererseits mehr oder weniger große Vorbehalte hinsichtlich der Anwendbarkeit dieser semiotischen ‚Extrempositionen‘ auf Stil im für die Zwecke dieser Arbeit erforderlichen Sinne (vgl. 3.1) bedingen (siehe dazu auch Zankl 2014: 157ff), bietet die Semiotik der Schule von Moskau und Tartu einen zwischen beiden Modellen gelagerten Ansatz, der erlaubt, Stil als Zeichen auf Textebene zu begreifen und damit der hier postulierten Ganzheitlichkeit der Stil-Gestalt auf Textebene und ihrer semiotischen Sekundarität gegenüber dem primären Aussagegehalt eines Textes Rechnung zu tragen. Die Grundzüge der Semiotik der Schule von Moskau und Tartu werden im Folgenden vorgestellt.

3.4.2 Semiotik der Schule von Moskau und Tartu⁹¹

Nach ihren geografischen Zentren wird die semiotische Forschung in der Sowjetunion der 1960er bis 1980er Jahre als Schule von Moskau und Tartu bezeichnet.⁹² Charakteristisch für die Schule ist einerseits die implizite, ‚stillschweigende‘ Übernahme des dyadischen Zeichenmodells und der grundsätzlich durch binäre Oppositionen geprägten Vorstellungen und Begrifflichkeiten der strukturalen Linguistik Saussures, Hjelmslevs und der Prager Schule (z.B. Ausdruck – Inhalt, Figur – Grund, Zentrum – Peripherie), die gleichzeitig als

91 Vorüberlegungen dazu in Zankl (2014: 159–164, 2016: 85).

92 Als Hauptvertreter der vor allem linguistisch interessierten Gruppe in Moskau gelten Ivanov, Lekomev, Pjatigorskij, Revzin, Šaumjan, Toporov, Uspenskij und Žolkovskij, die meist literatur- und kulturwissenschaftlich orientierten Untersuchungen aus Tartu stammen überwiegend von Lotman (vgl. Nöth 2000: 97).

Erklärung für das Fehlen einer expliziten Formulierung ihrer theoretischen Grundlagen angesehen werden kann, andererseits ein auf informations- und kommunikationstheoretische Aspekte erweiterter Blickwinkel und ein breites, interdisziplinär geöffnetes Forschungsinteresse im Bereich der angewandten Semiotik, das in zahlreichen Einzelstudien zu nicht nur sprach-, literatur- und kulturwissenschaftlichen, sondern u.a. auch mathematischen und kybernetischen Fragestellungen zum Ausdruck kommt (vgl. Eimermacher 1981: 32ff; Fleischer 1989: 53ff, 1998: 2289ff; Nöth 2000: 97f).

Abgesehen von einzelnen konkreten Vorschlägen zur Modifizierung der strukturalistischen Konzeption – insbesondere in Richtung einer pragmatisch-kommunikativen Öffnung⁹³ – spielen diskrete Zeichen, ihre Beschreibung oder Klassifikation in den Arbeiten der Schule von Moskau und Tartu keine große Rolle. Vor dem Hintergrund ihrer informations- und kommunikationstheoretisch erweiterten Ausrichtung interessiert sie sich vielmehr für

Merkmale und Formen von Zeichenhaftigkeit aller, – und zwar ausdrücklich ohne jede Einschränkung, – kulturellen Objekte als Ausdruck von Informationsspeichern (Eimermacher 1981: 33)

und insbesondere für die (Zeichen-) Systeme, welche sie erzeugen. Dabei geht die Schule von Moskau und Tartu von einem Modellcharakter der natürlichen Sprache für alle Systeme aus (vgl. Fleischer 1998: 2295; Nöth 2000: 98), die sie folglich ebenso als ‚Sprachen‘ bezeichnet (z.B. Lotman 1967: 130), und postuliert – analog zum strukturellen Aufbau einer natürlichen Sprache – eine nach Komplexität und Funktionalität hierarchisch aufeinander aufbauende Anordnung aller Systeme einer Kultur im Sinne von Ebenen eines umfassenden Kultursystems. Die damit verbundene Auffassung, dass ein vergleichsweise einfaches System einer niedrigeren Hierarchieebene Zeichen generiert, welche von einem komplexeren System einer

93 So betont beispielsweise Lekomcev (1977 [1973]: 40ff) die Vereinbarkeit des zweigliedrigen Zeichenmodells mit Peirce' triadischer Relation, verkennt dabei aber die tatsächliche Bedeutung letzterer, die sich nicht auf eine Dyade zurückführen lässt (siehe dazu auch Fleischer 1989: 110f, 1998: 2292, 2296).

höheren Hierarchieebene als Basiselemente verwendet, d.h. wiederum kodiert werden (z.B. Ivanov 1986 [1962]: 74), bildet den Ausgangspunkt für die Unterscheidung zweier Arten von Systemen (vgl. Fleischer 1998: 2293). Als grundlegendes, primäres Zeichensystem gilt die natürliche Sprache, wohingegen

[s]istemy, v osnove kotorych ležit natural'nyj jazyk i kotorye priobretajut dopolnitel'nye sverchstruktury, sozdavaja jazyki vtoroj stepeni, udobno nazyvaj' vtoričnymi modelirujuščimi sistemami (Lotman 1967: 131).

Gerade die ‚sekundär modellierenden‘ (synonym: ‚sekundär modellbildenden‘) Systeme stehen im Fokus der Schule von Moskau und Tartu. Während man sich zunächst vor allem mit solchen sekundären Systemen beschäftigt, die auf Zeichenelemente des primären Systems der natürlichen Sprache zurückgreifen und mit bzw. über diesen neue Strukturen bilden (z.B. Poesie), etabliert sich im Zuge der intensiven Auseinandersetzung mit Themen der angewandten Semiotik ein breiteres Verständnis, das auch Misch- oder ‚Parallelformen‘ wie Theater, Kunst, Tanz oder Musik miteinschließt (z.B. Lotman/Uspenskij/Ivanov/Toporov/Pjatigorskij 1986 [1973]⁹⁴: 108). Für jedes Zeichensystem werden – wiederum analog zur natürlichen Sprache – Regeln angenommen, die seinen Gebrauch bestimmen, wobei Abweichungen in unterschiedlichem Maße als tolerierbar angesehen werden und gerade im Bereich der sekundären Systeme das Wechselspiel zwischen Zentrum und Peripherie bzw. „das Spannungsverhältnis von Norm und Abweichung als wesentliches Element der kulturellen Dynamik“ (Nöth 2000: 98) gilt (z.B. Lotman 1990: 162f; vgl. Nöth 2000: 99).

Jedes Erzeugnis, jede Form der Manifestierung eines Zeichensystems bezeichnet die Schule von Moskau und Tartu als ‚Text‘, wobei Lotman et al. 1986 [1973] entsprechend der beiden o.g. Systemarten zwei Arten von Texten unterscheiden: den diskreten Typ, der sich aus Systemeinheiten der natürlichen Sprache als primärem Zeichensystem zusammensetzt und in diesem Sinne ein sekundär konstruiertes Zei-

94 Im Folgenden: Lotman et al. 1986 [1973].

chen darstellt, und den nichtdiskreten Typ, der durch ein sekundäres Zeichensystem erzeugt wird und insofern

nicht als sekundärer, aus einer Kette von Zeichen abgeleiteter, in Erscheinung tritt, sondern als primärer. Der Text dieses Typs ist nicht diskret und zerfällt nicht in Zeichen. Er stellt ein Ganzes dar und gliedert sich nicht in einzelne Zeichen, sondern in Differenzmerkmale (Lotman et al. 1986 [1973]: 91).⁹⁵

Im Gegensatz zum klassischen Strukturalismus betrachtet die Schule von Moskau und Tartu den Text demnach nicht mehr nur als sekundäres Phänomen im Kontext der Ebenenhierarchie eines Zeichensystems, sondern auch bzw. vor allem als originäres Zeichen und damit dezidiert als „Grundbegriff der [...] Semiotik“ und „Erstelement (Basis-einheit) der Kultur“ (Lotman et al. 1986 [1973]: 90). Als wesentliche Charakteristika von Texten werden dabei – letztlich vergleichbar mit pragmatisch-kommunikativ-orientierten Ansätzen (vgl. 2.3.1) – semantisch-inhaltliche Kohärenz und kommunikative Funktionalität genannt: Ebenso wie Lotman et al. (1986 [1973]: 90) Texte als „Träger einer einheitlichen Bedeutung und einer einheitlichen Funktion“ definieren, nennt schon Pjatigorskij (1962: 145) Fixiertheit, Intentionalität und Verständlichkeit als zentrale Voraussetzungen für Textualität bzw. Texte als ‚Signale‘ (vgl. Lucid 1977: 13).⁹⁶ Als Methode zur Beschreibung nichtdiskreter Texte wird eine diskrete Metasprache von Differenzmerkmalen vorgeschlagen, durch die sich ihre Charakteristika anhand binärer Oppositionen darstellen lassen.

Insgesamt definiert die Schule von Moskau und Tartu ‚Text‘ damit weniger strukturell-systemisch als pragmatisch-funktional im Sinne eines sich von einem Hintergrund ganzheitlich abhebenden Zeichens im Kommunikationsprozess zwischen Textproduzent und

95 Texte des nichtdiskreten Typs können dabei auch diskrete Zeichen beinhalten (z.B. mündliche Rede im Film), diese erhalten ihren Sinn aber erst im Kontext des Gesamttextes als Zeichen.

96 Das bei Pjatigorskij (1962) anklingende ‚Sich-Abheben‘ von Texten (gegenüber Nicht-Texten) erinnert, ebenso wie Lotmans (1972 [1964]: 48) Ausführungen zu Zeichen im Allgemeinen (vgl. Fleischer 1998: 2291), an die aus der Prager Schule bekannte Figur-Grund-Dichotomie.

-rezipient (z.B. Pjatigorskij 1962; Lotman/Pjatigorskij 1977 [1968]; vgl. Lucid 1977: 13f). Diese Ansiedelung des Zeichenbegriffs auf Textebene ist der wohl größte Unterschied der Schule von Moskau und Tartu zur allgemeinen Theorie der strukturellen Linguistik und kann gerade in Anbetracht der vielen weiteren Vorstöße in Richtung einer pragmatisch geöffneten Semiotik (z.B. Lekomcev (1977 [1973]) als Versuch interpretiert werden, die statische Systembezogenheit der Strukturalisten durch eine kommunikativ-funktionale Komponente aufzubrechen. Diese neue Dynamik wird besonders deutlich in der Ansicht, ein Text – gemeint ist hier vor allem der im Fokus der Schule stehende primäre, nichtdiskrete Typ als Erzeugnis eines sekundären Systems – sei ein Modell der Welt: Da die Strukturen von Texten nach Meinung der Schule von Moskau und Tartu

funktional auf die Verarbeitung, Weitergabe und Erzeugung von immer neuen Informationen bzw. Erkenntnissen im Rahmen übergeordneter gesellschaftlicher bzw. kultureller Zusammenhänge angelegt sind (Eimermacher 1981: 33),

werden Texte als „Modelle der Welt bzw. ihrer Fragmente“ (Lotman et al. 1986 [1973]: 108) betrachtet. Vor dem Hintergrund des kybernetischen Modellverständnisses der Schule von Moskau und Tartu (siehe dazu Sonnenhauser 2012: 67ff) ist das Modell, das ein konkreter Text darstellt, nicht als objektives Abbild, sondern als Interpretation der Welt durch ein bestimmtes Zeichensystem zu verstehen (vgl. Sonnenhauser 2012: 69f).⁹⁷ In diesem Zusammenhang geht Lotman (1972 [1964]: 38) am Beispiel der Kunst auch auf das Verhältnis zwischen Modell, Autor und Rezipient ein und hebt hervor, dass die Struktur des Modells nicht nur die künstlerische Welt als Objekt widerspiegelt, sondern auch die Bewusstseinsstrukturen des Autors, die dem Rezipienten dadurch kommuniziert werden (vgl. Fleischer 1989: 78f).

⁹⁷ Darüber hinaus ist das Attribut ‚modellierend‘ im Sinne der Kybernetik auch als ‚verhaltensregulierend‘ zu verstehen (siehe dazu z.B. Ivanov 1977 [1965]; vgl. Sonnenhauser 2012: 68f).

Die Semiotik der Schule von Moskau und Tartu nimmt eine Mittlerposition zwischen dem dyadischen Zeichenmodell der strukturellen Linguistik und der triadischen Zeichenrelation von Peirce ein, da sie zwar im binären Denken des Strukturalismus verwurzelt ist, die statische Systembezogenheit der Strukturalisten aber insbesondere durch die Verortung des Zeichenbegriffs auf Textebene und die Vorstellung, es handle sich dabei um ein Modell der Welt, semiotisch zu dynamisieren versucht (vgl. Sonnenhauser 2012: 73). Gleichzeitig bietet sie dadurch auch einen theoretischen Rahmen, um Stil im hier verstandenen Sinne semiotisch zu interpretieren: Der Schule von Moskau und Tartu folgend können die Möglichkeiten ganzheitlicher, d.h. hier vor allem in sequenzieller, direktonaler und modaler Hinsicht umfassend verstandener Textgestaltung als sekundäres Zeichensystem begriffen werden, das mit Elementen der natürlichen Sprache und/oder anderer Zeichenarten parallel zu ihr semiotische Superstrukturen bildet und auf diese Weise ein funktional kohärentes Zeichen – Stil – erzeugt, welches in Relation zum Hintergrund des ‚per Konvention Erwartbaren‘ wahrgenommen und interpretiert werden kann. Einer strengen Auslegung der Figur-Grund-Dichotomie im Sinne von Text – Nicht-Text, Zeichen – Nicht-Zeichen bzw. Stil – Nicht-Stil wird hier allerdings nicht gefolgt, da binäre Oppositionen als gedankliches Konstrukt mit einer Vereinfachung einhergehen, die der Realität, wie schon im Zusammenhang mit den De Beaugrande/Dresslers (1981) Textualitätskriterien deutlich wurde (vgl. 2.3.1), kaum gerecht werden können (vgl. Fleischer 1989: 155f) und das hier vertretene Verständnis von Stil als Performanzphänomen (im Gegensatz zu abweichungsstilistischen Positionen) impliziert, dass jeder Text ‚Stil‘ hat, wenngleich seine Interpretation und Wirkung vom ‚per Konvention Erwartbaren‘ abhängen:

Voraussetzung ist stilistisches Erfahrungswissen der Rezipienten, um das, was als „foregrounded“, als Figur, vor dem „background“ oder Grund des Wissens in sprachlichen Strukturen erscheint, wahrzunehmen (Sandig 2008: 1117).

Das Spannungsverhältnis zwischen den Erwartungen und der tatsächlichen Textperformanz bzw. tolerierten Abweichungen kann dabei gemäß der ‚Zentrum – Peripherie‘-Vorstellung der Schule (vgl. z.B. Lotman 1990: 162f) als Motor für die dynamische Entwicklung von Gestaltungskonventionen gesehen werden.

Der Stil eines Textes wird so im Sinne der in 3.1 skizzierten Anforderungen zur ganzheitlichen, merkmalfhaften semiotischen (Gestalt-) Qualität, die über seiner ‚wörtlichen‘, d.h. durch das primäre Zeichensystem ‚Sprache‘ erzeugten Bedeutung gelagert ist und nicht wie diese anhand von diskreten Zeichen, sondern als ganzheitliches Zeichen anhand von Differenzmerkmalen beschrieben und verglichen werden kann. Dem weiter folgend kann der semiotische Gehalt von Stil, Sandigs (2006) ‚Stilsinn‘, als Modell begriffen werden, das die außersprachliche Welt bzw. Teile von ihr, insbesondere die Bewusstseinsstrukturen des Textproduzenten (bzw. der textproduzierenden Institution), auf eine bestimmte Art und Weise interpretiert und dem Rezipienten dadurch ein Sinnangebot macht, das sich aufgrund seiner Analogiebeziehung zu den materiellen Stilstrukturen und Differenzmerkmalen greifbar machen lässt.

Somit bietet die Semiotik der Schule von Moskau und Tartu eine Möglichkeit, Stil als ganzheitliches sekundäres Zeichen auf Textebene zu begreifen, das dem Rezipienten im Sinne eines ‚Informationsspeichers‘ ein durch das System ‚Textgestaltung‘ interpretiertes, modellhaftes Weltbild suggeriert. Zwar im Rahmen der Figur-Grund-Vorstellung implizit verortbar, aber nicht explizit thematisiert wird dabei das ‚per Konvention Erwartbare‘, das nach dem hier vertretenen Stilverständnis den Hintergrund für die tatsächliche Wirkung dieses Zeichens ‚Stil‘ auf den Rezipienten bildet. Unter einer stärkeren Einbindung des erwartungssteuernden Kommunikationskontexts schlagen neuere textsemiotische und -stilistische Ansätze eine ‚indexikalische‘ Auslegung des semiotischen Gehalts der Textperformanz vor. Sie werden im nächsten Abschnitt skizziert.

3.4.3 Neuere Ansätze zur Semiotik der Textperformanz⁹⁸

Die semiotische Relevanz der Textgestaltung ist gerade im Zuge des auch außerhalb der Stilistik zunehmenden linguistischen Interesses für Oberfläche und Performanz (vgl. 3) verstärkt in den Blick geraten. Entsprechende Ansätze (z.B. Antos 2001, 2009; Schmitz 2006; Stöckl 2006; Antos/Spitzmüller 2007; Bucher 2007; Spitzmüller 2009; Schirnhofner 2010) begreifen die konkrete Art und Weise der Textperformanz und insbesondere bestimmte, gerade para- und nonverbale Gestaltungseigenschaften (z.B. Design oder Typografie) meist unter expliziter oder impliziter Berufung auf dynamische Zeichentheorien als semiotische Ressource, die der Rezipient in Abhängigkeit von seinem Kontext- und Musterwissen im Sinne eines ‚Verstehenshinweises‘ (vgl. Spillner 1995: 72), z.B. hinsichtlich kontextueller Rahmenbedingungen oder produzentenseitiger Intentionen, gleichsam einer ‚visuellen Rhetorik‘ (vgl. Antos 2001: 64) wahrnehmen und interpretieren kann.⁹⁹ Gerade, da der Textgestaltung selbst dabei keine eigene semantische Bedeutung, sondern lediglich eine Verweisfunktion zukommt, wird ihr in diesem Zusammenhang häufig ein indexikalischer Zeichencharakter beigemessen. So stellt Antos (2009: 408f) vor dem Hintergrund Kellers (1995) Zeichentypologie¹⁰⁰ fest:

Bei der Bedeutungskonstitution ist zeichentheoretisch eine Semiotisierung ohne gleichzeitige Semantisierung zu postulieren! Anders ausgedrückt: Zeichentypen wie Symbole und Ikone gehören dem Reich der Semantik an; Symptome und vor allem die weithin ausgeblendeten ‚Indizien‘ gehören hingegen in das die Semantik übergreifende Reich der Semiotik. [...] Ein kommunikatives Performanz-Phänomen kann (muss aber nicht!) von einem Kommunikationspartner (oder von Beobachtern)

98 „Semiotik der Text-Performanz. Symptome und Indizien als Mittel der Bedeutungskonstitution“ lautet der Titel bei Antos (2009).

99 Als Bezugsgrundlage dienen dabei häufig (z.B. Stöckl 2006, Spitzmüller 2009; Schirnhofner 2010) die sog. Social Semiotics (z.B. Van Leeuwen 2005), die sich vor allem mit der Zeichenhaftigkeit multimodaler Kommunikation auseinandersetzen (vgl. 2.2.3) und sich ihrerseits auf die Peirce’sche Semiotik berufen, und/oder Kellers (1995) Zeichentheorie (z.B. Antos/Spitzmüller 2007; Bucher 2007; Antos 2009; Spitzmüller 2009), die sich ebenfalls an Peirce anlehnt.

100 Keller (1995: 114) übernimmt Peirce’s bekannte Typologie (vgl. 3.4.1.2), wählt anstatt ‚Index‘ aber die Bezeichnung ‚Symptom‘.

zu einem ‚Indiz‘ erhoben werden, um daraus bestimmte, für das Verständnis bedeutungsvolle Schlüsse ziehen zu können.

In ähnlicher Weise sprechen beispielsweise Uspenskij (1969: 489) und Spillner (1995: 68) stilistischer Gestaltung semantische Relevanz ab (vgl. Nöth 2009: 1191), und auch die Charakterisierung von Stil als indexikalisches Zeichen, das dem Rezipienten als semiotische Ressource pragmatischer Zusatzinformationen zur Verfügung steht, findet sich immer wieder: Während Stil als konkrete Art und Weise der Textperformanz nach Nöth (2009: 1182) vor allem dann als indexikalisch-zeichenhaft im Sinne Peirce‘ (1983 [1903]: 65) begriffen werden kann, wenn seine Funktion wie z.B. bei Fix (2001: 113) in erster Linie darin gesehen wird, die eigene Sichtbarkeit zu erhöhen, bezeichnet Sandig (2006) selbst Stil vor dem Hintergrund ihrer u.a. ethnomethodologisch fundierten Herangehensweise als „Mittel der Situationsanpassung von Handlungen, das Mittel schlechthin der „Indexikalisierung““ (Sandig 2006: 22) und schreibt ihm an anderer Stelle unter Bezugnahme auf Bühler (1934) ‚Symptom‘-Charakter zu (vgl. Sandig 2006: 29). Die Auffassung von Stil als indexikalischem Zeichen, das erst dann zu einem solchen wird, wenn der Rezipient es mit etwas ihm Bekannten in Verbindung (Kausalitäts- bzw. Kontinguitätsbeziehung) bringt und daher im Rahmen eines interpretativen Prozesses als Zeichen erkennt, deutet und bewertet, stellt eine plausible Konkretisierung seines semiotischen Charakters dar: Die (inter-) subjektive Wirkung der konkreten Art und Weise der Textperformanz kann demnach trotz semantischer ‚Bedeutungslosigkeit‘ semiotisch gefasst werden, und zwar als (im Sinne Morris‘ 1988 [1938] ‚pragmatischer‘) Verweis auf den außersprachlichen Kommunikationskontext, den der Rezipient vor dem Hintergrund seines Wissens und seiner situativ-funktional spezifischen, erfahrungsbasierten Erwartungen ggf. wahrnimmt und interpretiert.

3.4.4 Fazit

Die bei Sandig (2006) sehr breite Vorstellung des semiotischen Gehalts von Stil, Stilsinn, lässt sich mithilfe zweier auf den ersten Blick sehr unterschiedlicher Konzepte theoretisch konkreter fassen und letztlich

mit von Sandig (2006) selbst vorgeschlagenen Methoden am Untersuchungsgegenstand dieser Arbeit, Websites russischer Hochschulen, greif- und operationalisierbar machen. Der Semiotik der Schule von Moskau und Tartu folgend können die grundsätzlichen Möglichkeiten und Potenziale der Textgestaltung im WWW als sekundäres modellbildendes System angesehen werden, das im Rahmen der konkreten Textperformanz ein funktional ganzheitliches, aber anhand konkreter Differenzmerkmale beschreibbares Zeichen, den Stil einer Website, erzeugt. Dieses Zeichen spiegelt einerseits die Möglichkeiten und Strukturen des Systems wider, das es hervorgebracht hat, und ist andererseits ein Analogon zu dem Ausschnitt der Welt und insbesondere zum Autor bzw. der textproduzierenden Institution, die es modellhaft repräsentiert. Da dem Stil einer Website zwar selbst keine semantische Bedeutung, aber eine Verweisfunktion zukommt, kann diese sekundäre, d.h. über dem eigentlichen inhaltlichen Aussagegehalt des Textes ‚Website‘ liegende semiotische (Gestalt-) Qualität mit neueren Ansätzen zur Semiotik der Textperformanz als indexikalisches Zeichen im Peirce’schen Sinne charakterisiert werden: Die Art und Weise der ganzheitlichen, d.h. hier vor allem: sequenziellen, direktionalen und modalen Gestaltung einer Website kann vor dem Hintergrund der kontext- und erfahrungsspezifischen Erwartungen der Rezipienten von diesen mit etwas ihnen Bekanntem in Verbindung gebracht und entsprechend interpretiert und bewertet werden. Entsprechend ist die von Sandig (2006) vorgeschlagene Methode, die Wirkung von Stil anhand vorgegebener bewertender Schlagwörter bzgl. ‚sprecherbezogenen Unterstellungen bei Rezipienten‘ (vgl. Sandig 2006: 38f) empirisch zu untersuchen, als zielführend einzuschätzen.

Vor dem Hintergrund der spezifischen Gestaltungsmöglichkeiten von Websites und einem entsprechend pragmatisch-kommunikativ fundierten, prototypentheoretisch erweiterten Verständnis von ‚Text‘ und situativ-funktional bestimmten ‚Textsorten‘ wird hier Stil als theoretischer Rahmen zur Untersuchung der diachronen Entwicklung der konkreten Website-Performanz im Sinne einer kommunikativ-integrativen Vermittlungsinstanz zwischen Textproduzent und -rezipient und insbesondere ihrer synchronen Wirkung vorgeschlagen. Das Stil-

verständnis nach Sandig (2006) ermöglicht dabei, Textperformanz und Textwirkung im WWW im Spannungsfeld zwischen Wandel und Konvention in einem handlungs- und zugleich kognitionstheoretischen Zusammenhang zu betrachten und zu untersuchen. Die dabei einfließende Nutzbarmachung gerade strukturalistischer Konzepte wie der Trichotomie ‚System – Norm – Rede‘ oder der Semiotik der Schule von Moskau und Tartu zeigt, dass sich diese an sich sehr verschiedenen linguistischen Perspektiven in gewinnbringender Weise miteinander vereinbaren und auf aktuelle Untersuchungsgegenstände anwenden lassen.

Die im Rahmen dieser Arbeit durchgeführten empirischen Untersuchungen zur diachronen Entwicklung der Textperformanz im WWW und ihrer synchronen Wirkung auf die Rezipienten am Beispiel russischer Hochschulwebsites werden im Folgenden vorgestellt.

4 Empirische Untersuchungen: Korpus, Methodik, Ergebnisse

Die einleitend genannten Thesen zur Entwicklung der Textperformanz im WWW in diachroner Perspektive einerseits und zur Wirkung der Textperformanz in synchroner Hinsicht andererseits wurden im Rahmen dieser Arbeit anhand von zwei aufeinander aufbauenden empirischen Studien am Beispiel russischer Hochschulwebsites überprüft. Nachfolgend werden das grundlegende Korpus_{basis} sowie Vorgehensweise und Ergebnisse der beiden Untersuchungen vorgestellt.

4.1 Korpus_{basis}

Gemäß dem hier vertretenen Verständnis stehen die konkreten Gestaltungsmaßnahmen eines Textes als intentionaler kommunikativer Handlung in unmittelbarem Zusammenhang mit dem außersprachlichen Kontext, der sie evoziert. Mit Blick auf die Bedeutung, die die Rahmenbedingungen der Kommunikation demnach für die Textperformanz haben, sind bei der Zusammenstellung des Korpus ein einheitlicher Handlungskontext und dadurch eine möglichst hohe situativ-funktionale Vergleichbarkeit der untersuchten Websites (im Sinne von Vertretern einer pragmatisch-kommunikativ definierten Textsorte) sicherzustellen.

Wie in 2.3.2 festgestellt wurde, können die Websites russischer Hochschulen aufgrund einer einheitlich kontextuell indizierten Textfunktion zwischen Information und Appell sowie ihrer entsprechend einheitlichen kontextuellen und thematisch-strukturellen Merkmale nach Brinker/Cölfen/Pappert (2014) als eigene Textsorte begriffen werden.¹⁰¹ Da mit Blick auf die Heterogenität der russischen Hochschullandschaft (vgl. 1.2.2) außerdem davon auszugehen ist, dass die

¹⁰¹ Im Rahmen einer kursorischen Recherche lassen sich folgende typische Themen russischer Hochschulwebsites feststellen, die die kontextuell identifizierte Textfunktion zwischen Information und Appell zusätzlich bestätigen: allgemeine Informationen, Studium, Forschung, Internationales, Einschreibung, Sport und Kultur, News.

außersprachlichen Rahmenbedingungen (z.B. Bekanntheitsgrad und Renommee, Studierendenzielgruppe, finanzielle Mittel für die Öffentlichkeitsarbeit) gerade der großen, traditionsreichen staatlichen Hochschulen in besonderem Maße vergleichbar sind, werden für das den empirischen Untersuchungen zugrunde liegende Korpus die Websites von 15 der größten staatlichen Universitäten Russlands gewählt (gemessen an Studierendenzahlen, vgl. Expert RA 2012¹⁰²; siehe [Tabelle 1](#)). Auswahl und Reihenfolge der Hochschulen entsprechen dabei nicht zwingend ihrer tatsächlichen Größe, sondern der Platzierung 1 bis 15 der größten Universitäten im Rahmen eines Rankings russischer Hochschulen durch die Ratingagentur Expert RA im Jahr 2012.¹⁰³ Die Tatsache, dass die Zusammenstellung des Korpus damit nicht nur auf quantitativen, sondern auch qualitativen Aspekten beruht, sichert die Vergleichbarkeit der untersuchten Websites zusätzlich ab. Aufgrund der geografischen Verteilung der so gewählten Universitäten über ganz Russland ergibt sich ein Gesamtbild der russischen Hochschullandschaft, das sich nicht nur auf einzelne Zentren beschränkt, dennoch aber Verdichtungen des Bildungsangebots wie z.B. in St. Petersburg, das hier mit zwei Universitäten vertreten ist, abbildet.

102 Offizielle statistische Angaben zur Größe bzw. zu den Studierendenzahlen der russischen Hochschulen konnten nicht ausfindig gemacht werden, es wird daher auf die Angaben der Ratingagentur Expert RA (siehe <http://raexpert.ru/rankingtable/university/2012/tab02/>, zuletzt aufgerufen am 11.03.2017) zurückgegriffen.

103 Die Rangfolge spielt hier im Weiteren keine Rolle, sondern dient nur der Nummerierung der Universitäten.

Tabelle 1: Korpus_{basis}

Nr.	Offizielle Bezeichnung im Russischen, Abkürzung¹⁰⁴	(Kurz-) Bezeichnung im Deutschen	WWW-Stammadresse (Stand: 31.08.2016)¹⁰⁵
1	Moskovskij gosudarstvennyj universitet imeni M.V. Lomonosova – MGU	Staatliche Lomonosov-Universität Moskau	http://www.msu.ru/
2	Sankt-Peterburgskij gosudarstvennyj universitet – SPBGU	Staatliche Universität St. Petersburg	http://spbu.ru/
3	Sankt-Peterburgskij politechničeskij universitet Petra Velikogo – SPBGPU	Staatliche Polytechnische Universität St. Petersburg	http://www.spbstu.ru/
4	Sibirskij federal'nyj universitet – SFU	Sibirische Föderale Universität	http://www.sfu-kras.ru/
5	Nacional'nyj issledovatel'skij Tomskij gosudarstvennyj universitet – TGU	Staatliche Universität Tomsk	http://www.tsu.ru/
6	Kazanskij (Privolžskij) federal'nyj universitet – KFU	Kazaner Föderale Universität	http://kpfu.ru/
7	Ural'skij federal'nyj universitet imeni pervogo Presidenta Rossii B.N. El'cina – URFU	Uralische Föderale Universität	http://urfu.ru/
8	Južnyj federal'nyj universitet – JUFU	Südliche Föderale Universität	http://www.sfedu.ru/
9	Nižegorodskij gosudarstvennyj universitet imeni N.I. Lobačevskogo – NNGU	Lobačevskij-Universität Nižnij Novgorod	http://www.unn.ru/

104 Verwendet werden jeweils die Bezeichnungen und Abkürzungen, die die Universitäten auf ihren Websites angeben.

105 Sämtliche WWW-Adressen wurden im Rahmen dieser Untersuchung im Browser „Mozilla Firefox“, Version 48.0, aufgerufen. Die illustrierenden Screenshots im Folgenden (Abbildungen 1–20) wurden in der Version 57.0 erstellt.

Nr.	Offizielle Bezeichnung im Russischen, Abkürzung¹⁰⁴	(Kurz-) Bezeichnung im Deutschen	WWW-Stammadresse (Stand: 31.08.2016)¹⁰⁵
10	Dal'nevostočnyj federal'nyj universitet – DVFU	Fernöstliche Föderale Universität	https://www.dvfu.ru/
11	Voronežskij gosudarstvennyj universitet – VGU	Staatliche Universität Voronež	http://www.vsu.ru/
12	Irkutskij nacional'nyj issledovatel'skij techničeskij universitet – IRNITU	Staatliche Technische Universität Irkutsk	http://www.istu.edu/
13	Permskij nacional'nyj issledovatel'skij politechničeskij universitet – PNIPU	Staatliche Technische Universität Perm	http://pstu.ru/
14	Tjumenskij gosudarstvennyj neftegazovyj universitet – TJUMGNGU, seit April 2016: Tjumenskij industrial'nyj universitet – TIU	Staatliche Erdöl- und Erdgas-Universität Tjumen, seit April 2016: Industrie-Universität Tjumen	http://www.tsogu.ru/ , seit April 2016: http://www.tyuiu.ru/
15	Belgorodskij gosudarstvennyj nacional'nyj issledovatel'skij universitet – BELGU	Staatliche Universität Belgorod	http://www.bs.u.edu.ru/

Da es aufgrund des enormen quantitativen Umfangs der 15 Websites im Rahmen dieser Arbeit nicht geleistet werden kann, diese vollumfänglich zu untersuchen, wird eine Auswahl an Teilbereichen getroffen, die sowohl ihre zentrale kommunikative Intention zwischen Information und Appell als institutionelles Selbstmarketing-Instrument als auch verschiedene Ebenen des Textes ‚Website‘ widerspiegeln und daher stellvertretend für die Websites im Ganzen analysiert werden können.

Startseite

Als in der Regel erste Kontaktstelle des Rezipienten mit der Website hat vor allem die obligatorische Startseite (engl. *home page*, russ. *glavnaja stranica*, *startovaja stranica*), die direkt unter der WWW-Stammadresse erreicht wird, Selbstdarstellungscharakter: Sie fungiert als virtuelles Foyer, das den Rezipienten gemeinhin auf der Website begrüßen, ihm als typischer operativer Verteilerknoten einen Überblick über die Inhalte der Website verschaffen und durch emotionale Ansprache, attraktive Einstiegspunkte und die Eröffnung themen- bzw. adressatenspezifischer Navigationspfade zur weiterführenden Rezeption bewegen soll (vgl. z.B. Bucher 2004: 143).¹⁰⁶ Obwohl die Startseite z.B. durch den Quereinstieg über die Trefferliste einer Suchmaschine grundsätzlich umgangen werden kann (vgl. Storrer 2009: 2216; Schröder 2013: 38), dient diese häufig auch noch während des Navigierens durch die Website als wichtige Anlaufstelle zur Orientierung (vgl. Nielsen/Loranger 2006: 25f; Dynkowska 2012: 140f). Es handelt sich daher um eine Seite auf Mikroebene, die gleichzeitig die komplexe Struktur der Website auf Makroebene und ihre informativ-appellative Gesamtfunktion repräsentiert und daher eine spezifische Rolle im Gesamttext ‚Website‘ spielt, die Bucher (2004: 143) als ‚advance organizer‘ bezeichnet (siehe dazu auch Dynkowska 2012: 147ff).¹⁰⁷

Informationsseite

Detaillierte Daten und Fakten über die sich vorstellende Hochschule sind in der Regel in einer eigenen Rubrik zu finden, die hier als ‚Informationsseite‘ bezeichnet wird (z.B. *Ob universitete*, *Obščaja informacija*, *Obščie svedenija*).¹⁰⁸ Es handelt sich dabei um einen grundsätzlich optionalen, aber sehr üblichen eigenen Bereich institutionel-

¹⁰⁶ In Einzelfällen ist der Startseite ein Intro (‚Pre-Homepage‘ bei Runkehl/Schlobinski/Siever 1998; ‚Pre-Page‘ bei Schütte 2004) vorgeschaltet, d.h. eine Art Begrüßungsseite, die häufig auch Animations- und Tonelemente enthält.

¹⁰⁷ Dies mag auch eine Erklärung dafür sein, dass die Begriffe ‚Homepage‘ und ‚Website‘ in der Alltagssprache häufig synonym verwendet werden (vgl. Dynkowska 2012: 148). Speziell mit den Startseiten von Websites beschäftigen sich u.a. Schütte (2004) am Beispiel deutscher und russischer Unternehmenswebsites, Rehm (2007) und Dynkowska (2012).

¹⁰⁸ Wenn ein entsprechend explizit benannter Bereich nicht vorhanden ist bzw. dieser nicht direkt angesteuert werden kann, wird ersatzweise ein funktional vergleichbarer

ler Websites, der meist direkt über die Hauptnavigation zu erreichen und aufgrund der tendenziell großen Fülle an Informationen häufig hierarchisch weiter unterteilt ist (z.B. in *Istorija, Missija, Struktura, Rukovodstvo, Svedenija* usw.), wobei hier ggf. nur die oberste Ebene im Sinne einer Mesoebene berücksichtigt werden kann. Im Gegensatz zur Startseite repräsentiert die Informationseite in funktionaler Hinsicht weniger die Appell- als die Informationsfunktion und in struktureller Hinsicht weniger die Makro- als die Mikro- bzw. Mesoebene institutioneller Websites und stellt so eine geeignete Ergänzung des Korpus dar.¹⁰⁹

Das Gesamtkorpus (Korpus_{basis}) besteht damit aus den Start- und Informationsseiten der in Tabelle 1 aufgelisteten 15 Websites, die sowohl ihre kommunikative Intention der Selbstdarstellung als auch ihre Mehrebenenstruktur repräsentieren. Im Rahmen der Untersuchung der diachronen Entwicklung der Textperformanz werden diese beiden Bereiche im Zeitraum 2000 bis 2016 in regelmäßigen Abständen (2000, 2005, 2010, 2016 – Korpus_{dia}) analysiert (siehe 4.2). Vor dem Hintergrund der Ergebnisse werden für die Untersuchung der synchronen Wirkung der Textperformanz (Stand: 2016) drei Websites aus diesem Korpus_{basis} ausgewählt (Korpus_{syn}) und von zielgruppenadäquaten Probanden vergleichend evaluiert (siehe 4.3).

4.2 Empirische Untersuchung I: Entwicklungstendenzen der Textperformanz im WWW

Das erste Erkenntnisinteresse der Arbeit betrifft die diachrone Entwicklung der Textperformanz im WWW. Ziel der empirischen Untersuchung ist dabei insbesondere, am Beispiel russischer Hochschulwebsites die eingangs aufgestellte These 1 zu überprüfen:

Bereich der Website (z.B. *Istorija, Rektorat, Administracija, Struktura*) bzw. der erste direkt ansteuerbare Unterbereich der Rubrik gewählt.

109 Mit den Informationsseiten von Unternehmenswebsites beschäftigen sich z.B. Pollach (2005) und Zankl (2009).

These 1: *Websites wiesen in den ersten Jahren der massenhaften Nutzung des WWW vor allem Gestaltungsmerkmale ‚klassischer‘ Printtexte auf (These 1a) und experimentierten erst im Laufe der Zeit immer mehr mit den Möglichkeiten des neuen Mediums, wodurch sich nach und nach qualitativ eigene, medienspezifische Performanzmerkmale und -muster herausbildeten (These 1b).*

Die methodische Vorgehensweise und die Ergebnisse werden im Folgenden vorgestellt.

4.2.1 Vorgehensweise

Zur Überprüfung von These 1 werden die o.g. Websites im Jahr 2000 auf Merkmale ‚klassischer‘ Printtexte hin untersucht und ihre Entwicklung bis 2016 in regelmäßigen Abständen von jeweils fünf bzw. sechs Jahren betrachtet. Die konkrete Vorgehensweise hinsichtlich der Zusammenstellung eines entsprechend erweiterten Korpus_{dia} sowie der Bestimmung der Untersuchungskriterien und -methodik wird nachfolgend erläutert.

4.2.1.1 Korpus_{dia}

Um die diachrone Entwicklung der Textperformanz untersuchen zu können, muss das Korpus_{basis} um frühere Versionen der 15 russischen Hochschulwebsites ergänzt werden. Auf diese kann in der frei verfügbaren Online-Datenbank ‚Internet Archive‘¹¹⁰ zugegriffen werden, ein gemeinnütziges Projekt mit Sitz in San Francisco, das seit Mitte der 1990er Jahre mithilfe von automatisch suchenden Programmen Momentaufnahmen (engl. *captures, snapshots*) von Websites abspeichert und diese seit 2001 über die Suchmaschine ‚Wayback Machine‘ öffentlich zugänglich macht (siehe dazu Heuer 2005; Rehm 2007: 292; Dynkowska 2012: 143).^{111, 112} Nachdem eine WWW-Adresse über das

¹¹⁰ Siehe <https://archive.org/>, zuletzt aufgerufen am 30.11.2017.

¹¹¹ Neben den nach eigenen Angaben über 279 Mrd. archivierten Seiten (Stand: 23.11.2016) umfasst das Internet Archive u.a. frei zugängliche digitale Bücher, Filme, Software und Musik.

¹¹² Auch Rehm (2007), Dynkowska (2012) und Schildhauer (2016) nutzen das Internet Archive als Datenquelle für diachrone Untersuchungen.

Suchfeld der Wayback Machine aufgerufen worden ist, ist im Rahmen einer Kalenderfunktion der gezielte Zugriff auf frühere Versionen der gesuchten Website möglich.

Der Umfang der Archivierung von Websites im Internet Archive variiert stark, sowohl hinsichtlich der Menge der gespeicherten Websites als auch hinsichtlich der Häufigkeit und zeitlichen Abstände ihrer Speicherung. Dies gilt auch für die Websites des Korpus_{basis}: Beispielsweise wurde die Website der Staatlichen Lomonosov-Universität Moskau (1-MGU) erstmals am 11.11.1996 und seitdem 1.752 Mal archiviert, während die Website der Staatlichen Universität Tomsk (5-TGU) erstmals zwei Jahre später, am 12.12.1998, und seitdem nur 451 Mal archiviert wurde (Stand: 20.08.2016). Außerdem setzt die Archivierung der Websites mancher Universitäten, die aufgrund der in 1.2.2 erwähnten laufenden Reformierungs- und Umstrukturierungsprozesse des russischen Hochschulsektors erst vor wenigen Jahren in der heutigen Form gegründet wurden, unter der hier zugrunde gelegten WWW-Stammadresse entsprechend später ein und ist insgesamt sehr viel weniger umfangreich.¹¹³ Der Umstand, dass nur nach konkreten WWW-Adressen gesucht werden kann, birgt damit grundsätzlich das Risiko, dass die diachrone Entwicklung einer Website wegen einer im Laufe der Zeit geänderten WWW-Stammadresse nicht mehr eindeutig nachzuvollziehen ist (vgl. Dynkowska 2012: 147).¹¹⁴

Die Tatsache, dass detaillierte Betrachtungen der diachronen Entwicklung einzelner Websites nicht nur die hier im Fokus stehenden allgemeinen Entwicklungstendenzen der Textperformanz im WWW vernachlässigen würden, sondern aufgrund der o.g., teilweise archivierungsbedingten Unterschiede und Einschränkungen auch in vie-

113 Grundsätzlich ist festzustellen, dass die gespeicherten Versionen Ende der 1990er Jahre zahlenmäßig noch eher gering sind und im Laufe der Zeit stark zunehmen. Eine Übersicht über den Gesamtumfang der Archivierung der Websites des Korpus_{basis} im Internet Archive (Stand: 20.08.2016) befindet sich im Anhang (siehe 7.1.1).

114 Änderungen der WWW-Stammadresse sind allerdings grundsätzlich sehr unüblich, ggf. wird in der Regel – wie z.B. im Fall der Website der Staatlichen Erdöl- und Erdgas-Universität Tjumen (14-TJUMGNGU, <http://www.tsogu.ru/>), seit April 2016: Industrie-Universität Tjumen (14-TIU, <http://www.tyuiu.ru/>) – eine automatische Weiterleitung auf die neue Adresse eingerichtet, die auch im Internet Archive erfolgt.

len Fällen wenig aussagekräftig bzw. vergleichbar wären, spricht für die kontrastive Analyse zeitlich bestimmter Stichproben der Websites des Korpus_{basis} im Sinne von synchronen Querschnitten. Für die Erstellung des Korpus_{dia} wird daher via Wayback Machine nach den WWW-Stammdressen der 15 Websites gesucht und jeweils die erste Version des Jahres 2000, das hier als Referenzjahr für die Anfangszeiten der massenhaften Nutzung des WWW¹¹⁵ festgelegt wird, sowie der Jahre 2005 und 2010 gewählt.¹¹⁶ Dazu kommt mit Blick auf die nachfolgende empirische Untersuchung II die Version der Websites im Jahr 2016.¹¹⁷ Der Untersuchungszeitraum von 2000 bis 2016 ist dabei angesichts der noch vergleichsweise kurzen Lebensdauer des Mediums WWW insgesamt als aussagekräftig einzuschätzen, während die vier Stichproben in regelmäßigen zeitlichen Abständen die Betrachtung wesentlicher Entwicklungstendenzen der Textperformanz im WWW ermöglichen, ohne sich durch (zu) viele Website-spezifische Momentaufnahmen in Einzelheiten zu verlieren.

Konkret ergeben sich aufgrund der unterschiedlich einsetzenden Archivierung im Internet Archive Stichproben im Umfang von acht Websites für das Jahr 2000, zehn Websites für das Jahr 2005, 13 Websites für das Jahr 2010 und 15 Websites für das Jahr 2016 (siehe

115 Eckdaten zur Internetnutzung in Russland vor 2000 finden sich bei Schütte (2004: 22–26).

116 In Einzelfällen – beispielsweise, wenn die erste Version des jeweiligen Jahres im Internet Archive gravierende Darstellungsprobleme aufweist – wird die nächstmögliche Version gewählt. Dies ist bei folgenden Website-Versionen des Korpus_{dia} der Fall: 11-VGU im Jahr 2000, 9-NNGU im Jahr 2005, 12-IRNITU im Jahr 2005, 4-SFU im Jahr 2010, 10-DVUFU im Jahr 2010 und 13-PNIPU im Jahr 2010 (siehe [Tabelle 2](#)). Beim Navigieren innerhalb einer Website im Internet Archive können außerdem automatische Weiterleitungen zu geringfügig früheren oder späteren Versionen von Unterbereichen bzw. -seiten vorkommen.

117 Da im Rahmen der Probandenbefragung der empirischen Untersuchung II vom 29.07.2016 bis 26.08.2016 die in diesem Zeitraum aktuelle Website-Performanz rezipientenseitig evaluiert wurde (Korpus_{syn}; siehe [4.3.2.2](#)), wird in der empirischen Untersuchung I dieser synchrone Stand (Version vom 26.08.2016 oder letzte vorher im Internet Archive verfügbare Version) berücksichtigt und nicht, wie man im Sinne exakter Fünfjahresabstände argumentieren könnte, die erste Version des Jahres 2015. Da dieser geringfügig größere Abstand der letzten Stichprobe um ca. eineinhalb Jahre deren Regelmäßigkeit nicht wesentlich beeinträchtigt, wird er als gerechtfertigt angesehen.

Tabelle 2). Untersucht werden dabei grundsätzlich, d.h. sofern vorhanden, jeweils Start- und Informationsseite (vgl. 4.1).¹¹⁸

Tabelle 2: Korpus_{dia}

Website	2000	2005	2010	2016
1-MGU	01.03.2000	16.01.2005	05.02.2010	26.08.2016
2-SPBGU	10.05.2000	07.01.2005	07.02.2010	26.08.2016
3-SPBGPU	16.08.2000	12.01.2005	24.01.2010	26.08.2016
4-SFU			25.06.2010	26.08.2016
5-TGU	02.03.2000	06.02.2005	18.01.2010	24.08.2016
6-KFU				26.08.2016
7-URFU				26.08.2016
8-JUFU			27.01.2010	26.08.2016
9-NNGU		25.09.2006	07.02.2010	26.08.2016
10-DVFU			23.09.2011	26.08.2016
11-VGU	06.12.2000	13.06.2005	07.01.2010	26.08.2016
12-IRNITU	20.05.2000	03.04.2005	27.05.2010	26.08.2016
13-PNIPU		23.01.2005	09.08.2011	26.08.2016
14-TJUMG- NGU (2000, 2005, 2010) bzw. 14-TIU (2016)	14.06.2000	25.01.2005	05.01.2010	21.08.2016
15-BELGU	06.12.2000	12.01.2005	06.01.2010	26.08.2016
Umfang der Stichprobe	8	10	13	15

¹¹⁸ Eine Dokumentation des Korpus_{dia} anhand der konkreten, frei im WWW zugänglichen Adressen befindet sich im Anhang (siehe 7.1.2).

Eine Einschränkung des Korpus_{dia} besteht darin, dass Grafik- und Bildelemente vor allem älterer Versionen vereinzelt nicht korrekt angezeigt werden (siehe dazu auch Dynkowska 2012: 147) und sich letztlich nicht beurteilen lässt, ob dies auf die Websites selbst, ihre Archivierung im Internet Archive oder technische Veränderungen (z.B. hinsichtlich der verwendeten Programmiersprache oder der vom Browser aktuell zugelassenen Anwendungen) zurückzuführen ist. Dieser Umstand wird jedoch aufgrund des Anspruchs, nicht schwerpunktmäßig einzelne Details, sondern grundsätzliche qualitative Entwicklungslinien zu untersuchen, als vernachlässigbar angesehen.

Die Untersuchungskriterien sind Gegenstand des folgenden Kapitels.

4.2.1.2 Untersuchungskriterien

Im Rahmen der empirischen Untersuchung I soll überprüft werden, ob es zutrifft, dass Websites in den ersten Jahren der massenhaften Nutzung des WWW vor allem Gestaltungsmerkmale ‚klassischer‘ Printtexte aufwiesen und im Laufe der Zeit immer mehr mit den Möglichkeiten des neuen Mediums experimentierten, wodurch sich nach und nach qualitativ eigene, medienspezifisch funktionale Performanzmuster herausbildeten (These 1). Die charakteristischen Performanzmerkmale ‚klassischer‘ Printtexte im Sinne ‚typischer‘ Texte stellen daher geeignete Kriterien dar, anhand derer die Entwicklung der Textperformanz im WWW hinsichtlich dieses Erkenntnisinteresses objektiv untersucht werden kann. Ihre Herleitung aus der prototypischen Vorstellung der linguistischen Kategorie ‚Text‘ wird im Folgenden vorgestellt.

Da dieser Arbeit ein pragmatisch-kommunikatives, handlungs- und prototypentheoretisch fundiertes Textverständnis von zugrunde liegt (vgl. 2.3), bilden entsprechende, in diesem Zusammenhang bereits zitierte Definitionen den Ausgangspunkt der Überlegungen:

Ein Text hat typischerweise folgende Eigenschaften: Er ist sprachlich, monologisch und schriftlich fixiert, er hat ein Thema, besteht aus mehreren Sätzen, diese sind untereinander verknüpft und bilden einen sinnvol-

len Zusammenhang; er ist in der Regel irgendwie individuell. Ein Text hat eine Funktion [...]; mehr am Rande: ein Text ist irgendwie abgeschlossen und in eine Reihenfolge gebracht (Sandig 2006: 310).

Der Terminus „Text“ bezeichnet eine von **einem** Emittenten hervorgebrachte begrenzte Folge von sprachlichen Zeichen, die in sich kohärent ist und die als Ganzes eine erkennbare kommunikative Funktion signalisiert (Brinker/Cölfen/Pappert 2014: 17).

Die Tatsache, dass in beiden Fällen sequenzielle Linearität, Monodirektionalität und verbale Monomodalität als typische bzw. wesentliche Eigenschaften von Texten genannt werden¹¹⁹, macht deutlich, dass sich die gängige Vorstellung von ‚Text‘ trotz der Betonung der kommunikativen Funktionalität, die auch anderes erfordern könnte, vor allem an ‚klassischen‘ Printtexten wie z.B. Brief, Bericht oder Roman orientiert, welche in ihrer jeweils typischen Erscheinungsform ebendiese Charakteristika aufweisen. In diesem Sinne werden ‚klassische‘ Printtexte im Rahmen dieser Arbeit als ‚typische‘ Texte verstanden (und umgekehrt).¹²⁰

Das hier zugrunde gelegte, wie auch im Zusammenhang mit Texten im WWW (vgl. 2.2.4) in Anlehnung an Koch/Oesterreicher (1994) nicht per se mediendeterminierte, sondern konzeptionelle Verständnis von Linearität, Monodirektionalität und (verbaler) Monomodalität sowie konkrete Merkmale der Textperformanz, in denen sich diese

119 Im Fokus stehen hier nur die Eigenschaften der Textperformanz, thematische und funktionale Aspekte sind durch das grundsätzlich pragmatisch-kommunikativ fundierte Textverständnis bereits abgedeckt. Fixiertheit/Abgeschlossenheit/Begrenztheit steht in engem Zusammenhang mit Linearität (vgl. Storrer 2003: 286) und wird daher nicht gesondert behandelt.

120 Mit Blick auf die Kategorie ‚Text‘ müsste man hier streng genommen von ‚prototypischen‘ Eigenschaften sprechen. Da der Begriff ‚Prototyp‘ im Rahmen dieser Arbeit jedoch auf der Ebene konventionell, d.h. sowohl textproduzenten- als auch textrezipientenseitig akzeptierter Textsorten im Sinne kommunikativer Problemlösungsmittel verortet und ‚Text‘ damit als abstrakte Oberkategorie verstanden wird, innerhalb derer sich einzelne Textsorten als (prototypische) Basiskategorien unterscheiden lassen (vgl. 3.3.4), bleibt auch die Bezeichnung ‚prototypisch‘ für konventionell akzeptierte Textsortenmerkmale reserviert.

Eigenschaften jeweils manifestieren und die sich somit als Untersuchungskriterien eignen, werden nachfolgend skizziert.

Linearität

Unter einem linear konzipierten Text wird hier ein Text verstanden, der so vom Textproduzenten angelegt ist, dass eine bestimmte sequenzielle Rezeptionsreihenfolge nahe gelegt – mit anderen Worten: eine bestimmte *Quaestio* suggeriert – wird (vgl. z.B. Storrer 2000: 240f; Brinker/Cölfen/Pappert 2014: 21), unabhängig von der individuellen Rezeption, welche letztlich nicht beeinflusst werden kann. Konzeptionell lineare Texte zeichnen sich durch einen klar definierten Anfang und ein klar definiertes Ende aus (vgl. z.B. Storrer 2008: 323) sowie durch ein sprachlich-formales (z.B. syntaktisches) und inhaltliches (semantisches) sukzessives Aufeinander-Aufbauen der einzelnen Textteile bzw. -abschnitte (im Sinne der Mikroebene), welche daher nicht in sich eigenständig und separat, sondern im Gesamten und in der vorgesehenen Reihenfolge zu rezipieren sind; das Textganze (im Sinne der Makroebene) steht im Vordergrund.

Demgegenüber stehen sequenziell nicht- bzw. multilinear konzipierte (und entsprechend weniger typische) Texte wie z.B. Zeitung oder Wörterbuch, deren einzelne Teiltex-te (im Sinne der Mikroebene) durchaus selektiv, d.h. unabhängig voneinander und in beliebiger Anzahl und Reihenfolge rezipierbar sind und sein sollen, während das Textganze (im Sinne der Makroebene) in erster Linie einen formalen Rahmen darstellt.¹²¹ Hier wird der in der Literatur üblichere Terminus ‚Nichtlinearität‘ als Antonym zu ‚Linearität‘ gewählt (vgl. 2.2.1).

Monodirektionalität

Statt ‚Monologizität‘ wird hier der allgemeinere Begriff ‚Monodirektionalität‘ im Sinne einer „Einschränkung hinsichtlich der Kommunikationsrichtung“ (Brinker/Cölfen/Pappert 2014: 19) verwendet: Ein

121 Während die Unterscheidung verschiedener Ebenen bei konzeptionell linearen Texten im Prinzip keine Rolle spielt, da es nur eine Ebene gibt, ist diese im Fall von konzeptionell nichtlinearen Texten durchaus relevant. Die unterschiedliche Bedeutung des Textganzen im Sinne einer Makroebene zeigt sich bereits in den Bezeichnungen der Mikroebene, die einerseits Partialität (‚Textteil‘) und andererseits Autarkheit (‚Teiltex-t‘) betonen.

Text ist konzeptionell monodirektional, wenn er von einem Textproduzenten bzw. einer textproduzierenden Institution produziert und präsentiert wird, der Textrezipient hingegen – auch wenn Rezeption letztlich immer auf der kognitiven Interaktion des Rezipienten mit dem Text beruht – rein passiver ‚Konsument‘ bleibt und die physische Textperformanz nicht beeinflussen kann.¹²² Konkret bedeutet dies, dass der Textrezipient einerseits nicht auf die formale Präsentation des Textes einwirken, d.h. Auswahl, Reihenfolge usw. der Textteile nicht verändern kann, was eng mit der Eigenschaft ‚Linearität‘ zusammenhängt, und andererseits keinen inhaltlichen Einfluss auf die Textkonstitution nehmen, d.h. sich nicht an der Textproduktion beteiligen kann.

Im Gegensatz dazu ist gerade die kooperative Textproduktion mehrerer Kommunikationspartner ein Wesensmerkmal bi- oder multidirektional konzipierter (und entsprechend weniger typischer) Texte wie z.B. Formular, Chat, Gespräch oder Podiumsdiskussion. Vor dem Hintergrund der etablierten Dichotomie ‚monologisch – dialogisch‘ wird ‚Monodirektionalität‘ hier (nur) ‚Bidirektionalität‘ (nicht: ‚Multidirektionalität‘) gegenübergestellt (vgl. 2.2.2).

(Verbale) Monomodalität

Als konzeptionell verbal monomodaler Text wird hier ein Text verstanden, dessen vom Textproduzenten intendierter Aussagegehalt ausschließlich durch eine Zeichenart – sprachliche Zeichen – portiert wird, während anderen, para- und nonverbalen Zeichenmodi grundsätzlich keine intendierte semiotische Funktion, d.h. kein Einfluss auf das Textrezeption und -interpretation, zukommt (wobei auch hier gilt, dass die tatsächliche individuelle Rezeption und Interpretation letztlich nicht beeinflusst werden kann). In der Textperformanz manifestiert sich verbale Monomodalität durch eine sowohl quantitative als auch qualitative Dominanz natürlicher Sprache: Zum einen überwiegen verbale Elemente rein umfangs- bzw. flächenmäßig gegenüber para- und nonverbalen Elementen, zum anderen beeinflussen letztere den semiotischen Gehalt des Textes (vgl. 3.4) nicht nennenswert und

¹²² Brinker/Cölfen/Pappert (2014: 19f) begründen diese Eigenschaft mit der textkonstituierenden kommunikativen Funktion, die sich in der Regel nur mit Blick auf einen (einzigen) Textproduzenten bestimmen lässt.

können daher ggf. ohne Wertverlust weggelassen bzw. ggf. sprachlich kompensiert werden.^{123, 124}

Bi- oder multimodal konzipierte (und entsprechend weniger typische) Texte wie z.B. Comic, Bildband oder TV-Werbespot hingegen bedienen sich explizit des Zusammenwirkens verschiedener semiotischer Modi in einem Text, Sprache spielt hier häufig eine untergeordnete bzw. nicht autonom existente Rolle (vgl. Schmitz 2006: 193; Spitzmüller 2009: 466). Obwohl tatsächlich meist ‚nur‘ bimodale Sprache-Bild-Texte im Fokus stehen, hat sich der weiter gefasste Begriff ‚Multimodalität‘ in der Fachdiskussion etabliert und wird daher hier als Gegenpol zu ‚Monomodalität‘ verstanden (siehe 2.2.3).

Damit ergeben sich in drei Kategorien insgesamt sechs Kriterien für die Bewertung von Texten hinsichtlich ihrer Typikalität gemäß den o.g., allgemein akzeptierten Textdefinitionen, die hier konkret herangezogen werden, um die einzelnen Versionen der Websites des Korpus_{dia} auf ihre Ähnlichkeit mit ‚klassischen‘, ebendiese typischen Merkmale aufweisenden Printtexten hin zu untersuchen. In Anlehnung an das Modell von Koch/Oesterreicher (1994) kann der Grad des Zutreffens jedes Merkmals als Endpunkt einer Skala bzw. eines Kontinuums verstanden werden, an dessen anderem Ende das Nicht-Zutreffen des jeweiligen Merkmals steht (siehe [Tabelle 3](#)), so dass sich die diachrone Entwicklung der Textperformanz im WWW anhand konkreter Werte entlang dieser drei Skalen greifbar machen lässt.

Obwohl – oder gerade weil – dieser Kriterienkatalog medienunabhängig und so allgemein gehalten ist, dass er grundsätzlich auf jede Art von Text angewendet werden kann, eignet er sich als Leitfaden

123 Im Umkehrschluss betonen Brinker/Cölfen/Pappert (2014: 22) die Unerlässlichkeit der Berücksichtigung nonverbaler Textelemente bei der Analyse, sofern diese für die Interpretation eines Textes relevant sind.

124 Da es damit, wie eingangs bereits erwähnt, in dieser Arbeit nicht um die Analyse von Sprache bzw. sprachlichen Texten an sich geht, sondern um ihr quantitatives und qualitatives Verhältnis zu anderen Zeichenarten in einem semiotisch komplexen Gesamttext, stehen Merkmale spezifisch russischer Texttraditionen hier nicht im Fokus, stellen aber grundsätzlich einen interessanten Gegenstand weiterführender, auch kulturkontrastiver Untersuchungen dar (siehe dazu 5).

für die empirische Untersuchung I: Die in [Tabelle 3](#) genannten sechs Kriterien sind einerseits konkret genug, um die Textperformanz im WWW und ihre Entwicklung anhand bestimmter Merkmale quantitativ bzw. positivistisch greif- und vergleichbar zu machen, lassen aber andererseits ausreichend Spielraum für eine qualitative Untersuchung, die mit Blick auf das Erkenntnisinteresse unabdingbar ist.

Die konkrete methodische Vorgehensweise der Untersuchung wird anschließend erläutert.

Tabelle 3: Untersuchungskriterien

+ trifft zu	Performanzmerkmale typischer Texte (Untersuchungskriterien)	- trifft nicht zu
←		→
(konzeptionelle) Linearität	Kategorie ‚Sequenziertheit‘: 1. Anfang und Ende des Textes sind klar definiert. 2. Die einzelnen Textteile sind nicht in sich eigenständig, das Textganze steht im Vordergrund.	(konzeptionelle) Nichtlinearität
(konzeptionelle) Monodirektionalität	Kategorie ‚Direktionalität‘: 3. Der Textrezipient kann die formale Präsentation des Textes nicht beeinflussen. 4. Der Textrezipient kann die Textkonstitution inhaltlich nicht beeinflussen.	(konzeptionelle) Bidirektionalität
(konzeptionelle) ver- bale Monomodalität	Kategorie ‚Modalität‘: 5. Verbale Elemente dominieren das Textganze quantitativ. 6. Para- und nonverbale Textelemente können ggf. ohne semiotischen Wertverlust weggelassen werden.	(konzeptionelle) Multimodalität

4.2.1.3 Methodik

Da eine ausschließlich quantitative bzw. positivistische Untersuchung hinsichtlich des Zutreffens der o.g. sechs Kriterien einen begrenzten Erkenntnisgewinn in Aussicht stellt, ist darüber hinaus eine in erster Linie qualitative Analyse erforderlich, die aufzeigt, ob bzw. inwiefern die Textperformanz im WWW im Sinne der These 1 im Laufe der Jahre mit den Möglichkeiten des neuen Mediums experimentiert und sich medienspezifische Performanzmuster herausbilden. Es werden daher im Rahmen der empirischen Untersuchung I die Start- und Informationseiten der 15 Websites des Korpus_{dia} in den Jahren 2000, 2005, 2010 und 2016 (soweit vorhanden, siehe 4.2.1.1) jeweils dahingehend überprüft, ob bzw. in welchem Maße sie die o.g. Merkmale ‚klassischer‘ Printtexte im Sinne von ‚typischen‘ Texten aufweisen und ob bzw. wie sich diese im Zeitraum 2000 bis 2016 qualitativ entwickeln. Ein besonderes Augenmerk liegt dabei auf websiteübergreifenden Tendenzen, die ggf. Rückschlüsse auf eine Veränderung des Verständnisses des Mediums WWW oder eines konventionalisierten Umgangs mit ihm erlauben. Ungeachtet der Orientierung an objektiv hergeleiteten Kriterien birgt dieses in der (Hyper-) Textlinguistik häufig angewandte Verfahren der qualitativen Textanalyse (z.B. Schütte 2004; Wawra 2007; Schröder 2013) zwar grundsätzlich das Risiko subjektiver Bewertungen, ist aber unerlässlich, um gerade die hier im Fokus stehenden qualitativen Entwicklungen erfassen zu können.

Die Ergebnisse der empirischen Untersuchung I hinsichtlich der diachronen Entwicklung der Textperformanz im WWW werden im Folgenden vorgestellt.

4.2.2 Ergebnisse

In diesem Abschnitt werden die wesentlichen Beobachtungen und Erkenntnisse aus den Stichproben der Jahre 2000, 2005, 2010 und 2016 zusammengefasst und exemplarisch an Bildschirmabbildungen (engl. *screenshots*) veranschaulicht.

4.2.2.1 Stand im Jahr 2000

Die Stichprobe des Jahres 2000 umfasst acht der 15 Websites des Korpus_{basis} (siehe 7.1.2.1).

Der eigentlichen Startseite ist in drei Fällen (3-SPBGPU, 5-TGU, 11-VGU) eine Intro-Seite vorgeschaltet, d.h. eine dekorativ gestaltete Begrüßungsseite, die häufig die Funktion hat, grundsätzlich relevante Voreinstellungen, z.B. bezüglich des vom benutzten Betriebssystem abhängigen Zeichenkodierungssystems, der gewünschten Sprachversion oder auch – wie im Fall der Website der Staatlichen Polytechnischen Universität St. Petersburg (3-SPBGPU) – der gewünschten zeitlichen Perspektive auf die Institution (*Istorija – Sovremennost'*), abzufragen (siehe [Abbildung 1](#)).

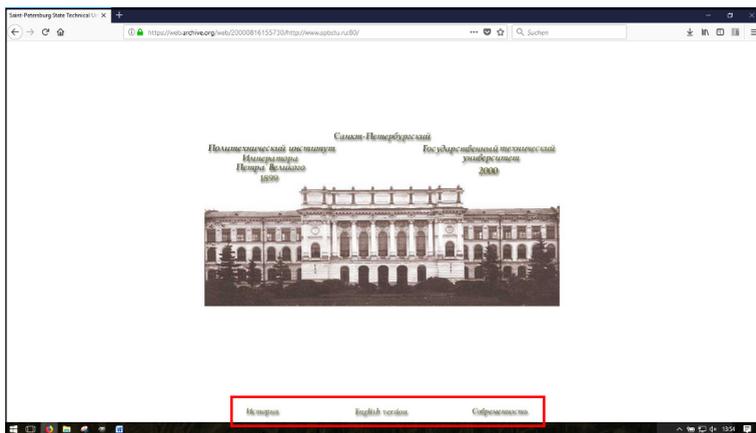


Abbildung 1: 3-SPBGPU, Startseite/Intro, Stand: 08.07.2000

Während die Websites von vier Universitäten eine Informationsseite im in 4.1 beschriebenen Sinne aufweisen (1-MGU, 11-VGU, 15-BELGU) bzw. die Startseite gleichzeitig als Informationsseite angesehen werden kann (14-TJUMGNGU), ist eine solche im Fall von drei Websites nicht vorhanden bzw. kann nicht direkt angesteuert werden, hier wird ersatzweise eine funktional ähnliche Seite bzw. der erste Unterbereich einer einschlägigen Rubrik in die Untersuchung einbezogen (2-SPBGU: *Istorija*, 3-SPBGPU: *Struktura universiteta* als

erster Unterbereich der Rubrik *Обščaja informacija*, 5-TGU: *Rektorat* als erster Unterbereich der Rubrik *Upravlenie*). In einem Fall ist lediglich die Startseite im Internet Archive verfügbar, Unterbereiche können nicht aufgerufen werden (12-IRNITU).

4.2.2.1.1 Kategorie ‚Sequenziertheit‘

Fünf der acht Startseiten (1-MGU, 2-SPBGU, 3-SPBGPU, 5-TGU, 12-IRNITU) bestehen neben dem Titel und dem Logo der Universität, Bildelementen und einzelnen Funktionsschaltflächen (engl. *buttons*, z.B. zur Anwahl eines Zeichenkodierungssystems oder der vereinzelt angebotenen englischen Sprachversion, Such- oder E-Mail-Funktion) vor allem aus einer Hauptnavigation, die diverse Themen (-bereiche) auflistet, welche sich ihrerseits z.T. hierarchisch weiter in in sich abgeschlossene und separat rezipierbare Unterthemen gliedern (siehe [Abbildung 2](#)).

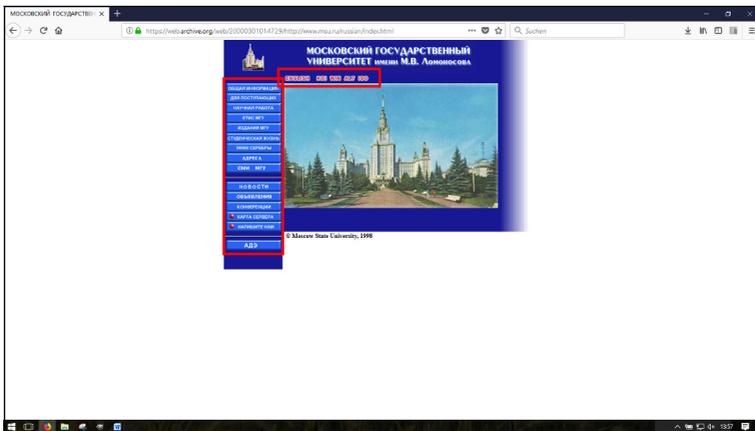


Abbildung 2: 1-MGU, Startseite, Stand: 01.03.2000

Während die Unterbereiche dabei in der Regel nicht auf der Startseite ersichtlich sind, sondern erst auf der darunter liegenden Mesebene, d.h., nachdem man einen Gliederungspunkt der Hauptnavigation aufgerufen hat, können die Hauptmenüpunkte in zwei Fällen (3-SPBGPU, 5-TGU) nicht bzw. nicht alle direkt angesteuert werden,

sondern nur die darunter aufgelisteten Unterbereiche. Drei Startseiten der Stichprobe des Jahres 2000 weisen neben der Navigation außerdem Erläuterungen zu den Hauptmenüpunkten (11-VGU) oder weitere Inhalte wie allgemeine Informationen zur Universität (14-TJUMG-NGU) oder aktuelle Meldungen (11-VGU, 15-BELGU) auf.

Damit lassen sich auf Makroebene keine vorgegebene lineare Rezeptionsreihenfolge und entsprechend auch keine klar definierten Anfangs- und Endpunkte des Gesamttextes ‚Website‘ ausmachen, vielmehr tritt das Textganze gegenüber den einzelnen Teiltexen in den Hintergrund. Wenn auch die Hierarchiestruktur thematische Zusammenhänge und (mit der Tiefe der Ebenen steigende) Detailgrade der Inhalte suggeriert, hält die modularisierte Struktur einzelner, in sich abgeschlossener Texte den Textrezipienten dazu an, nach eigenem Interesse und Informationsbedarf selbst zu entscheiden, welche und wie viele separate Teiltexen er in welcher Reihenfolge rezipiert, und macht ihn dadurch vom ‚Leser‘ zum ‚Nutzer‘. Da die unter der Hauptnavigation liegenden Hierarchieebenen auf den Startseiten nur in manchen Fällen z.B. durch Drop-Down-Menüs ansatzweise ersichtlich sind (z.B. 3-SPBGPU) und auf der Mikro- bzw. Mesoebene kaum funktional oder thematisch motivierte Querverlinkungen zu finden sind, die anbieten würden, die vorgegebene Navigationsstruktur interessensspezifisch zu umgehen, wird der Rezipient allerdings in operativer Hinsicht wenig darin unterstützt, sich einen für ihn effizienten Weg durch die Gesamtstruktur zu bahnen: Das Zurechtfinden im hierarchischen Mehrebenen-Text ‚Website‘ und damit auch das schnelle Auffinden von für den Einzelnen relevanten bzw. interessanten Informationen wird – abgesehen von vereinzelt Orientierungshilfen wie z.B. der Farbveränderung bereits besuchter Links (1-MGU, 12-IRNITU, 15-BELGU) – beispielsweise dadurch erschwert, dass Links nicht als solche erkennbar sind und die aufgerufenen Unterseiten anders benannt sind, als die Links, die zu ihnen führen (z.B. 5-TGU), oder, dass sich das Hauptmenü während des Navigierens auf den Unterbereichen verändert (z.B. 2-SPBGU) bzw. verschwindet (z.B. 3-SPBGPU).

Bei den sieben untersuchten Informationsseiten bzw. ersatzweise gewählten Unterseiten handelt es sich in drei Fällen um reine Link-

listen, die die konzeptionell nichtlineare, aber hierarchische Struktur fortsetzen und in diesem Sinne eine Mesoebene der Navigation darstellen (1-MGU, 2-SPBGU, 3-SPBGPU). In allen anderen Fällen hat der untersuchte Unterbereich (5-TGU, 11-VGU, 15-BELGU) bzw. die funktional vergleichbare Startseite (14-TJUMGNGU) nicht nur eine operative Verteilerfunktion, sondern auch eine inhaltliche: Neben weiterführenden oder innerhalb der Unterseite verweisenden Links finden sich hier Texte mit allgemeinen Informationen zur Universität, die wie ‚klassische‘ Printtexte einen klar definierten Anfang und ein klar definiertes Ende haben und daher im Wesentlichen als ganze, in sich abgeschlossene Texte konzipiert sind (siehe [Abbildung 3](#)). Querverlinkungen zu anderen, d.h. nicht hierarchisch untergeordneten, sondern z.B. funktional oder thematisch relevanten Unterbereichen, sind allerdings kaum vorhanden.¹²⁵

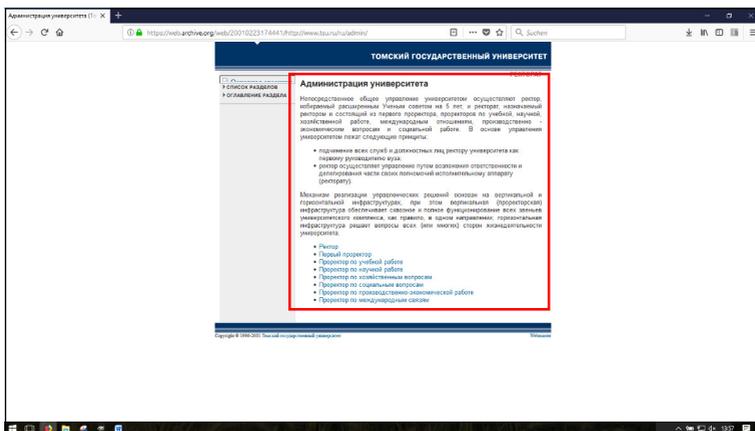


Abbildung 3: 5-TGU, Rektorat, Stand: 23.02.2001

Die Untersuchungskriterien 1 und 2, welche die Websites auf eine konzeptionell lineare Sequenzierung hin überprüfen, treffen damit auf die Startseiten der Stichprobe des Jahres 2000 grundsätzlich nicht und auf

¹²⁵ Die Tatsache, dass die hierarchischen Strukturen damit nicht immer benutzerfreundlich, aber gleichförmig und insofern ‚überschaubar‘ sind, mag ein Grund für die wenig ausgeprägten Orientierungshilfen sein.

die Informationsseiten bzw. ersatzweise gewählten Unterbereiche nur mit Einschränkungen zu.

4.2.2.1.2 Kategorie ‚Direktionalität‘

Wie oben bereits beschrieben nehmen im Gegensatz zu konzeptionell linearen Texten gerade die nichtlinear, hierarchisch angelegten Makrostrukturen von Websites, in die in der Regel über die Startseite ‚eingestiegen‘ wird, den Nutzer in die Pflicht, Art und Reihenfolge der rezipierten Teiltexthe selbst zu bestimmen. Darüber hinaus ermöglichen häufig (und teilweise ggf. bereits im Rahmen der Intro-Seite; siehe [Abbildung 1](#)) bereitgestellte Funktionalitäten wie die Anwahl einer englischen Sprachversion (1-MGU, 2-SPBGU, 3-SPBGPU, 12-IRNITU, 15-BELGU) oder verschiedener Kodierungssysteme für kyrillische Zeichen (1-MGU, 2-SPBGU, 5-TGU, 12-IRNITU) sowie eine Suchfunktion (2-SPBGU, 11-VGU, 15-BELGU) dem Rezipienten, die Art und Weise der Darstellung der Website-Inhalte und damit die formale Präsentation des Textes ‚Website‘ zu beeinflussen bzw. an seine individuellen Interessen und Bedürfnisse anzupassen (siehe [Abbildung 4](#)).

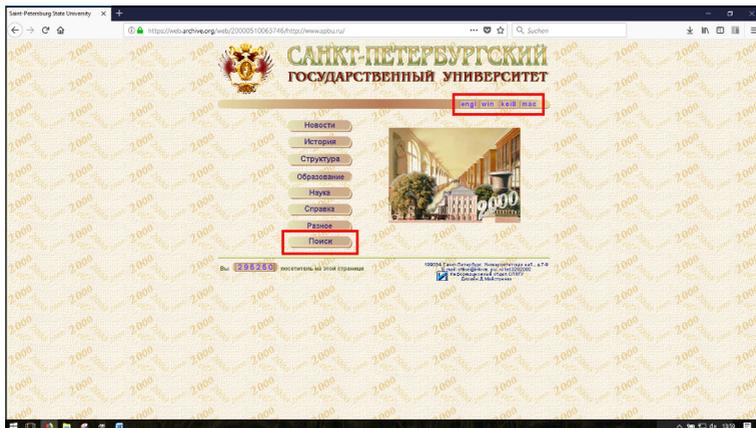


Abbildung 4: 2-SPBGU, Startseite, Stand: 10.05.2000

Eine aktive Beeinflussung der Website-Inhalte durch den Nutzer ist allerdings mit Ausnahme sehr vereinzelt auf Unterseiten anzutreffender Bereiche bzw. Funktionen wie z.B. Gästebuch (2-SPBGU) oder Besucherzähler (2-SPBGU, 15-BELGU) nicht vorgesehen. Die bidirektionale Kommunikation zwischen der textproduzierenden Institution und dem Textrezipienten wird vielmehr durch Nachrichten- oder E-Mail-Funktionen (1-MGU, 3-SPBGPU, 11-VGU, 12-IRNITU) und/oder die prominente Platzierung von Kontaktinformationen (z.B. 14-TJUMGNGU) auf nichtöffentliche Kanäle gelenkt.

Ähnliches gilt für die Mikro- bzw. Mesoebene ‚Informationsseite‘: In dem Maße, in dem sie die konzeptionell nichtlineare Struktur fortsetzt, also z.B. überwiegend aus weiter verweisenden Links besteht, und die o.g. Funktionalitäten (Sprachwahl, Suche usw.) sich auf sie erstrecken, kann der Textrezipient die formale Textpräsentation beeinflussen. Eine aktive Mitwirkung an der inhaltlichen Textkonstitution ist hingegen auf keiner der sieben untersuchten Unterseiten möglich.

Konzeptionelle Monodirektionalität trifft damit auf die Stichprobe des Jahres 2000 sowohl auf Makro- als auch auf Mikro- bzw. Mesoebene weniger im Sinne des Untersuchungskriteriums 3 zu, da die Textperformanz und -rezeption im Medium WWW wesentlich auf die operative und in diesem Sinne physische Interaktion des Nutzers mit dem Text ‚Website‘ angewiesen ist, wohl aber im Sinne des Kriteriums 4, da dem Rezipienten kaum Möglichkeiten geboten werden, sich aktiv an der Produktion der Inhalte des öffentlich zugänglichen Textes ‚Website‘ zu beteiligen.

4.2.2.1.3 Kategorie ‚Modalität‘

Während die drei Intro-Seiten im Wesentlichen den Titel der Universität und diese repräsentierende Abbildungen, z.B. des Hauptgebäudes (3-SPBGPU, 5-TGU), auf Weißfläche zeigen (siehe [Abbildung 1](#)) und einander daher sehr ähneln, ist das quantitative Verhältnis von verbalen und para- bzw. nonverbalen Zeichenelementen auf den Startseiten

der Websites im Jahr 2000 recht unterschiedlich.¹²⁶ Wie oben bereits erwähnt bestehen einige der untersuchten Startseiten vor allem aus einer Navigationsleiste sowie einzelnen Buttons und sind im Übrigen z.B. durch einen farbigen, tapetenhaft anmutenden Hintergrund (2-SPBGU) und/oder repräsentative Abbildungen des Universitätsgebäudes (z.B. 1-MGU, 2-SPBGU) oder des Wappens (3-SPBGPU) statusunterstreichend illustrativ bzw. großflächig dekorativ gestaltet, so dass hier nonverbale Gestaltungselemente quantitativ überwiegen (siehe [Abbildung 2](#), [Abbildung 4](#)). Demgegenüber stehen Startseiten, die neben dem Navigationsmenü auch detailliertere Inhalte bereitstellen (11-VGU, 15-BELGU) und entsprechend mehr verbale Anteile aufweisen.

In qualitativer Hinsicht kann der nonverbalen Gestaltung, die mit Ausnahme einer kleinen Animation (15-BELGU) ausschließlich aus statischen visuellen Elementen besteht, gerade aufgrund der repräsentativen, imposant wirkenden Bildinhalte insgesamt eine die appellative Intention der Startseiten institutioneller Websites unterstützende und damit inhaltlich-funktional ergänzende Rolle zugesprochen werden.¹²⁷ Obwohl auch die paraverbale Gestaltung in manchen Fällen dekorativ-verspielt anmutet (2-SPBGU, 3-SPBGPU, 15-BELGU), dient sie letztlich aber vor allem der optischen Gliederung sowie der Hervorhebung von Hauptnavigation und Funktionsbuttons und damit dem Zurechtfinden im nichtlinearen Gesamttext ‚Website‘, sie hat daher in erster Linie einen operativ-funktionalen Charakter.¹²⁸ Insgesamt ist festzuhalten, dass die para- und nonverbale Gestaltung der Startseiten ihre Funktionalität in verschiedener, d.h. inhaltlicher und operativer

126 Aufgrund von technischen Darstellungsproblemen im Internet Archive können die Bildelemente von zwei der acht Websites (12-IRNITU, 14-TJUMGNGU) nicht untersucht werden.

127 Eine Ausnahme stellen vereinzelt anzutreffende, rein nonverbal gestaltete Buttons dar (z.B. 11-VGU), deren konkrete operative Funktionalität durch stilisierte Abbildungen von Gegenständen symbolisiert wird (z.B. Briefumschlag für ‚E-Mail‘, Lupe für ‚Suche‘, Landesflagge für ‚Sprache‘; vgl. Nutzermetaphern z.B. bei Storrer 2004b; [2.2.3](#)).

128 Im Gegensatz dazu – und im Gegensatz zu den untersuchten Unterbereichen (siehe unten) – ist die Kennzeichnung von konkreten Links auf der Startseite nicht immer eindeutig (z.B. 3-SPBGPU, 5-TGU) und weist insgesamt kaum websiteübergreifend einheitliche Gestaltungsmerkmale auf, so dass die paraverbale Gestaltung den Nutzer in dieser Hinsicht z.T. wenig unterstützt.

Hinsicht maßgeblich unterstützt und daher einen semiotischen Mehrwert gegenüber einer rein verbalen Textperformanz darstellt.

Unabhängig davon, ob die Informationsseiten bzw. ersatzweise untersuchten Unterbereiche vornehmlich Linklisten aufweisen oder auch verbale Texte, haben nonverbale Elemente auf der Mikro- bzw. Mesoebene quantitativ keinen nennenswerten Anteil, und auch die paraverbale Gestaltung ist in den meisten Fällen schlicht und platzsparend. Der Grund dafür ist in der hier stärker dominierenden Funktion ‚Information‘ zu vermuten: Während Startseiten vor allem die Aufmerksamkeit und das Interesse des Rezipienten wecken sollen und daher die emotionale Wirkungskraft nonverbaler Gestaltung für sich nutzen, liefert dieser Unterbereich detaillierte Daten und Angaben über die Hochschule, welche sich zweckmäßig konzis und explizit am besten durch das arbiträre, kodifizierte Zeichensystem ‚Sprache‘ kommunizieren lassen (vgl. 2.2.3). Gerade, da es hier um eine effiziente Art und Weise der Information geht, die wesentlich auch von der Orientierung des Nutzers im komplexen Text ‚Website‘ abhängt, spielt die paraverbale Gestaltung in qualitativer Hinsicht jedoch durchaus eine wichtige Rolle. Sie dient beispielsweise der Kennzeichnung von Links durch Farbgebung (z.B. 1-MGU, 2-SPBGU, 5-TGU, 15-BELGU) und der strukturierten Gliederung von Links oder Inhalten in Tabellen (3-SPBGPU, 15-BELGU) oder durch Zwischenüberschriften (11-VGU, 14-TJUMGNGU, 15-BELGU; siehe [Abbildung 5](#)).

Während die Startseiten der Stichprobe des Jahres 2000 weder in quantitativer noch in qualitativer Hinsicht (verbal) monomodal konzipiert sind und somit die Kriterien 5 und 6 ‚typischer‘ Texte nicht erfüllen, weisen die Unterbereiche zwar eine flächenmäßige Dominanz verbaler Elemente auf, gerade aber paraverbale Gestaltungselemente, die den Rezipienten bei der Orientierung und Navigation unterstützen, können nicht ohne Wert- bzw. Effizienzverlust weggelassen oder sprachlich substituiert werden.

Общая информация о БелГУ

- История нашего университета
- Университет сегодня
- Факультеты и специальности
- Научная деятельность БелГУ
- Основные научные направления БелГУ сегодня
- Классические университетские специальности
- Специальности аспирантуры БелГУ
- Международная деятельность БелГУ
- Социальная сфера
- Стратегия абитуриента
- Будущее Белгородского государственного университета
- Показатели деятельности университета за 10 лет
- Наши контакты
- Фотостраница

История нашего университета

История вуза насчитывает более 100 лет.

В сентябре 1876 г. по распоряжению Министерства народного просвещения в Белгороде был открыт учительский институт. В 1911 г. он был преобразован в Педагогический институт народного образования, в 1920 г. - в Институт народного образования, а в 1922 г. - в Приголовский институт народного образования. В 1923 с. институт был реорганизован в педагогический техникум, создан в 1939 г. на базе техникума вновь созданной высшей учебной заведения - Белгородского государственного учительского института.

В 1961 институт переименован в Старый Осипов - значительно изменивший в период изучения. В 1964 - Староосиповский учительский институт переименован в педагогический и в 1967 г. педагогический институт в Старый Осипов в объединенной области Белгородской области - в Белгород, так он развивается и совершенствуется до 1991 г.

В 1994 г. государственная аттестационная комиссия ВОО РФ в заключение экспертной группы деятельности вуза сделала вывод, что Белгородский педагогический институт подлежит аттестации и присвоению ему статуса педагогического университета.

В 1996 г. приказом и подписанием работы вуза была отменена административная область и Правительство РФ. Указом Президента РФ от 12 июля 1996 г. № 1030 на базе Белгородского государственного педагогического университета создана Белгородская государственная академия.

В 2003 г. по результатам комплексной оценки деятельности университет получил государственную аккредитацию, государственную лицензию и был аттестован как государственный университет (классический тип).

Университет сегодня

Профессиональное образовательное учреждение создается 64 кафедры, в составе которых 125 преподавателей и 70 ассистентов. Их число штатных преподавателей 372 - преподаватели высшей квалификации, докторские кандидаты (53 - доктор наук, профессор (19%), 259 - кандидаты наук, доценты), что составляет 60% общего профессорско-преподавательского состава.

На базе вуза осуществляется образовательная и профессиональная подготовка свыше 1100 студентов дневной формы обучения по 32 специальностям, среди которых - 14 педагогических. Свыше 3000 студентов обучаются на заочной форме по 16 специальностям в 102 студентах на вечернем отделении по 2 специальностям. В 2000 году принята в вуз на дневную форму обучения (с. филиалы) - 1642 человека. Средний возраст - 23 человека на месте.

В 1999 г. открыты филиалы БелГУ в городах Алексеевка и Старый Осипов Белгородской области.

На 12 факультетах университета ведется подготовка по различным направлениям: филология, русская литература, иностранные языки (английский, немецкий и французский), биология, химия, география, физическая культура, педагогика и методика начального образования, психология, дошкольная педагогика и психология, социология, журналистика и журналистское управление, спортивная работа, менеджмент, организация.

На базе Белгородского университета работают филиалы Академии педагогических и социальных наук, Академии инженерных наук, Академии гуманитарных наук, Петровской Академии наук и искусств, Международной Академии педагогического образования, Международной Академии педагогических наук, Академии Российский Академии организационных наук, Российского центра (с. филиалы) вузов Академии социальных наук. На специализированном факультете работают 37 член академии Российской Академии наук.

Государственное образование отвечает высшей степени воспроизводства как в учебной области, так и в области учебной и организационной, для которых не готовит кадры. Штатный набор на первый курс большинства факультетов происходит в объеме большого количества абитуриентов. Структура приема varies: прием на дневную форму обучения осуществляется по общему плану - 55,7%, прием на основе на базе среднего специального образования - 1%, бюджетный набор - 78,8%, набор на договорной основе - 23,4%.

Многие из ведущих профессоров учеными, в соответствии с законом единственной области проводят исследования профит образовательной деятельности вуза по подготовке специалистов для инженерно-технических профессий. С 1993 г. открыта подготовка юристов и парикмахеров. В 1995 г. - социология, с 1996 г. - менеджмент, с 1995 г. - менеджмент и специализация по спортивной работе, с 1999 г. - химия, биология, география, геоинформационные технологии, радиотехника и электроника.

Университет вовлечен в исследование по внедрению непрерывного образования. Совместно с членами коллектива и методическими организациями осуществляется подготовка специалистов с высшим образованием на базе среднего специального.

Ученые вуза был концептуально обоснована и экспериментально апробирована опыт создания нового типа сетевой школы - учебно-воспитательного комплекса, который получает высшую оценку и ставится организацией образования на уровне не только в Белгородской области, но и в других регионах России и республик СНГ.

Факультеты и специальности

Факультет	Специальность	Форма обучения*
Филология математический	Математика	д
	Математика и факультетской специальности информатика	д,з
	Физика и факультетской специальности математика	д
	Информатика и факультетской специальности информатика	д,з
Филологический	Филология со специализацией "Лингвистика и библиография"	д
	Филология со специализацией "Классическая"	д
	Русский язык и литература	д,з
	Иностранный язык, и том числе:	
Романо-германской филологии	Английский и немецкий язык	д,з
	Немецкий и английский язык	д

Abbildung 5: 15-BELGU, *Obščaja informacija* (Ausschnitt), Stand: 05.04.2001

4.2.2.1.4 Zusammenfassung

Insgesamt lassen sich auf den Websites der Stichprobe im Jahr 2000 damit lediglich auf Mikro- bzw. Mesebene teilweise Merkmale ‚klassischer‘ Printtexte feststellen: Während die untersuchten Informationsseiten bzw. ersatzweise herangezogenen Unterbereichen mehr oder weniger ausgeprägte Ansätze von linearer Sequenziertheit, Monodirektionalität und vor allem Monomodalität aufweisen, zeichnet sich die Makroebene des Gesamttexts ‚Website‘, die hier anhand der Startseite untersucht wird, durch eine grundsätzlich nichtlineare und dieser Hinsicht interaktiv-bidirektionale sowie multimodale Konzeption aus (siehe [Tabelle 4](#)).

Tabelle 4: Stand im Jahr 2000¹²⁹

	Startseite	Informationsseite
Kriterium 1	-	-/+
Kriterium 2	-	-/+
Kriterium 3	-	-/+
Kriterium 4	-/+	+
Kriterium 5	-	+
Kriterium 6	-	-/+

Grundsätzlich fällt auf, dass die einzelnen Websites des Korpus_{dia} im Jahr 2000 teilweise sehr unterschiedlich gestaltet sind, d.h. wenig websiteübergreifende Gestaltungsmerkmale und -tendenzen aufweisen. So ist beispielsweise die aus heutiger Sicht übliche Informationsseite im o.g. Sinne nur auf einigen Websites zu finden, wobei Benennung, Inhalte und Binnenstruktur dieses Unterbereichs jeweils sehr verschieden ausfallen. Eine erkennbare allgemeine Tendenz ist jedoch beispielsweise die Tatsache, dass die Startseiten der Websites im Jahr 2000 häufig die Anmutung des dekorativ gestalteten Inhaltsverzeichnisses eines Nachschlagewerkes oder Informationssystems (z.B. Handbuch, Zettelkatalog, Laufwerk) haben, welches dem Rezipienten einen Überblick über die hierarchische Struktur geben soll (z.B. 1-MGU, 2-SPBGU, 3-SPBGPU, 5-TGU, 12-IRNITU), wobei die vereinzelt vorkommenden Intro-Seiten (3-SPBGPU, 5-TGU, 11-VGU) diesen Eindruck noch verstärken: Sie wirken wie Buchdeckel, die über dem Inhaltsverzeichnis liegen. Obwohl die Textperformanz selbst nur in Teilen konkrete Merkmale ‚klassischer‘ Printtexte aufweist, erinnert die Gesamtkonzeption des Textes ‚Website‘ im Jahr 2000 damit (entsprechend der ursprünglichen Intention des Hypertext-Konzepts; vgl. 2.2.1) an hierarchisch strukturierte Informationssysteme, die sich

¹²⁹ Definition der Skalenwerte (gilt auch für die Tabellen 5, 6, 7 und 8):

- ‚-‘ Kriterium trifft nicht zu,
- ‚-/+‘ Kriterium trifft teilweise zu,
- ‚+‘ Kriterium trifft zu.

aus einem Angebot gedruckter (z.B. Handbuch, Zettelkatalog) bzw. ausdrückbarer (z.B. Laufwerk) separater Teiltexthe zusammensetzen (siehe dazu auch Storrer 2000: 232). Vor diesem Hintergrund erklärt sich auch der grundsätzliche Charakter der untersuchten Websites als eher passiv zur Verfügung stehende Informationsangebote, die nicht explizit darauf ausgelegt sind, den Nutzer auf bestimmte Rezeptionspfade jenseits der Hierarchie zu bewegen oder ihn auf der Website zu halten.¹³⁰ In dem Maße, in dem sich die Idee von Texten im WWW an den Gewohnheiten im Umgang mit Printmedien orientiert, werden damit die Möglichkeiten, die das neue Medium bereitstellt (siehe 2.2), nicht vollständig ausgeschöpft: Obwohl die untersuchten Websites vor allem auf Makroebene grundsätzlich nichtlinear, bidirektional und multimodal konzipiert sind, zeigt die Stichprobe des Jahres 2000 auch, dass sich das Verständnis von Texten im WWW vor allem auf Mikro- bzw. Mesoebene letztlich nicht wesentlich von ‚klassischen‘ Texten in Printmedien unterscheidet. So ist auch Storrers (2000: 224) zeitgenössischer Feststellung, das „[Hypertext-Konzept nutze] in seiner aktuellen technischen Umsetzung nur einen Teil seines Potenzials“, zuzustimmen.

Unsicherheiten im Umgang mit dem Medium WWW sowie kaum allgemein erwart- bzw. unterstellbare technische Voraussetzungen und Kenntnisse von Textproduzenten und -rezipienten bzw. Nutzern – kurz: das Fehlen ‚Gemeinsamen Wissens‘, das Lewis (1975) als Voraussetzung für die Herausbildung von Konventionen ansieht (vgl. 3.3.2.2) – zeigen sich einerseits an der häufigen Thematisierung technischer Belange wie z.B. verschiedener Zeichenkodierungssysteme (1-MGU, 2-SPBGU, 5-TGU, 12-IRNITU) und andererseits an der Angabe von Kontaktdaten oder -möglichkeiten via Telefon, E-Mail, Post usw. (z.B. 14-TJUMGNGU, 12-IRNITU), die deutlich macht, dass die Websites der Stichprobe des Jahres 2000 den persönlichen Kontakt nicht ersetzen, sondern sein Zustandekommen bzw. die selbstständige Vorabinformation erleichtern wollen.

130 So bieten einzelne Startseiten auch Verlinkungen zu anderen Websites an (z.B. 12-IRNITU).

4.2.2.2 Stand im Jahr 2005

Die Stichprobe des Jahres 2005 umfasst zehn der 15 Websites des Korpus_{basis} (siehe 7.1.2.2).

Im Gegensatz zur ersten Stichprobe weist nur noch eine Website die Intro-Seite aus dem Jahr 2000 auf, welche aber um eine weitere, ihr vorgeschaltete Intro-Seite mit sich dynamisch aufbauenden Bildern und ertönder klassischer Musik ergänzt ist und einen entsprechend imposanten Eindruck macht (3-SPBGPU; siehe [Abbildung 6](#)).

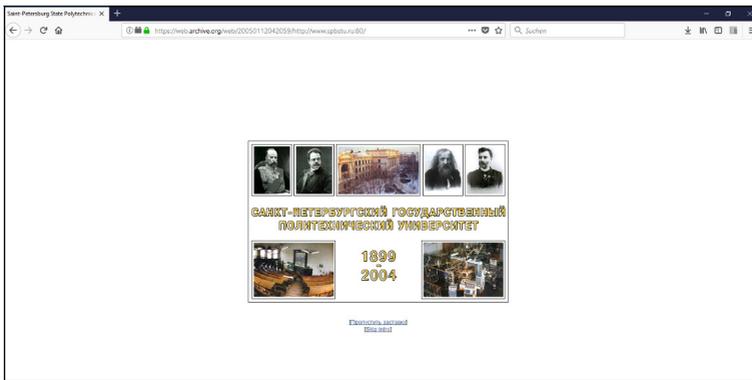


Abbildung 6: 3-SPBGPU, Startseite/Intro (Ausschnitt), Stand: 12.01.2005

Während die Websites von vier Universitäten eine Informationsseite aufweisen (1-MGU, 11-VGU, 14-TJUMNGU, 15-BELGU)¹³¹, ist diese Rubrik im Fall von drei Websites zwar vorhanden, kann aber nicht direkt angesteuert werden, weshalb hier jeweils der erste Unterbereich untersucht wird (3-SPBGPU: *Universitet segodnja* als erster Unterbereich der Rubrik *Ob universitete*, welcher gleichzeitig als Startseite fungiert, 5-TGU: *Kontaktijnaja informacija* als erster Unterbereich der Rubrik *Obščie svedenija*, 9-NNGU: *Informacija ob NNGU* als erster Unterbereich der Rubrik *Obščie svedenija* bzw. *Informacija ob universitete*). Die drei übrigen Websites verfügen nicht über eine Informationsseite im o.g. Sinne, hier wird ersatzweise eine funktio-

¹³¹ Im Fall der Website der Staatlichen Erdöl- und Erdgas-Universität Tjumen (14-TJUMNGU) ist der auf der Startseite ausgewiesene Unterbereich *Universitet* allerdings nicht im Internet Archive verfügbar.

nal vergleichbare Seite in die Untersuchung einbezogen (2-SPBGU: *Administracija*, 12-IRNITU: *Administracija*, 13-PNIPU: *Struktura*).

Insgesamt lassen sich auf den ersten Blick zwei Tendenzen websiteübergreifend feststellen. Zum einen sind Fülle und Bandbreite der auf den Startseiten präsentierten Inhalte und damit auch ihr flächenmäßiger Umfang im Vergleich zur ersten Stichprobe rasant angewachsen: Bis auf zwei Ausnahmen (11-VGU¹³², 13-PNIPU) weisen die Startseiten neben einer deutlich umfassenderen Hauptnavigationsleiste, die nun auch Themen rund um das studentische Leben, Sport und Kultur an der Universität umfasst (z.B. 1-MGU, 5-TGU, 9-NNGU), weitere detaillierte Inhalte und vereinzelt auch Werbung (z.B. für studienkreditgebende Banken: 1-MGU, 2-SPBGU) auf, vor allem aber aktuelle Meldungen und Veranstaltungshinweise, die häufig prominent und großflächig platziert sind und ihnen dadurch den lebendigen Charakter eines Schwarzen Brettes oder einer Tageszeitung verleihen. Zum anderen fallen gestalterische Parallelen z.B. hinsichtlich der Grundstruktur des Layouts, der Positionierung von Inhalten sowie dem Einsatz von Orientierungshilfen und Symbolen auf, die auf gewisse Vereinheitlichungen bzw. laufende Vereinheitlichungsprozesse im Umgang mit Websites und dem Medium WWW im Allgemeinen schließen lassen.

4.2.2.2.1 Kategorie ‚Sequenziertheit‘

Während zwei der untersuchten Startseiten der Stichprobe des Jahres 2005 ausschließlich aus Titel der Universität, Logo, Abbildungen und einer knappen, nicht mehr als zehn Themen umfassenden Hauptnavigation auf Weißfläche bestehen (11-VGU, 13-PNIPU), weisen die übrigen acht Startseiten im Vergleich zum Jahr 2000 deutlich mehr Hauptmenüpunkte auf, welche sich ihrerseits wiederum in separate, in manchen Fällen z.B. durch Aufzählung oder Drop-Down-Menüs

¹³² Die Startseite der Website der Staatlichen Universität Voronež (11-VGU) ist dabei als Sonderfall zu betrachten: Sie bietet die Hauptnavigation parallel auf Russisch und Englisch an und hat sowohl aufgrund dieser impliziten Sprachwahlfunktion als auch aufgrund der Tatsache, dass sie im Rahmen der Hauptnavigation auf eine weitere Startseite verweist und sich das Layout auf den unteren Hierarchieebenen gravierend verändert, große Ähnlichkeiten mit einer Intro-Seite.

(1-MGU, 3-SPBGPU, 5-TGU) bereits auf der Startseite ersichtliche Unterthemen gliedern. Darüber hinaus werden weitere konkrete Inhalte wie aktuelle Meldungen und Veranstaltungshinweise in Form von kurzen Texten mit ggf. weiterführenden Links (engl. *teaser*) und/oder Listen weiterführender Links präsentiert (siehe [Abbildung 7](#)).

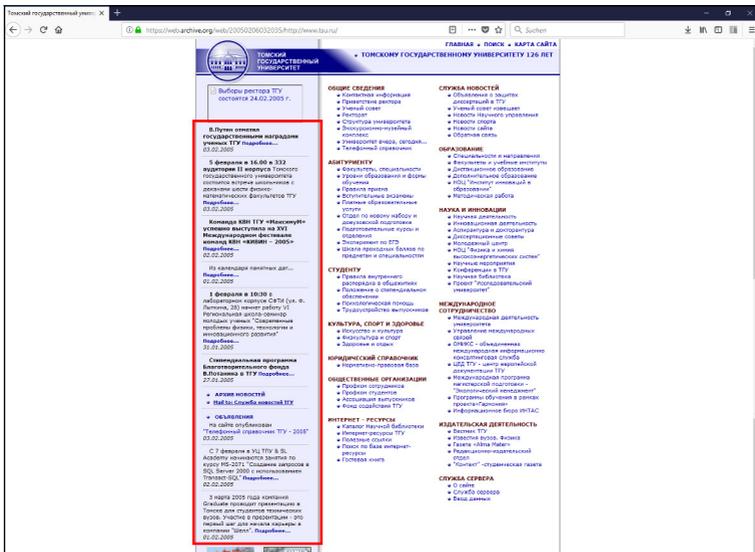


Abbildung 7: 5-TGU, Startseite (Ausschnitt), Stand: 06.02.2005

Die untersuchten Websites zeichnen sich damit auf Makroebene weiterhin durch eine nichtlineare, hierarchische Sequenzierung aus: Anfang und Ende des Gesamttextes ‚Website‘ sind nicht festgelegt, die einzelnen Teilbereiche und -texte sind in sich eigenständig und stehen gegenüber dem Textganzen im Vordergrund. Im Unterschied zur ersten Stichprobe wird der Rezipient im Jahr 2005 in den meisten Fällen operativ darin unterstützt, sich einen effizienten Weg zu für ihn relevanten Informationen zu bahnen: Sowohl die größere Transparenz hinsichtlich der Inhalte auf den unteren Hierarchieebenen als auch vermehrt vorzufindende konkrete Orientierungshilfen wie eine Strukturübersicht (engl. *site map*, russ. *karta sajta*, z.B. 1-MGU, 2-SPBGU, 5-TGU, 9-NGGU), das Bestehen-Bleiben des Hauptmenüs während

des Navigierens durch die Website und die paraverbale Hervorhebung des aktuell aufgerufenen Unterbereichs, die zunehmend einheitliche Kennzeichnung von Links (z.B. Fettdruck, dunkelblaue Einfärbung des Linktexts, statische oder durch Mauszeiger reaktiv erscheinende Unterstreichung) und die Farbveränderung bereits besuchter Links (1-MGU, 3-SPBGPU, 12-IRNITU, 14-TJUMGNGU), Brotkruempfade (z.B. 5-TGU) oder der auf allen untersuchten Websites verfügbare, wenn auch nicht einheitlich positionierte und benannte bzw. gekennzeichnete Link zurück auf die Startseite (z.B. *Glavnaja, Na glavnuju*) erleichtern den Umgang mit dem hierarchisch-komplexen Text ‚Website‘. Darüber hinaus werden häufig neben inhaltlich-thematischen Menüpunkten in mehr oder weniger großem Umfang auch zielgruppenspezifische Links angeboten (z.B. 9-NNGU: *Postupajuščam, Studentam, Aspirantam, Sotrudnikam, Vypusknikam, Posetiteljam, Druz'jam*), unter denen für die jeweilige Adressatengruppe spezifisch relevante Informationen zu finden sind.

Bei den neun Informationsseiten bzw. ersatzweise gewählten Unterseiten handelt es sich in fünf Fällen um Listen von Links zu weiterführenden, teilweise auch stichpunktartig beschriebenen Unterthemen (1-MGU, 2-SPBGU, 12-IRNITU, 13-PNIPU, 15-BELGU) und somit um Mesoebenen der Navigation, die die hierarchische, konzeptionell nichtlineare Struktur fortsetzen. Die anderen untersuchten Unterbereiche enthalten aktuelle Meldungen und allgemeine Angaben zur Universität mit einzelnen Links, die direkt auf die einschlägigen Unterseiten verweisen und damit die Navigationshierarchie umgehen (3-SPBGPU¹³³), listenartig präsentierte Kontaktinformationen, die per Druckfunktion in ein (gewohntes) Printmedium überführt werden können (5-TGU) oder lange verbale Texte mit allgemeinen Informationen zur Universität, die wie ‚klassische‘ Printtexte einen klar definierten Anfang und ein klar definiertes Ende haben und daher im Wesentlichen als ganze, in sich abgeschlossene, lineare Texte konzipiert sind (9-NNGU, 11-VGU; siehe [Abbildung 8](#)).

133 Die Informationsseite der Website der Staatlichen Polytechnischen Universität St. Petersburg (3-SPBGPU) fungiert allerdings grundsätzlich gleichzeitig als Startseite.

Abbildung 8: 9-NNGU: *Informacija ob NNGU (Ausschnitt), Stand: 20.08.2007*

Die Untersuchungskriterien 1 und 2, welche die Websites auf eine konzeptionell lineare Sequenzierung hin überprüfen, treffen damit – positivistisch betrachtet – wie schon im Jahr 2000 auch im Jahr 2005 auf die Startseiten der Stichprobe grundsätzlich nicht und auf die Informationsseiten bzw. ersatzweise gewählten Unterbereiche nur mit Einschränkungen zu. Allerdings ist eine qualitative Entwicklung festzustellen: Der Rezipient wird durch eine Reihe von Orientierungshilfen, die außerdem websiteübergreifende Parallelen aufweisen, deutlich mehr darin unterstützt, sich im Gesamttext ‚Website‘ zurechtzufinden.

4.2.2.2.2 Kategorie ‚Direktionalität‘

Wie die untersuchten Startseiten zeigen, ist das rezipientenseitige Einwirken auf die formale Präsentation des Textes ‚Website‘ auch im Jahr 2005 eine unweigerliche Folge seiner konzeptionell nicht-linearen Sequenzierung, welche eine physisch interagierende Art und Weise der Textrezeption auf Makroebene erlaubt, aber auch erfordert. Neben den o.g. Orientierungshilfen, die den Nutzer mit der Website interaktiv kommunizieren lassen (z.B. durch Mauszeiger reaktiv erscheinende Linkkennzeichnung oder -auszeichnung, Farbverände-

zung bereits besuchter Links usw.) haben sich auch die spezifischen Funktionalitäten, die eine Anpassung der Textperformanz an individuelle Bedürfnisse ermöglichen, im Vergleich zur Stichprobe des Jahres 2000 quantitativ und qualitativ etabliert, d.h. sowohl zahlenmäßig vermehrt als auch websiteübergreifend hinsichtlich Art, Bezeichnung bzw. Symbolisierung und Positionierung vereinheitlicht. So bieten beispielsweise viele der untersuchten Startseiten die Website-Inhalte (oder zumindest Teile davon) auf Englisch (1-MGU, 2-SPBGU, 9-NNGU, 11-VGU, 12-IRNITU, 14-TJUMGNGU, 15-BELGU) und vereinzelt auch in anderen Sprachen wie Deutsch und Französisch (1-MGU) oder Spanisch und Chinesisch (15-BELGU) an oder unterstützen den Rezipienten durch Funktionen wie ‚Suche‘ (russ. *poisk*; z.B. 1-MGU, 2-SPBGU, 3-SPBGU, 5-TGU, 12-IRNITU, 14-TJUMGNGU, 15-BELGU) und ‚Sitemap‘ (russ. *karta sajta*; z.B. 1-MGU, 2-SPBGU, 5-TGU, 9-NNGU) darin, die Website-Performanz gezielt nach seinen eigenen Interessen und Bedürfnissen auszurichten. Diese sog. Metafunktionen sind durch die o.g. Bezeichnungen oder Symbole (z.B. Briefumschlag für ‚E-Mail‘, Lupe für ‚Suche‘, Landesflagge für die jeweilige Sprache) überwiegend einheitlich gekennzeichnet und räumlich getrennt von der thematisch motivierten (Haupt-) Navigation, häufig im Rahmen von Serviceleisten oben rechts, positioniert (siehe [Abbildung 9](#)).

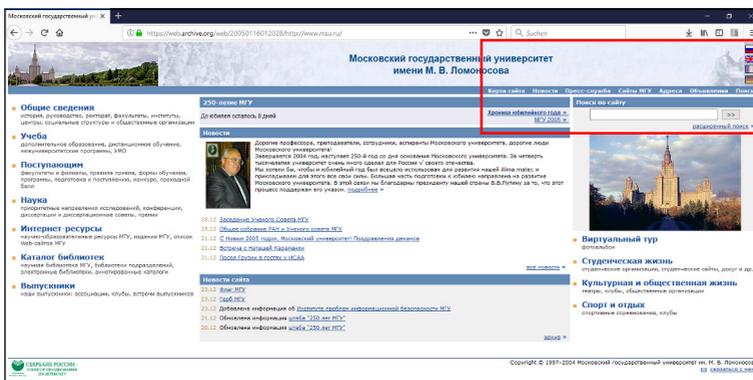


Abbildung 9: 1-MGU, Startseite, Stand: 16.01.2005

Eine inhaltliche Beeinflussung bzw. ein Mitwirken an der Textkonstitution ist dem Nutzer auch im Jahr 2005 mit Ausnahme sehr vereinzelt vorkommender Bereiche bzw. Funktionen wie Gästebuch (2-SPBGU, 15-BELGU) oder Besucherzähler (z.B. 5-TGU, 11-VGU) nicht möglich, vielmehr wird ihm in vielen Fällen durch z.B. im Rahmen der o.g. Serviceleistungen standardmäßig positionierte und gekennzeichnete E-Mail-Kontaktfunktionen (z.B. 2-SPBGU, 3-SPBGPU) und/oder Standortinformationen (z.B. 2-SPBGU, 12-IRNITU) angeboten, in den direkten, persönlichen Dialog mit der Universität zu treten.

Sofern sich die konzeptionell nichtlineare Struktur auf der Informationsseite bzw. dem ersatzweise herangezogenen Unterbereich im Sinne einer Mesoebene fortsetzt (1-MGU, 2-SPBGU, 12-IRNITU, 13-PNIPU, 15-BELGU) und die o.g., seit dem Jahr 2000 quantitativ und qualitativ weiterentwickelten Orientierungshilfen und Funktionalitäten genutzt werden können, hat der Rezipient auch hier die Möglichkeit, die formale Textperformanz seinen individuellen Interessen folgend zu beeinflussen. Unterbereiche, die wie ‚klassische‘ Printtexte einen klar definierten Anfang und ein klar definiertes Ende haben und daher im Wesentlichen als ganze, in sich abgeschlossene Texte im Sinne einer Mikroebene angelegt sind (z.B. 9-NNGU, 11-VGU), sind hingegen grundsätzlich auch formal monodirektional konzipiert (siehe [Abbildung 8](#)). Eine Beteiligung an der inhaltlichen Textkonstitution ist weiterhin auf keinem der untersuchten Unterbereiche möglich.

Damit lässt sich zusammenfassend feststellen, dass die untersuchten Websites im Jahr 2005 wie schon im Jahr 2000 nur teilweise Merkmale konzeptioneller Monodirektionalität aufweisen. Während der Textrezipient aufgrund der nichtlinearen Sequenzierung des Gesamttextes ‚Website‘ und der zunehmend etablierten operativ unterstützten Funktionalitäten vor allem auf der Makroebene durchaus Einfluss auf seine formale Präsentation nehmen kann (bzw. im Rahmen der Rezeption u.U. auch muss) und das Untersuchungskriterium 3 daher nicht zutrifft, werden ihm andererseits kaum, d.h. nur auf der Makroebene sehr vereinzelt, Möglichkeiten geboten, sich aktiv an der inhalt-

lichen Textkonstitution zu beteiligen, weshalb das Kriterium 4 ‚typischer‘ Texte als zutreffend angesehen werden kann.

4.2.2.2.3 Kategorie ‚Modalität‘

Die erste Intro-Seite des im Rahmen der Stichprobe des Jahres 2005 einzigen, aber zweifachen Intros (3-SPBGPU) enthält neben dynamischen visuellen auch auditive nonverbale Elemente: Begleitet von klassischer Musik läuft beim Aufrufen der Website etwa 15 Sekunden lang eine Animation, die den Schriftzug „1899–2004“ umrahmt von sich dynamisch aufbauenden Fotografien bekannter Persönlichkeiten der Universität und des Gebäudes früher und heute auf Weißfläche zeigt und dadurch Tradition und Renommee der Einrichtung zum Ausdruck bringt (siehe [Abbildung 6](#)). Sowohl darunter als auch auf der nächsten Seite folgt das bereits im Jahr 2000 vorhandene Intro, das eine großflächige Fotografie des Hauptgebäudes in nostalgisch anmutendem Sepiabraun zeigt und dem Rezipienten die navigatorische Wahl zwischen Informationen zu Geschichte oder Gegenwart der Universität sowie eine englische Sprachversion anbietet (siehe [Abbildung 1](#)). Abgesehen von diesem Intro und den beiden Startseiten, die wie im Jahr 2000 vor allem aus der Hauptnavigation und Bildelementen bestehen (11-VGU, 13-PNIPU), hat sich das quantitative Verhältnis von verbalen und para- bzw. nonverbalen Gestaltungselementen im Jahr 2005 deutlich in Richtung ‚Textlastigkeit‘ entwickelt: Einige der untersuchten Startseiten weisen nun unter einer Kopfleiste mit Titel und Logo der Universität und/oder Abbildung des Universitätsgebäudes und einer darunter anschließenden Serviceleiste mit teilweise durch websiteübergreifend einheitliche Symbole gekennzeichnete operative Funktionalitäten ein zwei- oder dreispaltiges Layout auf, das in der Regel links die Hauptnavigation und mittig bzw. rechts einen großflächigen Newsbereich mit kurzen Texten und/oder weiterführenden Links positioniert (z.B. 1-MGU, 2-SPBGU, 15-BELGU).¹³⁴ Durch die Zunahme an konkreten Inhalten wie beispielsweise aktuellen Mitteilungen, die überwiegend durch das arbiträre, kodi-

¹³⁴ Aufgrund von technischen Darstellungsproblemen im Internet Archive können die Bildelemente von fünf der zehn Websites nicht (12-IRNITU, 13-PNIPU) bzw. nicht gänzlich (11-VGU, 14-TJUMGNGU, 15-BELGU) untersucht werden.

fizierte Zeichensystem ‚Sprache‘ übermittelt werden, ist der quantitative Anteil para- und nonverbaler Gestaltung entsprechend platzsparend-schlichter bzw. kleiner geworden (z.B. 1-MGU, 3-SPBGPU, 5-TGU; vgl. [Abbildung 7](#), [Abbildung 9](#)).

Aufgrund der Tatsache, dass die untersuchten Startseiten im Jahr 2005 vor allem von verbalen Zeichen dominiert werden, welche auf eine eher informative als appellative (Teil-) Textfunktion schließen lassen, spielt die nonverbale Gestaltung, die mit Ausnahme des o.g. Intros (3-SPBGPU) und einer kleinen spielerischen Animation (15-BELGU) weiterhin ausschließlich aus statischen visuellen Elementen wie Abbildungen von Wappen, berühmten Persönlichkeiten und Universitätsgebäuden besteht (z.B. 1-MGU, 2-SPBGU, 5-TGU, 9-NNGU, 15-BELGU), im Vergleich zur Stichprobe des Jahres 2000 eine weniger große Rolle und hat ggf. in erster Linie einen statusunterstreichenden bzw. illustrativen Charakter.¹³⁵ Hauptmenüpunkte wie virtuelle Fototouren oder -archive, die darauf hinweisen, dass nonverbale Elemente nicht nur verbal portierte Inhalte zusätzlich visualisieren, sondern teilweise auch selbst portieren, finden sich nur vereinzelt (z.B. 1-MGU, 13-PNIPU). Demgegenüber vermehrt vorzufinden sind nonverbal gestaltete operative Steuerungselemente z.B. im Rahmen der Serviceleiste, deren konkrete Funktionalität wie oben bereits beschrieben durch stilisierte Abbildungen von Gegenständen (Briefumschlag für ‚E-Mail‘, Häuschen für ‚Startseite‘, Lupe für ‚Suche‘, Landesflagge für die jeweilige Sprache usw.) zunehmend einheitlich symbolisiert wird (z.B. 1-MGU, 2-SPBGU, 9-NNGU, 14-TJUMGNGU, 15-BELGU).

Wie schon im Jahr 2000 dient die paraverbale Gestaltung der Startseiten im Jahr 2005 der optischen Gliederung des Layouts und der Hervorhebung seiner einzelnen Bereiche (z.B. Kopfzeile, Serviceleiste, Hauptnavigation, Newsbereich, Fußzeile) und hat damit vor allem einen operativ-funktionalen Charakter, der vor dem Hintergrund der

¹³⁵ Als Ausnahme ist hier die Startseite der Website der Staatlichen Universität Belgorod (15-BELGU) anzusehen, deren verspielte nonverbale Gestaltung mit vielen kleinen Bildern, einem animierten Comic-Weihnachtsmann, bunten Schaltflächen usw. die Inhalte der Startseite weniger in ihrer Seriosität unterstreicht als in ein freundliches, jugendliches Licht setzt.

nun umfangreicheren, verbal präsentierten Inhalte eine wichtige Rolle spielt. Auch in diesem Zusammenhang fallen die bereits mehrfach angesprochenen, zunehmend erkennbaren websiteübergreifenden Vereinheitlichungstendenzen auf (z.B. Kennzeichnung von Links durch Fettdruck, meist blaue Einfärbung und/oder statische oder vermehrt durch Mauszeiger reaktiv erscheinende Unterstreichung, Farbveränderung bereits besuchter Links), die den Nutzer auch aufgrund ihres Wiedererkennungswerts darin unterstützen, sich seinen individuellen Weg durch den komplexen Text ‚Website‘ zu bahnen. Damit ist hinsichtlich der Stichprobe des Jahres 2005 insgesamt festzuhalten, dass die para- und nonverbale Gestaltung der Startseiten vor allem ihrer operativen Funktionalität dient und gerade aufgrund der erhöhten Anteile verbaler Texte, die die Übersichtlichkeit beeinträchtigen können, einen wertvollen semiotischen Beitrag zur Website-Gestaltung leisten.

Auf der funktional informativ ausgerichteten Mikro- bzw. Mesoebene überwiegen quantitativ weiterhin verbale Texte, die durch schlichte paraverbale und vereinzelt kleinere nonverbale Elemente (9-NNGU, 15-BELGU) ergänzt werden (siehe [Abbildung 8](#)). Während letztere nur kleinere illustrierende, d.h. inhaltlich unterstützende Abbildungen umfassen, die allerdings in einem Fall auch als Link auf den angezeigten Unterbereich fungieren (15-BELGU), bringt grundsätzlich vor allem die paraverbale Gestaltung den Informationsseiten bzw. ersatzweise untersuchten Unterbereichen einen qualitativen Mehrwert. Sie dient z.B. der strukturierten Gliederung von Inhalten oder Links (1-MGU, 2-SPBGU, 3-SPBGPU, 5-TGU, 9-NNGU, 11-VGU, 13-PNIPU, 15-BELGU) und/oder der (zunehmend websiteübergreifend einheitlichen) Kennzeichnung von Links (1-MGU, 2-SPBGU, 3-SPBGPU, 12-IRNITU, 13-PNIPU, 15-BELGU) und spielt aufgrund des wachsenden Umfangs der Seiten und des daraus resultierenden Strukturierungsbedarfs im Sinne der Übersichtlichkeit und effizienten Informationsmöglichkeit eine wichtige operativ-funktionale Rolle (siehe [Abbildung 10](#)).

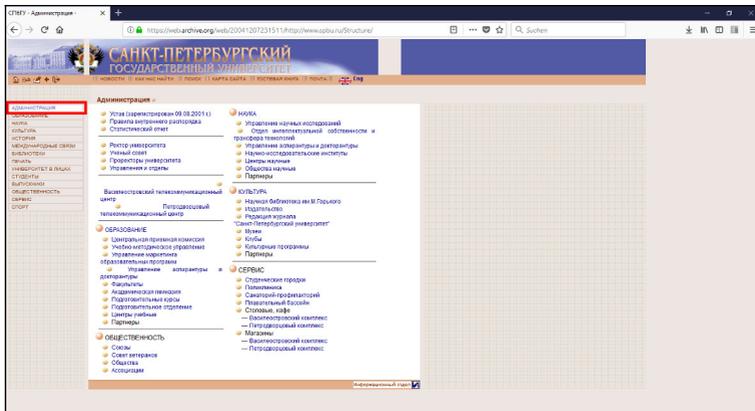


Abbildung 10: 2-SPBGU, *Administracija*, Stand: 07.12.2004

So lässt sich zusammenfassend feststellen, dass die Kriterien 5 und 6, die Texte in quantitativer und qualitativer Hinsicht auf konzeptionelle (verbale) Monomodalität hin überprüfen, trotz des erhöhten Umfangs verbaler Texte nicht auf die Startseiten der untersuchten Websites zutreffen. Gerade, da die operativ-funktionale Bedeutung der paraverbalen Gestaltung auf der Mikro- bzw. Mesebene im Vergleich zur ersten Stichprobe gestiegen ist, kann (verbale) Monomodalität im Jahr 2005 auch hier nicht (mehr) konstatiert werden.

4.2.2.2.4 Zusammenfassung

Was den rein positivistischen Vergleich der kriteriengeleiteten Bewertung der untersuchten Websites im Jahr 2005 gegenüber der Stichprobe des Jahres 2000 anbelangt, zeigen sich insgesamt wenig Unterschiede: Während die Startseiten unverändert nichtlinear und hinsichtlich der formalen Textpräsentation bidirektional konzipiert sind, die inhaltliche Textkonstitution jedoch überwiegend monodirektionalen Charakter hat, sind die Informationsseiten nur teilweise nichtlinear und hinsichtlich der formalen Textpräsentation bidirektional konzipiert, die inhaltliche Textkonstitution erfolgt ausschließlich monodirektional. Lediglich im Bereich Modalität ist eine Veränderung festzustellen, da zum einen der quantitative Anteil verbaler Zeichen auf den meisten Startseiten des Jahres 2005 deutlich höher ist als im Jahr 2000 und zum

anderen die para- und nonverbale Gestaltung auf den Informationsseiten mit Blick auf die Bedienbarkeit des Gesamttextes ‚Website‘ eine größere Rolle spielt (siehe [Tabelle 5](#)).

Tabelle 5: Stand im Jahr 2005

	Startseite	Informationsseite
Kriterium 1	-	-/+
Kriterium 2	-	-/+
Kriterium 3	-	-/+
Kriterium 4	-/+	+
Kriterium 5	-/+	+
Kriterium 6	-	-

Insgesamt weisen die untersuchten Websites somit auch im Jahr 2005 sowohl auf Makro- als auch auf Mikro- bzw. Mesebene nur teilweise Merkmale ‚klassischer‘ Printtexte auf und unterscheiden sich insofern kaum von den untersuchten Websites im Jahr 2000. Eine Veränderung ist allerdings, wie eingangs schon erwähnt, im qualitativen Umgang mit dem Text ‚Website‘ auszumachen: Bereits auf der Startseite werden nun meist umfangreiche Inhalte und Detailinformationen präsentiert, die dieser aufgrund ihrer Menge, Vielfalt und Aktualität den lebendigen, teilweise aber auch unübersichtlichen Charakter einer virtuellen Pinnwand oder eines Schwarzen Brettes verleihen, welches viele verschiedene Zielgruppen unmittelbar und gleichzeitig anspricht und ihnen in Form von weiterführenden Links bzw. Teasern Informationen nicht nur über Forschung und Lehre, sondern vor allem auch über Veranstaltungen, Ereignisse und das studentische Leben an der Universität anbietet.¹³⁶ Die erste Kontaktstelle der Website mit dem Rezipienten und letztlich auch die Website im Ganzen bewegen sich damit weg von einem hierarchisch zugänglichen, rein passiven Informationsangebot

¹³⁶ Der Umfang von einer Bildschirmgröße wird daher im Jahr 2005 in den meisten Fällen deutlich überschritten, was auch als Indiz dafür gewertet werden kann, dass die Idee des ‚Textes ‚Website‘‘ weggeht vom ausdrückbaren DIN A4-Format.

hin zu einer lebendigen Informationsplattform, welches neben ihrer ausgeprägt informativen Funktion gleichzeitig unterschwellig im Sinne eines Pull-Mediums (vgl. 2.2.2) an den Rezipienten appelliert, sich eigeninitiativ über die für ihn relevanten Fakten und Neuigkeiten an der Universität zu informieren. Vermutlich nicht zuletzt aufgrund des entsprechend veränderten Gesamtcharakters des Textes ‚Website‘ unterstützen die untersuchten Startseiten im Jahr 2005 den Nutzer im Unterschied zur Stichprobe des Jahres 2000 deutlich mehr darin, sich in ihm zurecht zu finden, und nutzen in diesem Zusammenhang auch zunehmend die spezifischen Möglichkeiten des Mediums WWW: Neben zielgruppenspezifischen Navigationspfaden, die anbieten, die hierarchische Struktur zu umgehen (z.B. 2-SPBGU, 9-NNGU), und der größeren Transparenz hinsichtlich der Inhalte auf den unteren Hierarchieebenen fördern vor allem die erkennbaren Vereinheitlichungstendenzen in der Website-Gestaltung sowie insbesondere die oben beschriebene Etablierung und Vereinheitlichung von Navigations- und Orientierungshilfen (Sitemap, Linkkennzeichnung, Brotkrumenpfade usw.) die effiziente individuelle Rezeption.

Die Tatsache, dass technische Belange wie Wahloptionen hinsichtlich des Kodierungssystems für kyrillische Zeichen und direkte, persönliche Kontaktmöglichkeiten nicht mehr prominent auf den Startseiten platziert sind, spricht dafür, dass sich seit dem Jahr 2000 mehr oder weniger einheitliche technische Voraussetzungen, Kenntnisse und Wissensstände von Textproduzenten und -rezipienten etabliert haben und die anfänglichen Unsicherheiten im Umgang mit dem Medium WWW keine große Rolle mehr spielen.

4.2.2.3 Stand im Jahr 2010

Die Stichprobe des Jahres 2010 umfasst 13 der 15 Websites des Korpus_{basis} (siehe 7.1.2.3).

Neben der Website der Staatlichen Polytechnischen Universität St. Petersburg (3-SPBGPU), deren Gestaltung sich seit dem Jahr 2005 nicht wesentlich verändert hat, weist nun eine weitere Website eine Intro-Seite auf, die dem Rezipienten einen eindrucksvollen virtuellen Empfang bereitet (15-BELGU).

Sämtliche im Rahmen der Stichprobe des Jahres 2010 untersuchten Websites verfügen über eine einschlägig benannte Informationsseite. In den drei Fällen, in denen die Informationsseite nicht direkt angesteuert werden kann, wird jeweils der erste Unterbereich untersucht (3-SPBGPU: *Universitet segodnja* als erster Unterbereich der Rubrik *Ob universitete*, der nach wie vor gleichzeitig als Startseite fungiert, 9-NNGU: *Informacija ob NNGU* als erster Unterbereich der Rubrik *Obšče svedenija*, 12-IRNITU: *Rektor* als erster Unterbereich der Rubrik *Universitet*).¹³⁷

Im Gegensatz zum Zeitraum 2000 bis 2005 lassen sich im Zeitraum 2005 bis 2010 weniger starke websiteübergreifende Veränderungen feststellen. Während sich die Gestaltung von drei Websites kaum von der der vorherigen Stichprobe unterscheidet (1-MGU, 3-SPBGPU, 9-NNGU), setzen sich im Fall der zehn überarbeiteten (2-SPBGU, 5-TGU, 11-VGU, 12-IRNITU, 13-PNIPU, 14-TJUM-GNGU, 15-BELGU) bzw. neu dazugekommenen (4-SFU, 8-JUFU, 10-DVFU) Websites die im Jahr 2005 festgestellten Gestaltungstrends im Wesentlichen fort und intensivieren sich. Da das Jahr 2010 damit offensichtlich in eine Konsolidierungsphase fällt, stehen im Folgenden vor allem etwaige neue, verstärkte oder zusätzliche Entwicklungen im Vordergrund, während im Übrigen, d.h. hinsichtlich der seit dem Jahr 2005 unveränderten Merkmale, weitestgehend auf die Ausführungen zur vorherigen Stichprobe verwiesen wird.

4.2.2.3.1 Kategorie ‚Sequenziertheit‘

Abgesehen von den Fällen, in denen ein Intro vorgeschaltet ist (3-SPBGPU, 15-BELGU), ist die Menge an Informationen, die schon im Rahmen der Erstkontaktstelle ‚Startseite‘ dargeboten wird, auf allen untersuchten Websites der Stichprobe des Jahres 2010 erneut deutlich angewachsen. Neben umfangreicheren Hauptnavigationen, die sich teilweise in durch Aufzählung (1-MGU, 8-JUFU, 12-IRNITU, 13-PNIPU) oder reaktiv erscheinende Submenüs (3-SPBGPU,

¹³⁷ In einem Fall ist der auf der Startseite ausgewiesene Unterbereich *Obščaja informacija* nicht im Internet Archive verfügbar (8-JUFU), so dass nur zwölf Informationsseiten in die Untersuchung einfließen können.

5-TGU, 15-BELGU) sichtbare Unterthemen gliedern, weisen nun fast alle Startseiten großflächige Newsbereiche auf, die sich wiederum in verschiedene Kategorien unterteilen (z.B. *Novosti*, *Anonsy*, *Ob'javlenija*; siehe [Abbildung 11](#)).¹³⁸

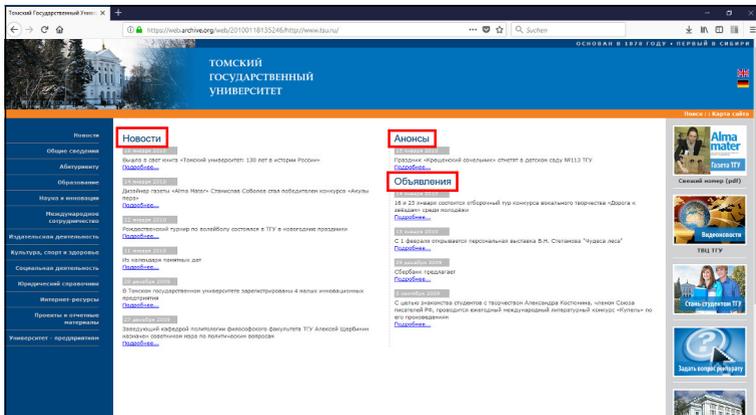


Abbildung 11: 5-TGU, Startseite (Ausschnitt), Stand: 18.01.2010

Auch im Jahr 2010 zeichnen sich die untersuchten Websites damit auf Makroebene durch eine nicht linear vorgegebene, sondern hierarchische Sequenzierung aus, d.h. Anfang und Ende des Gesamttextes ‚Website‘ sind nicht festgelegt und die einzelnen Teiltexte sind in sich eigenständig und stehen gegenüber dem Textganzen im Vordergrund. Wie oben schon erwähnt, setzen sich dabei die im Jahr 2005 beobachteten qualitativen Entwicklungen fort: Die schon mehrfach beschriebenen Orientierungshilfen (Sitemap, Linkkennzeichnung, Brotkrumenpfade usw.) sind zunehmend einheitlich gestaltet, benannt und positioniert und unterstützen so aufgrund ihres websiteübergreifenden Wiedererkennungswerts und der damit einhergehenden kognitiven Entlastung des Nutzers dessen Zurechtfinden im hierarchisch-komplexen Text ‚Website‘. Als Neuentwicklung gegenüber der letzten Stichprobe fallen die inzwischen gerade auf den seit 2005 überarbeiteten bzw.

¹³⁸ Eine Ausnahme stellt die Startseite der Website der Südlichen Föderalen Universität (8-JUFU) dar, welche von einer Abbildung des Hauptgebäudes ganzflächig dominiert wird (siehe [Abbildung 12](#)).

neu dazugekommenen Websites häufig anzutreffenden separaten, parallel bzw. quer zur thematisch motivierten Hauptnavigation eingetragenen Navigationsleisten mit zielgruppenspezifischen Menüpunkten (z.B. *Abiturientu*, *Studentu*, *Aspirantu*, *Sotrudniku*; 2-SPBGU, 4-SFU, 8-JUFU, 9-NNGU, 10-DVFU, 12-IRNITU, 13-PNIPU) auf, die entsprechend zielgruppenspezifische Zugänge zum Inhalt der Website ermöglichen. Neben den o.g. navigatorisch unterstützenden Gestaltungsmerkmalen machen gerade sie in besonderer Weise deutlich, dass die untersuchten Websites zunehmend nicht mehr nur angebots- sondern auch nachfrageorientiert konzipiert sind, d.h. nicht nur viele Inhalte darbieten, sondern die individuellen Informationsbedürfnisse ihrer verschiedenen Adressatengruppen berücksichtigen (siehe [Abbildung 12](#)). Auch die Tatsache, dass die jeweiligen Zielgruppen inzwischen nicht mehr im Plural, sondern im Singular angesprochen werden (z.B. *Studentu* statt *Studentam*), mag als Zeichen dafür gewertet werden, dass zunehmend die Interessen des Rezipienten als Individuum im Fokus stehen.

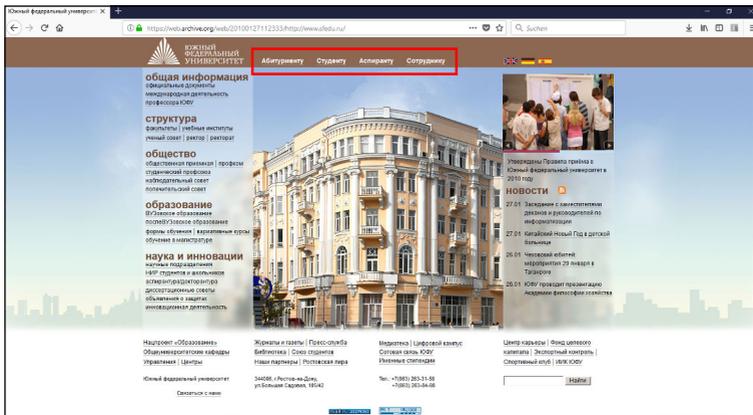


Abbildung 12: 8-JUFU, Startseite, Stand: 27.01.2010

Im Gegensatz zur Stichprobe des Jahres 2005 besteht ein Großteil der untersuchten Unterbereiche im Jahr 2010 aus umfangreichen (verbalen) Texten mit allgemeinen Informationen zur Universität und insbesondere ihrer Geschichte, die wie ‚klassische‘ Printtexte klar definierte

Anfangs- und Endpunkte haben und damit als in sich geschlossene, lineare Texte konzipiert sind (4-SFU, 9-NNGU, 10-DVFU, 11-VGU, 12-IRNITU, 13-PNIPU, 14-TJUMGNGU). In den übrigen Fällen handelt es sich wie im Jahr 2005 um Listen von teilweise kommentierten Links zu weiterführenden Unterthemen, die die hierarchische, konzeptionell nichtlineare Struktur als Mesoebenen der Navigation fortsetzen (1-MGU, 2-SPBGU, 5-TGU, 15-BELGU), oder um Mischformen, die sowohl Text enthalten als auch weiterführende bzw. auf einschlägige Unterseiten direkt verweisende Links, welche anbieten, die Navigationshierarchie zu umgehen (3-SPBGPU).

Damit gilt weiterhin, dass konzeptionelle Linearität im Sinne der Untersuchungskriterien 1 und 2 in Bezug auf die Startseiten grundsätzlich nicht und in Bezug auf die Informationsseiten bzw. ersatzweise gewählten Unterbereiche nur teilweise festgestellt werden kann. Durch die websiteübergreifende Vereinheitlichung von Navigations- und Orientierungshilfen einerseits und vor allem das Angebot zielgruppenspezifischer Zugänge zum Inhalt andererseits werden die spezifischen Eigenschaften nichtlinearer Texte aber im Jahr 2010 stärker berücksichtigt bzw. auch qualitativ-funktional genutzt und der Nutzer so noch mehr operativ darin unterstützt, sich einen effizienten Weg durch den komplexen Gesamttext ‚Website‘ zu den für ihn relevanten Informationen zu bahnen.

4.2.2.3.2 Kategorie ‚Direktionalität‘

Die o.g. qualitativen Entwicklungstendenzen im Bereich ‚Sequenziertheit‘ wirken sich ebenso auf die Eigenschaften der untersuchten Websites im Bereich ‚Direktionalität‘, insbesondere auf die Beeinflussungsmöglichkeiten der formalen Textpräsentation, aus: In dem Maße, in dem zunehmend einheitliche und entsprechend erkenn- und erwartbare Steuerungs- und Orientierungshilfen den Umgang mit dem komplexen Hypertext unterstützen und zielgruppenspezifisch aufbereitete Navigationspfade das Auffinden einschlägiger Informationen erleichtern, unterstützen und fördern sie auch das rezipientenseitige Einwirken auf die formale Präsentation des Textes ‚Website‘. Darüber hinaus haben sich die bereits im Zusammenhang mit der vorherigen Stich-

probe beschriebenen Metafunktionalitäten, die eine Anpassung der Textperformanz an individuelle Bedürfnisse ermöglichen, weiter etabliert und vereinheitlicht. Beispielsweise bieten im Jahr 2010 nahezu alle untersuchten Startseiten Website-Inhalte auch auf Englisch und teilweise weiteren Sprachen z.B. Chinesisch, Deutsch, Spanisch oder Türkisch (4-SFU, 5-TGU, 8-JUFU, 11-VGU, 15-BELGU) sowie Suchfunktion und Sitemap an und positionieren die entsprechenden, inzwischen überwiegend einheitlich verwendeten Bezeichnungen bzw. Symbole häufig im Rahmen einer Serviceleiste am oberen rechten Bildschirmrand (z.B. 1-MGU, 2-SPBGU, 3-SPBGPU, 9-NNGU, 10-DVFU, 15-BELGU). Dazu gekommen sind vereinzelte neue interaktive Funktionalitäten wie eine Stundenplan-Anzeige (4-SFU) oder zugangsgeschützte Bereiche, in die ausschließlich Studierende und andere Mitglieder der Universität per Login gelangen (8-JUFU, 14-TJUMGNGU, 15-BELGU; siehe [Abbildung 13](#)).

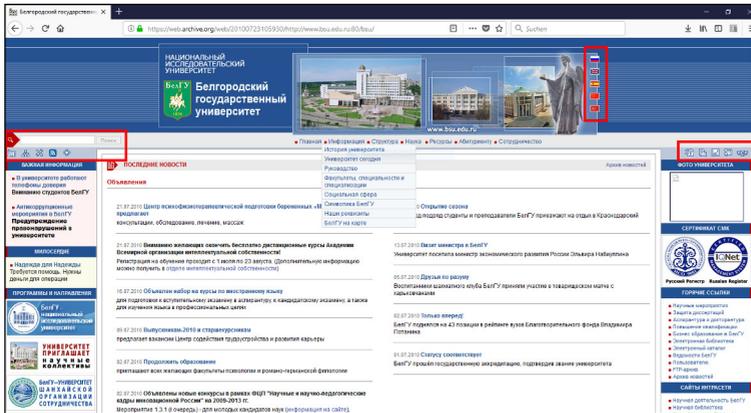


Abbildung 13: 15-BELGU, Startseite (Ausschnitt), Stand: 26.07.2010

Während eine inhaltliche Beeinflussung bzw. ein Mitwirken an der Textkonstitution der untersuchten Startseiten durch den Nutzer im Jahr 2010 mit Ausnahme eines Forums (10-DVFU) und vereinzelter Besucherzähler (z.B. 5-TGU, 9-NNGU) nunmehr in keiner Weise möglich ist, bieten prominent platzierte Kontaktdaten und

-funktionen sowie Telefon-Hotlines (1-MGU, 4-SFU, 10-DVFU, 15-BELGU) an, in den direkten Dialog mit der Universität zu treten (siehe [Abbildung 14](#)).

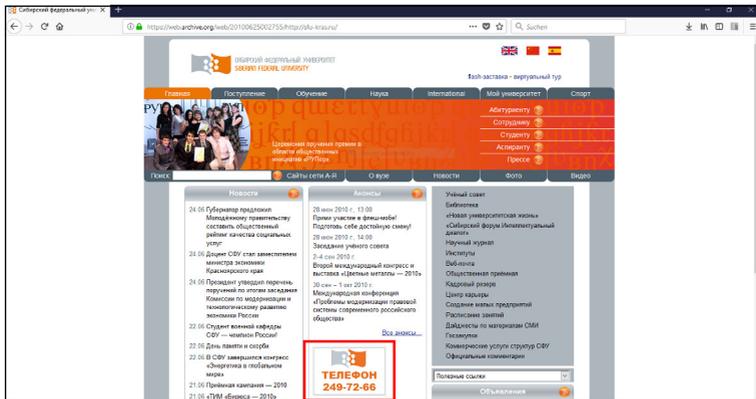


Abbildung 14: 4-SFU, Startseite (Ausschnitt), Stand: 25.06.2010

Hinsichtlich der Informationsseiten bzw. der ersatzweise untersuchten Unterbereiche gilt auch im Jahr 2010: Sofern sich die konzeptionell nichtlineare Struktur durch Linklisten im Sinne einer Mesoebene fortsetzt und die o.g., quantitativ und qualitativ etablierten Navigations- und Orientierungshilfen und Funktionalitäten genutzt werden können, hat der Nutzer auch hier im Rahmen der aktiven Textrezeption die Möglichkeit, die formale Präsentation der Website-Inhalte seinen individuellen Interessen folgend zu beeinflussen (1-MGU, 2-SPBGU, 5-TGU, 15-BELGU). Die Unterbereiche, die wie ‚klassische‘ Printtexte einen klar definierten Anfang und ein klar definiertes Ende haben und daher im Wesentlichen als in sich geschlossene Texte im Sinne einer Mikroebene angelegt sind, sind wiederum grundsätzlich auch formal monodirektional konzipiert (4-SFU, 9-NNGU, 10-DVFU, 11-VGU, 12-IRNITU, 13-PNIPU, 14-TJUMGNGU). Eine Beteiligung an der inhaltlichen Textkonstitution ist auch im Jahr 2010 auf keinem der untersuchten Unterbereiche möglich.

Merkmale konzeptioneller Monodirektionalität lassen sich damit auch anhand dieser Stichprobe nur in Teilen feststellen: Da die Beeinflussung der formalen Textpräsentation im Rahmen der Rezeption durch die o.g., zunehmend etablierten und vereinheitlichten operativ unterstützenden Merkmale und Funktionalitäten immer mehr gefördert wird, trifft das Untersuchungskriterium 3 (nach wie vor) nicht zu. Da auch die im Rahmen dieser Stichprobe untersuchten Websites so gut wie keine Möglichkeit bieten, sich an der inhaltlichen Textkonstitution zu beteiligen, kann das Kriterium 4 (weiterhin) als zutreffend angesehen werden.

4.2.2.3.3 Kategorie ‚Modalität‘

Die Intro-Bereiche im Jahr 2010 (3-SPBGPU, 15-BELGU) bestehen wie die der vorherigen Stichproben vor allem aus statusunterstreichenden, in einem Fall sich dynamisch wandelnden und durch klassische Musik untermalten Bildelementen und begrüßen den Rezipienten so pathetisch wirkungsvoll auf der virtuellen Präsenz. Obwohl die Gestaltung der im Rahmen dieser Stichprobe untersuchten Startseiten nach wie vor textlastiger ausfällt als die der beiden Intro-Seiten, hat die Gewichtigkeit nonverbaler Zeichen im Unterschied zum Jahr 2005 sowohl in quantitativer als auch in qualitativer Hinsicht wieder deutlich zugenommen. Im oberen Teil der Startseite befindet sich nun vielfach nicht mehr nur eine schmale Kopfleiste, sondern ein breites, bannerartiges Element, das Titel und Logo der Universität mit großflächigen, z.T. dynamisch wechselnden Abbildungen, Hauptnavigation und Serviceleiste verbindet, während der meist erst durch Scrollen zu erreichende untere Teil der Startseite (z.B. Newsbereich) von verbalen Zeichen dominiert ist (z.B. 2-SPBGU, 4-SFU, 10-DVFU, 13-PNI-PU).^{139, 140} Im Gegensatz zu den Bildelementen früherer Stichproben – überwiegend symbolisch-schemenhafte Zeichnungen oder nostalgisch anmutende Gemälde berühmter Persönlichkeiten, des Wappens oder

¹³⁹ Die Startseite der Website der Südlichen Föderalen Universität (8-JUFU) ist hingegen ganzflächig von einer Abbildung des Hauptgebäudes dominiert (siehe Abbildung 12).

¹⁴⁰ Aufgrund von technischen Darstellungsproblemen im Internet Archive können die Bildelemente von drei der 13 Websites nicht bzw. nicht vollständig untersucht werden (3-SPBGPU, 11-VGU, 14-TJUMGNGU).

des imposanten Gebäudes der Universität – sind die o.g. Abbildungen ausnahmslos fotografische, d.h. lebensnah und authentisch wirkende Darstellungen, die nicht mehr nur das die Institution ‚Universität‘ symbolisierende Hauptgebäude, sondern auch Studierende, Lehrende und Forschende und damit das tägliche Leben an der Hochschule zeigen (z.B. 2-SPBGU, 3-SPBGPU, 4-SFU, 13-PNIPU). Auch die non-verbale Gestaltung der Startseiten im Jahr 2010 spiegelt damit die zunehmende Nachfrage- und Zielgruppenorientierung der Textperformanz wider: Im Fokus stehen nicht mehr allein Renomme, Struktur und Angebot der Universitäten, sondern auch die Menschen aus aller Welt, die dort studieren und arbeiten, und die Erfolge, die sie erzielen. Besonders deutlich zeigt sich dies an der Startseite der Website der Staatlichen Technischen Universität Perm (13-PNIPU), die verschiedene Studierende internationaler Herkunft sowie einen Dozenten im Rahmen eines sich dynamisch wechselnden Bildbanners Empfehlungen (engl. *testimonials*) aussprechen lässt (siehe [Abbildung 15](#)).

Пермский государственный университет

ПЕРМСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Технология успеха

«13-ПНИПУ дает то, что мне нужно: образование, друзей, бизнес, поездки за рубеж. Я выбираю Политех!»
Привлечение, поддержка и сопровождение талантливых молодых людей в процессе получения инженерного образования в 13-ПНИПУ

Новости

21.07.11 **Ученый Перми: Политех** (так называют ученые) **Лидера**
Профессор Пермского национального исследовательского технического университета Юрий Иванович Крамарин награжден орденом Дружбы за заслуги в области образования и в частности педагогическую работу.

26.07.11 **Ученые ПНИПУ и Института органической химии имени В.И. Вернадского посетили выставку Уланы**
Представители Пермского национального исследовательского технического университета посетили выставку «Искусство: национализм, исследования» (г. Зариси, Швейцария) в рамках проекта «Образование: связь идей и объединяет таланты на международном территории на международной научной выставке «Уланы» 2011».

18.07.11 **Ученый Перми: Политех** (так называют ученые) **Лидера**
Профессор Пермского национального исследовательского технического университета Юрий Иванович Крамарин награжден орденом Дружбы за заслуги в области образования и в частности педагогическую работу.

15.07.11 **Студенты, аспиранты и преподаватели Пермского Политеха посетили в городе Ульяновске форум «Бизнес будущего 2011»**
С 18 по 20 июля 2011 года на острове Байкал состоялся Перший международный молодежный предпринимательский форум «Бизнес будущего 2011». В нем приняли участие 3 000 молодых предпринимателей и студентов, занятых в предпринимательстве, а также студенты технических вузов России, Беларуси и дальнего зарубежья.

13.07.11 **Стороны этого года Пермский Политех посетили власти и руководители многих научных учреждений**
С целью повышения эффективности и более открытой работы с документами Пермский Политех посетили власти и руководители многих научных учреждений.

11.07.11 **Два молодых ученика Пермского Политеха получили медаль Лауреата на конкурсе в Европе**
В этом году молодые и талантливые преподаватели ПНИПУ могут гордиться участием в конкурсе на получение стипендии и предоставление стипендий в университетах Германии в рамках программы «Молодые Профессоры и исследователи».

18.10.11 **Ученые Пермского государственного технического университета посетили конференцию «Инновации: путь к будущему»**
С 19 по 24 октября 2011 года в Пермском государственном техническом университете прошел «Инновации: путь к будущему» конференция «Инновации: путь к будущему» и проблемы инновационного образования в Пермском государственном техническом университете.

15.10.11 **В Перми Политех студенческая олимпиада по социальным наукам**
С 19 по 24 октября 2011 года в базе Пермского государственного технического университета прошел Всероссийская студенческая олимпиада по социальным наукам.

16.09.11 **Пермский Политех традиционно принимает участие в «МАКС 2011»**
Государственным тех. факультетом и Центром инновационной экономики ПНИПУ традиционно принимают участие в международном выставочно-конференционном комплексе «МАКС 2011», который пройдет с 16 по 21 августа этого года.

14.07.11 **Ученый Перми: Политех** (так называют ученые) **Лидера**

Abbildung 15: 13-PNIPU, Startseite (Ausschnitt), Stand: 09.08.2011

Demgegenüber weist die semiotische Gestaltung der informativ-funktionalen Mikro- bzw. Mesoebene im Jahr 2010 keine Unterschiede gegenüber der letzten Stichprobe auf: Verbale Texte überwiegen quantitativ, sie werden durch schlichte paraverbale und vereinzelt illustrierende nonverbale Elemente ergänzt. Dabei generiert insbesondere die zunehmend einheitliche paraverbale Gestaltung aufgrund ihrer operativ-funktionalen Unterstützungsleistung einen semiotischen Mehrwert gegenüber einer rein verbalen Textperformanz.

Die Kriterien 5 und 6 – und damit konzeptionelle (verbale) Monomodalität – treffen demnach auch im Jahr 2010 kaum zu: Zum einen lässt sich eine flächenmäßige Dominanz verbaler Elemente nur auf der Mikro- bzw. Mesoebene feststellen, zum anderen können para- und nonverbale Elemente aufgrund ihrer vielfältigen emotional-appellativen, inhaltlich-informativen und/oder operativ unterstützenden Funktionen nicht ohne semiotischen Wertverlust weggelassen oder sprachlich ersetzt werden.

4.2.2.3.4 Zusammenfassung

Insgesamt weisen die im Rahmen der Stichprobe des Jahres 2010 untersuchten Websites sowohl auf Makro- als auch auf Mikro- bzw. Mesoebene erneut nur teilweise Merkmale ‚klassischer‘ Printtexte auf und unterscheiden sich insofern, d.h. bei einem rein positivistischen Vergleich der kriteriengeleiteten Bewertungen, in keiner Weise von den Websites des Jahres 2005: Die Makroebene ist nach wie vor grundsätzlich sequenziell nichtlinear, hinsichtlich der formalen Textpräsentation bidirektional und hinsichtlich der inhaltlichen Textkonstitution monodirektional sowie quantitativ teilweise und qualitativ voll multimodal konzipiert, während die Mikro- bzw. Mesoebene nur teilweise nichtlinear, hinsichtlich der formalen Textpräsentation bidirektional und hinsichtlich der inhaltlichen Textkonstitution ausschließlich monodirektional und sowie quantitativ nicht und qualitativ voll multimodal konzipiert ist (siehe [Tabelle 6](#)).

Tabelle 6: Stand im Jahr 2010

	Startseite	Informationsseite
Kriterium 1	-	-/+
Kriterium 2	-	-/+
Kriterium 3	-	-/+
Kriterium 4	-/+	+
Kriterium 5	-/+	+
Kriterium 6	-	-

Wenn auch, wie eingangs bereits erwähnt, nicht alle untersuchten Websites eine Veränderung gegenüber der Stichprobe des Jahres 2005 erfahren haben und die sichtbaren Veränderungen weniger einem einheitlichen Trend folgen als im Zeitraum 2000 bis 2005, so lassen sich doch grundsätzliche Tendenzen aufzeigen, welche die bereits im Jahr 2005 festgestellten qualitativen Entwicklungen im Wesentlichen fortsetzen und intensivieren. So zeigt sich gerade an dem inzwischen häufig anzutreffenden und prominent in Nähe der Hauptnavigation platzierten Angebot systematisch zielgruppenspezifischer Zugänge zum Inhalt und an der zunehmend websiteübergreifenden Etablierung und Vereinheitlichung von Navigations- und Orientierungshilfen, Symbole und Linkkennzeichnung, Serviceleisten, Schemen der Textgliederung bzw. -portionierung usw., dass die im WWW von Anfang an vorherrschende nichtlineare und bidirektionale Textperformanz im Jahr 2010 nicht mehr nur mechanisch ausgeübt, sondern in qualitativer Hinsicht deutlich stärker als bisher genutzt bzw. konzeptionell-funktional eingesetzt wird. Ebendiesen o.g. beiden Haupttendenzen, Zielgruppenansprache und kognitive Entlastung der Rezipienten, dient auch die zunehmend multimodale Textperformanz, d.h. der funktionale Einsatz para- und vor allem nonverbaler Gestaltungselemente, welche im Vergleich zu den arbiträren, kodifizierten sprachlichen Zeichen zwar weniger zur Übermittlung exakter Informationen geeignet sind, sehr wohl aber zu ihrer optischen Aufbereitung und Gliederung, zur Aufmerksamkeitslenkung und Wiedererkennung sowie zur emotionalen Einbindung und Identifikation (vgl. 2.2.3).

Im Gegensatz zum Jahr 2005 appellieren viele der untersuchten Hochschulwebsites im Jahr 2010 damit nicht mehr unterschwellig, sondern zunehmend offen und direkt an einzelne Zielgruppen, sich eigeninitiativ über die für sie relevanten Fakten und Neuigkeiten an der Universität zu informieren, und zeichnen insgesamt ein nicht mehr ausschließlich traditionell-würdevolles, sondern auch immer mehr junges, internationales und innovatives Bild von sich. Nicht zuletzt aufgrund der erweiterten Inhalte, die die Universitäten als Plätze des gesellschaftlichen Lebens darstellen, wirken die Websites im Jahr 2010 wie lebendige Kommunikationsplattformen für viele verschiedene Gruppen (Studierende, Lehrende, Mitarbeiter, Alumni, Industriepartner usw.), die z.T. auch explizit als solche angesprochen werden und deren (Informations-) Bedürfnisse, Interessen und Gewohnheiten gegenüber einer rein angebotsorientierten Selbstdarstellung der Universitäten in den Vordergrund rücken. Die mehrfach erwähnten Vereinheitlichungstendenzen zeigen sich dabei nicht nur im Bereich Usability, sondern auch hinsichtlich der inhaltlichen Konzeption der Websites: Während der Unterbereich ‚Informationsseite‘ im o.g. Sinne in den ersten beiden Stichproben nur teilweise vorhanden ist, ist dieser im Jahr 2010 Bestandteil aller untersuchten Websites, wenngleich Benennung und Binnenstruktur unterschiedlich ausfallen.

4.2.2.4 Stand im Jahr 2016

Die Stichprobe des Jahres 2016 umfasst sämtliche 15 der 15 Websites des Korpus_{basis} (siehe 7.2.1.4).

Keiner der Startseiten ist eine Intro-Seite vorgeschaltet. Wie schon im Jahr 2010 verfügen alle untersuchten Websites über eine Informationsseite im in 4.1 beschriebenen Sinne, welche meist über einen der ersten Menüpunkte der Hauptnavigation oben links aufgerufen werden kann und mit ‚(Nas̆) *Univerzitet*‘ (z.B. 2- SPBGU, 3-SPBGPU, 5-TGU, 10-DVFU, 12-IRNITU) oder ‚*Ob univerzitet*‘ bzw. ‚*O vuz*‘ (4-SFU, 7-URFU, 9-NNGU, 12-IRNITU) benannt ist.¹⁴¹ In zwei Fällen ist die Informationsseite nicht direkt auf der Startseite ansteuerbar,

¹⁴¹ Insgesamt fällt auf, dass sich die grundsätzliche (thematische) Wahl, Anordnung und Benennung der Hauptnavigationenpunkte auf den untersuchten Startseiten des Jahres 2016 websiteübergreifend deutlich vereinheitlicht hat.

sondern ein Unterbereich (6-KFU: *Sajt rektora* als erster Unterbereich der Rubrik *Svedenija ob obrazovatel'noj organizaciji*, 11-VGU: *Istorija* als erster Unterbereich der Rubrik *Obščaja informacija*).

In der Stichprobe des Jahres 2016 sind zwei Websites neu dazugekommen (6-KFU, 7-URFU). Alle anderen, bereits in der Stichprobe des Jahres 2010 enthaltenen Websites sind inzwischen überarbeitet worden, wobei sich die schon im Jahr 2005 und vor allem im Jahr 2010 festgestellten Entwicklungstendenzen weiter fortsetzen bzw. verstärken und insgesamt ein deutlicher Vereinheitlichungstrend erkennbar ist, der die im Jahr 2010 beobachtete Konsolidierung bestätigt.

4.2.2.4.1 Kategorie ‚Sequenziertheit‘

Auch wenn ihr quantitativer, flächenmäßiger Umfang durchwegs auf weit über eine Bildschirmgröße angewachsen ist, wirken die Startseiten im Jahr 2016 deutlich geordneter und übersichtlicher als noch im Jahr 2010: Vor allem im oberen, auf den ersten Blick im Bildschirm sichtbaren Teil sind kaum noch Detailinformationen zu finden, sondern meist breite, flächige Bildbanner mit dynamisch wechselnden Abbildungen und plakatähnlichen Hinweisen zu aktuellen Themen und Veranstaltungen, welche von mehreren verschiedenen, z.B. thematisch, zielgruppenspezifisch und servicetechnisch motivierten Navigationsmenüs umgeben sind und die Website-Inhalte somit parallel sowohl angebots- als auch nachfrageorientiert zugänglich machen (z.B. 2-SPBGU, 3-SPBGPU, 4-SFU, 5-TGU, 7-URFU, 8-JUFU, 13-PNIPU; siehe [Abbildung 16](#)). Erst im weiteren Verlauf der Startseite, d.h. in den durch Scrollen zu erreichenden unteren Bereichen, folgen detailliertere Inhalte wie News oder Veranstaltungshinweise.

So werden dem Nutzer im Rahmen dieser Erstkontaktstelle mit der Website nicht unüberschaubare Mengen an Informationen, sondern einige aktuelle Schlaglichter und im Übrigen Einstiege in spezifische Rezeptionspfade angeboten, welche zwar in gewisser Weise durch den Gesamttext ‚Website‘ lenken können, eine bestimmte lineare Rezeptionsreihenfolge aber nicht streng vorgeben. Zusätzlich unterstützen zahlreiche, inzwischen stark websiteübergreifend vereinheitlichte und daher erfahrungsgemäß erwartbare Navigations- und Orientierungs-

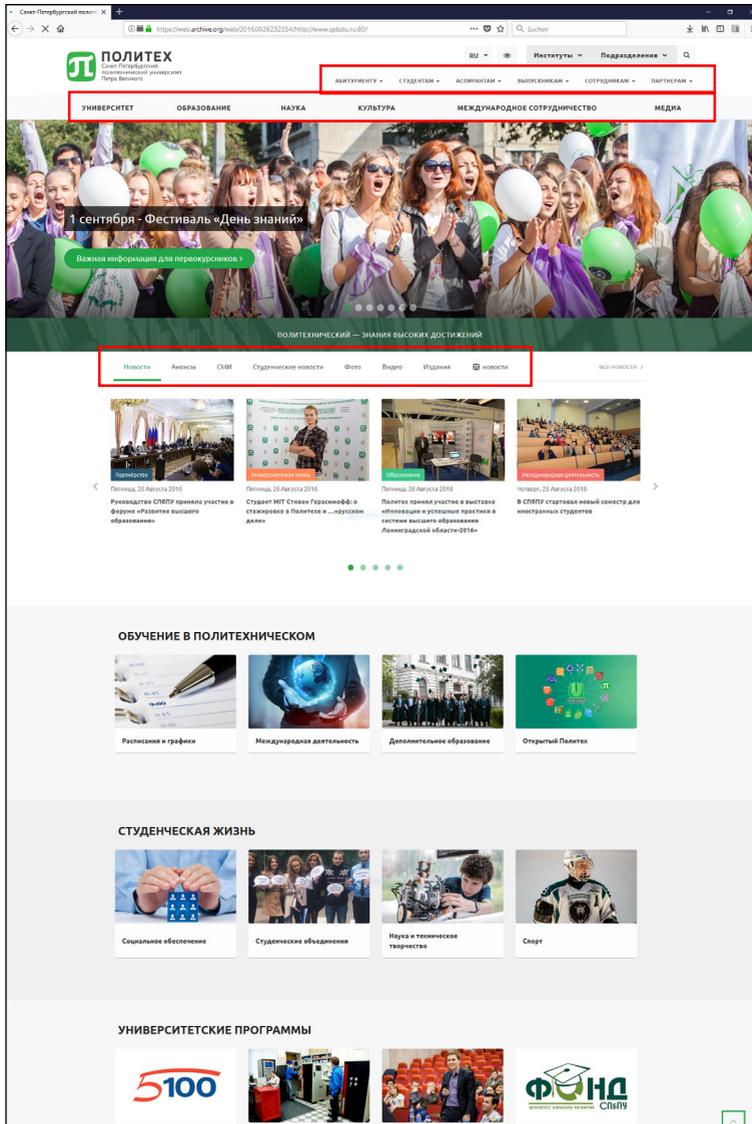


Abbildung 16: 3-SPBGPU, Startseite (Ausschnitt), Stand: 26.08.2016

hilfen¹⁴² den Rezipienten dabei, sich vorausschauend und in diesem Sinne effizient auf der Website zu bewegen. Somit werden einerseits die typischen Zielgruppen der Hochschulwebsites (z.B. Studieninteressenten, Studierende, Mitarbeiter) direkt adressiert, andererseits aber auch Rezipienten, die eine individuelle *Quaestio* verfolgen, bei der Informationssuche unterstützt (vgl. Usability/Kohärenzbildungshilfen; 2.2.1). Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die Untersuchungskriterien 1 und 2, anhand derer die konzeptionell lineare Sequenziertheit von Texten hier überprüft wird, auf die Makroebene des Textes ‚Website‘ weiterhin nicht zutreffen: Weder sind Anfang und Ende der Website definiert, noch steht das Textganze gegenüber den vielen einzelnen, in sich abgeschlossenen Teiltextrn auf Mikro- bzw. Mesoebene im Vordergrund.

Die Menge der in dem hier fokussierten Unterbereich dargebotenen Inhalte ist ebenso wie die der Website-Inhalte insgesamt seit dem Jahr 2000 kontinuierlich angewachsen. Die Informationsseiten im Jahr 2016 gliedern diese Inhalte stärker als bisher in weiterführende Unterthemen und übernehmen daher zunehmend die Funktion von Mesoebenen der Navigation: Sie sind in fast allen Fällen (Ausnahmen: 6-KFU, 11-VGU) direkt im Sinne einer Zwischenplattform ansteuerbar und erlauben dem Rezipienten so, sich einen Überblick über die dort angebotenen Unterthemen zu verschaffen und die für ihn relevanten auszuwählen. Während sechs der 15 Informationsseiten fast ausschließlich aus kurz beschriebenen weiterführenden Menüpunkten bzw. Links bestehen (1-MGU, 2-SPBGU, 7-URFU, 9-NNGU, 12-IRNITU, 14-TIU), weisen die übrigen neun Unterbereiche neben einer Subnavigation auch z.T. ausführliche Inhalte in Form von kur-

¹⁴² Konkret gemeint sind weiterhin z.B. Sitemaps, durch Mauszeiger-Berührung reaktiv erscheinende Linkkennzeichnung und -auszeichnung oder Drop-Down-Menüs, das Bestehen-Bleiben der Hauptnavigation während des Navigierens und die paraverbale Hervorhebung des aktuell aufgerufenen Unterbereichs, Brotkrumenpfade sowie die Verlinkung des meist oben links positionierten Logos der Universität mit der Startseite (vgl. 4.2.2.2, 4.2.2.3). In zwei Fällen erscheint im Jahr 2016 während des Aufbaus neu aufgerufener Seiten eine Zwischenblende, die das sich dynamisch drehende Logo der Universität zeigt (4-SFU, 9-NNGU) und dem Nutzer dadurch zu Verstehen gibt, dass sich die Seite im Ladevorgang befindet.

zen, häufig durch Bilder und Videos ergänzten verbalen Texten und einen entsprechend großen Gesamtumfang auf (z.B. 4-SFU, 5-TGU, 8-JUFU, 15-BELGU). Insgesamt sind also flexible (Sub-) Navigationsstrukturen und kurze, multimodal aufbereitete Informationseinheiten im Jahr 2016 typisch für diesen Unterbereich, während lange Texte, die wie ‚klassische‘ Printtexte klar definierte Anfangs- und Endpunkte haben und damit als in sich geschlossene Texte konzipiert sind, zur Ausnahme geworden sind (11-VGU).¹⁴³ Auch Links zu anderen Unterbereichen, die Abkürzungen durch die grundsätzlich nach wie vor hierarchisch angelegten Navigationsstrukturen des Gesamttextes ‚Website‘ anbieten, finden sich vereinzelt (3-SPBGPU, 4-SFU, 15-BELGU; siehe [Abbildung 17](#)).

Somit kann im Rahmen dieser Stichprobe weder auf Makro- noch auf Mikro- bzw. Mesoebene konzeptionelle Linearität im Sinne der Untersuchungskriterien 1 und 2 festgestellt werden. Mehr noch als in den Jahren zuvor ist der Gesamttext ‚Website‘ systematisch in in sich geschlossene Teiltexthe im Sinne kleinerer Informationseinheiten gegliedert, die sich im Rahmen unterschiedlich motivierter Rezeptionswege individuell kombinieren lassen. Dieses nunmehr intensive ‚Ausleben‘ des modularen Aufbaus von Hypertexten scheint einerseits grundsätzlich der seit dem Jahr 2010 vorherrschenden Rezipienten- bzw. Bedarfs- und insbesondere Zielgruppenorientierung geschuldet zu sein, andererseits aber auch den inzwischen breit etablierten allgemeinen technischen Standards, Erfahrungen und Wissensständen und den daraus resultierenden Gewohnheiten und Erwartungen der Rezipienten im Umgang mit Texten im Medium WWW, die die Textproduzenten dazu anhalten, ein individuelles Erschließen von Websites zu unterstützen.

¹⁴³ Auch die Tatsache, dass die in früheren Versionen noch vereinzelt zu findende Druckfunktion im Jahr 2016 verschwunden ist, kann als Indiz dafür gewertet werden, dass sich die Rezeptionsgewohnheiten inzwischen nicht mehr an Printtexten orientieren.

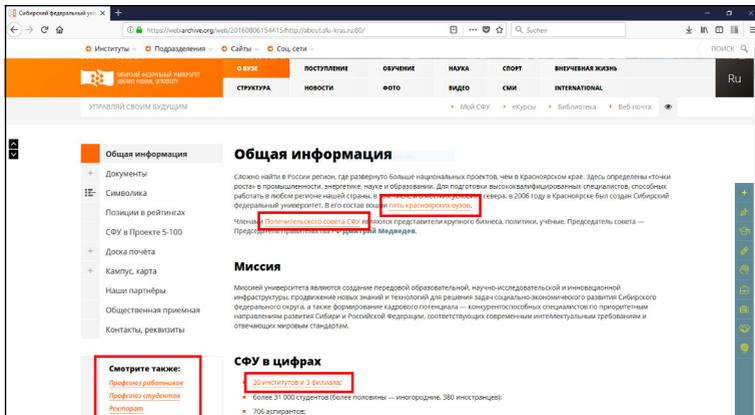


Abbildung 17: 4-SFU, O vuzе (Ausschnitt), Stand:06.08.2016

4.2.2.4.2 Kategorie ‚Direktionalität‘

Weiterhin gilt: In dem Maße, in dem zielgruppenspezifisch aufbereitete Zugänge zu den Inhalten einer Website das schnelle Auffinden einschlägiger Informationen ermöglichen und einheitlich erkenn- und erwartbare Steuerungs- und Orientierungshilfen helfen, sich im komplexen Hypertext zurechtzufinden, wird auch das rezipientenseitige Einwirken auf die formale Präsentation des Textes ‚Website‘ begünstigt. Zusätzlich unterstützt wird das Anpassen der Textperformanz an individuelle Bedürfnisse durch spezifische, im Jahr 2016 einheitlich verwendete, bezeichnete bzw. symbolisierte und in der Serviceleiste oben oder – seltener – in der Fußleiste (engl. *footer*) unten auf der Startseite positionierte Metafunktionalitäten wie Sitemap, Suche oder verschiedene Sprachversionen, insbesondere Englisch und Chinesisch.¹⁴⁴ Neu dazugekommen sind auf nahezu allen

¹⁴⁴ Während drei der 15 im Rahmen dieser Stichprobe untersuchten Websites neben der russischen (nur) eine englische Version anbieten (1-MGU, 8-JUFU, 9-NNGU), verfügen sechs Websites zusätzlich über eine chinesische Version (2-SPBGU, 3-SPBGU, 5-TGU, 10-DVFU, 12-IRNITU, 13-PNIPU), die übrigen bieten zudem jeweils einzelne weitere Sprachen wie Spanisch, Deutsch, Französisch, Vietnamesisch, Türkisch und Arabisch an. Dies lässt vermuten, dass russische Universitäten ihre Hauptzielgruppe internationaler Studierender im Jahr 2016 nicht mehr primär in Europa, sondern vor allem in China sehen.

Websites die Funktion, die Schriftgröße an eine verminderte Sehstärke anzupassen (z.B. *Versija dlja slabovidjaščich*) sowie vereinzelt gezielte inhaltliche Filtermöglichkeiten im Rahmen des Veranstaltungs- oder Newsbereichs (z.B. 3-SPBGPU, 6-KFU, 7-URFU, 13-PNIPU). Weitere, teilweise zugangsgeschützte Bereiche und Funktionalitäten wie Online-Bewerbungsportale (z.B. 1-MGU, 8-JUFU), Stundenplan-Anzeigen (12-IRNITU, 14-TIU), digitale Lernplattformen (4-SFU), Online-Transaktionsmöglichkeiten im Zusammenhang mit Studiengebühren (4-SFU, 14-TIU) und insbesondere die inzwischen vermehrt vorzufindenden personalisierten Bereiche (z.B. *Vchod, Ličnyj kabinet*), in die Studierende und andere Mitglieder der Universität per Login gelangen (2-SPBGU, 4-SFU, 6-KFU, 7-URFU, 8-JUFU, 12-IRNITU, 14-TIU, 15-BELGU), verleihen den Startseiten im Jahr 2016 den interaktiv-lebendigen Charakter eines virtuellen Raumes, der nicht nur der (monodirektionalen) Information dient, sondern den der Besucher nach eigenem Interesse nutzen und an seine Bedürfnisse anpassen kann (vgl. ‚Joy of Use‘/ ‚User Experience‘, 2.2.2 bzw. 2.2.4). Dieses Aufbrechen der direktionalen Grenzen des Textes ‚Website‘ in Richtung einer gesellschaftlich-integrativen Räumlichkeit äußert sich auch in der Einbindung anderer universitätsinterner Kanäle und Medien (z.B. Videokanäle: 5-TGU, 6-KFU, Blog der Rektorin bzw. des Rektors: 8-JUFU, 12-IRNITU, 15-BELGU, Download von Print-Zeitschriften: 5-TGU, 8-JUFU, 10-DVFU) und vor allem anderer populärer WWW-Angebote wie Google Maps (1-MGU) oder soziale Netzwerke und Kanäle (z.B. VKontakte, Facebook, Twitter, YouTube), die über den Gesamttext ‚Website‘ hinausweisen und diesen dadurch gleichzeitig in die Online-Welt der wichtigsten Zielgruppe, junger Menschen in Russland, integrieren (siehe [Abbildung 18](#)).

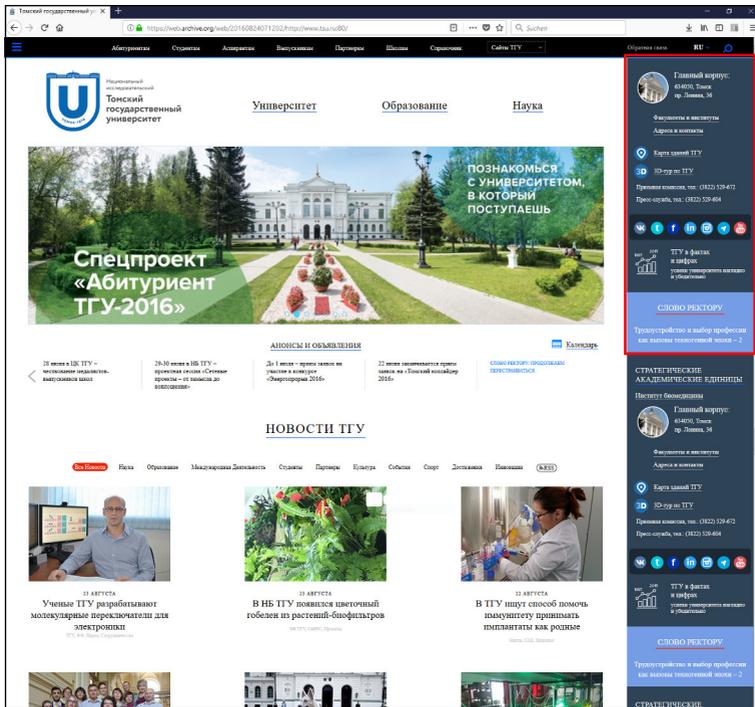


Abbildung 18: 5-TGU, Startseite (Ausschnitt), Stand: 24.08.2016

Von einem inhaltlichen Einwirken des Besuchers auf die untersuchten Startseiten lässt sich nur noch indirekt mit Blick auf die vereinzelt vorkommenden Zähler (z.B. Besucher- oder ‚Gelesen‘-Zähler, 13-PNIPU, 14-TIU, 15-BELGU) sprechen. Zugenommen haben hingegen die Möglichkeiten, in den direkten Dialog mit der Universität zu treten: Neben allgemeinen Kontaktdaten und Nachrichtenfunktionen wird in vielen Fällen eine (kostenlose) Hotline zur persönlichen Klärung von Fragen angeboten (1-MGU, 3-SPBGPU, 4-SFU, 5-TGU, 7-URFU, 10-DVFU, 11-VGU, 13-PNIPU, 14-TIU). Darüber hinaus rufen manche Universitäten die Rezipienten explizit zur Kontaktaufnahme auf, z.B., um der Hochschulleitung oder der Zulassungskommission Fragen zu stellen (15-BELGU), oder aber auch, um auf der

Website gefundene Fehler zu melden (5-TGU, 7-URFU, 9-NNGU, 12-IRNITU, 14-TIU; siehe [Abbildung 19](#)).¹⁴⁵

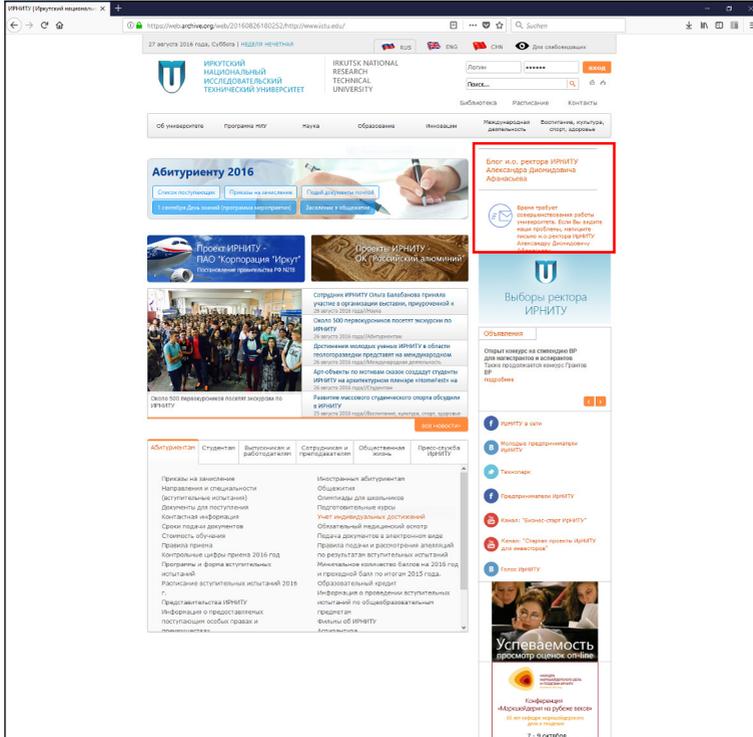


Abbildung 19: 12-IRNITU, Startseite (Ausschnitt), Stand: 26.08.2016

Da die Informationsseiten im Jahr 2016 in fast allen Fällen (Ausnahmen: 6-KFU, 11-VGU) Verteilerknoten im Sinne von Mesebenen der Navigation darstellen, hat der Rezipient auch hier im Rahmen der Rezeption des nichtlinearen Textes ‚Website‘ die Möglichkeit,

¹⁴⁵ Die Staatliche Technische Universität Irkutsk (12-IRNITU; siehe [Abbildung 19](#)) thematisiert die Notwendigkeit der Perfektionierung ihrer Arbeit an prominenter Stelle (oben rechts) und betont ihre Bedeutung, indem sie sie in der Verantwortung des Rektors ansiedelt: „Vremja trebuet soveršenstvovanija raboty universiteta. Esli Vy videte naši problemy, napišite piš' mo i.o. rektora IrNITU Aleksandru Diomidoviču Afanas'evu“.

für ihn relevante Teilthemen in beliebiger Reihenfolge anzusteuern und dadurch die konkrete Textpräsentation zu beeinflussen. Dabei wird auch thematisch-assoziatives Navigieren durch Querverlinkungen zu anderen Unterbereichen, die Abkürzungen durch die grundsätzlich nach wie vor hierarchisch angelegten Navigationsstrukturen vorschlagen (z.B. 3-SPBGPU, 4-SFU, 15-BELGU), begünstigt bzw. direkt angeboten (vgl. [Abbildung 17](#)). Eine aktive Mitwirkung an den Website-Inhalten ist auf dieser Ebene nach wie vor nicht möglich, in dieser Hinsicht bleibt der Rezipient weiterhin reiner ‚Konsument‘.

Hinsichtlich der Untersuchungskriterien 3 und 4, die Texte auf konzeptionelle Monodirektionalität hin überprüfen, gilt daher im Jahr 2016: Während der Rezipient die formale Textpräsentation an seine Bedürfnisse anpassen kann und Kriterium 3 daher nicht zutrifft, hat er so gut wie keine Möglichkeiten, auf die Website-Inhalte einzuwirken, weshalb Kriterium 4 wiederum zutrifft.

4.2.2.4.3 Kategorie ‚Modalität‘

Wie bereits erwähnt sind die untersuchten Startseiten der Stichprobe des Jahres 2016 vor allem im oberen, zunächst sichtbaren Teil fast ausnahmslos vielmehr bild- als textlastig: Neben Titel und Logo der Universität weisen sie in der Regel breite Banner mit großflächigen, z.T. dynamisch wechselnden Abbildungen auf, wohingegen detaillierte, verbal portierte Inhalte bzw. Teaser von News und Veranstaltungshinweisen, welche ebenfalls häufig um kleine illustrierende Bildelemente ergänzt sind (z.B. 1-MGU, 3-SPBGPU, 5-TGU, 8-JUFU, 9-NNGU, 10-DVFU, 11-VGU, 13-PNIPU, 15-BELGU), erst auf den durch Scrollen zu erreichenden unteren Teilen der Startseite folgen.^{146, 147} Die Abbildungen im oberen Banner-Bereich sind wie teilweise schon im Jahr 2010 neben plakatahnlichen Veranstaltungshinweisen überwiegend Fotografien von selbstbewusst und motiviert wirkenden

¹⁴⁶ Ausnahmen stellen die Websites der Staatlichen Universität Voronež (11-VGU) und der Staatlichen Technischen Universität Irkutsk (12-IRNITU) dar, die flächenmäßig deutlich weniger nonverbale Elemente aufweisen und nach wie vor eher textlastig gestaltet sind.

¹⁴⁷ Die Stichprobe des Jahres 2016 weist nur noch in vernachlässigbar geringem Umfang (z.B. 6-KFU) technische Darstellungsprobleme im Internet Archive auf.

internationalen Studierenden, Forschenden und Absolventen, hochrangigen Gästen der Universität, Veranstaltungen wie Forschungswettbewerben, Podiumsdiskussionen, Preisverleihungen, Messen usw., die ein abwechslungsreiches, gesellschaftlich, wirtschaftlich und politisch relevantes, modernes und attraktives Bild vom Alltag an den Universitäten zeichnen und somit eine starke Appellfunktion ausüben (vgl. ‚Look & Feel‘, 2.2.3; vgl. [Abbildung 16](#)). Die quantitativ und qualitativ steigende Bedeutung nonverbaler Elemente zeigt sich außerdem darin, dass diese nicht nur verbale Texte illustrieren, d.h. semiotisch ergänzen oder unterstützen, sondern im Rahmen von Foto-Touren, Videokanälen usw. selbst Inhalte konstituieren (z.B. 1-MGU, 3-SPBGPU, 4-SFU, 5-TGU, 15-BELGU). Wie bereits im Jahr 2010 übernehmen nonverbale Elemente neben dieser emotional-appellativen und inhaltlich-informativen Funktion auch operativ-funktionale Aufgaben, z.B. als Linksymbole in der Serviceleiste (vgl. [Abbildung 19](#)). Ebenso kommt der paraverbalen Gestaltung weiterhin eine hohe operativ-funktionale Bedeutung zu: Neben inzwischen schnell erkenn- und erwartbaren Navigations- und Orientierungshilfen, die eine effiziente Bedienung des Textes ‚Website‘ ermöglichen, dient die paraverbale Gestaltung vor allem der optischen Hervorhebung, Gliederung und Portionierung von verbal, para- und nonverbal portierten Inhalten zu erkennbaren mono- bis multimodalen Einheiten im Sinne von ganzheitlichen ‚Sehflächen‘ (Schmitz 2006: 193) und unterstützt damit die kognitive Erfassung und Verarbeitung der auf den Startseiten umfangreich dargebotenen Inhalte. Ihre para- und nonverbale Gestaltung trägt damit im Jahr 2016 sowohl in quantitativer als auch qualitativer Hinsicht wesentlich zur semiotischen Gesamtkonzeption der untersuchten Startseiten bei und kann nicht ohne Wertverlust weggelassen oder verbal kompensiert werden.

Da die im Rahmen der Stichprobe des Jahres 2016 untersuchten Informationsseiten fast ausnahmslos als Mesoebenen der Navigation und damit als operative Verteilerknoten dienen, spielt die para- und nonverbale Gestaltung auch hier eine zunehmend wichtige Rolle. Im Fall von Unterbereichen, die im Wesentlichen weiterführende Links anbieten (1-MGU, 2-SPBGU, 7-URFU, 9-NNGU, 12-IRNITU, 14-TIU),

kommt vor allem paraverbalen Aspekten wie z.B. einer erkenn- und erwartbaren Linkkennzeichnung (z.B. dunkelblaue Einfärbung des Linktexts, durch Mauszeiger reaktiv erscheinende typografische Hervorhebung, z.B. Unterstreichung) eine hohe Bedeutung zu, während Unterbereiche, die neben der Subnavigation bzw. weiterführenden Links auch z.T. ausführliche Inhalte präsentieren (z.B. 4-SFU, 5-TGU, 8-JUFU, 15-BELGU), meist multimodal konzipiert sind, d.h. verbale Texte mit anderen Zeichenarten wie Bild und Video (z.B. 3-SPBGPU) verbinden und häufig – ähnlich wie Startseiten – gerade im oberen, zunächst sichtbaren Teil von nonverbalen Elemente quantitativ dominiert werden (siehe [Abbildung 20](#)).¹⁴⁸

Auch die Kriterien 5 und 6, die Texte auf konzeptionelle (verbale) Monomodalität hin überprüfen, treffen demnach im Jahr 2016 kaum noch zu: Auf Makro- und Mikro- bzw. Mesoebene ist der flächenmäßige Anteil verbaler Elemente gegenüber dem para- und vor allem nonverbaler Elemente zurückgegangen, wobei para- und nonverbale Gestaltungselemente nun auch auf den als Mesoebenen konzipierten Informationsseiten eine wichtige inhaltlich- und/oder operativ-funktionale Rolle spielen und daher nicht ohne semiotischen Wertverlust weggelassen werden können.

¹⁴⁸ Auch in dieser Hinsicht stellt die Website der Staatlichen Universität Voronež (11-VGU) im Jahr 2016 eine Ausnahme dar: Es werden paraverbale Gestaltungsmittel (Fettdruck, blaue Schriftfarbe) zur typografischen Hervorhebung einzelner Wörter im Text verwendet, die inzwischen typischerweise für die Kennzeichnung von Links reserviert sind und den Rezipienten dadurch verwirren.

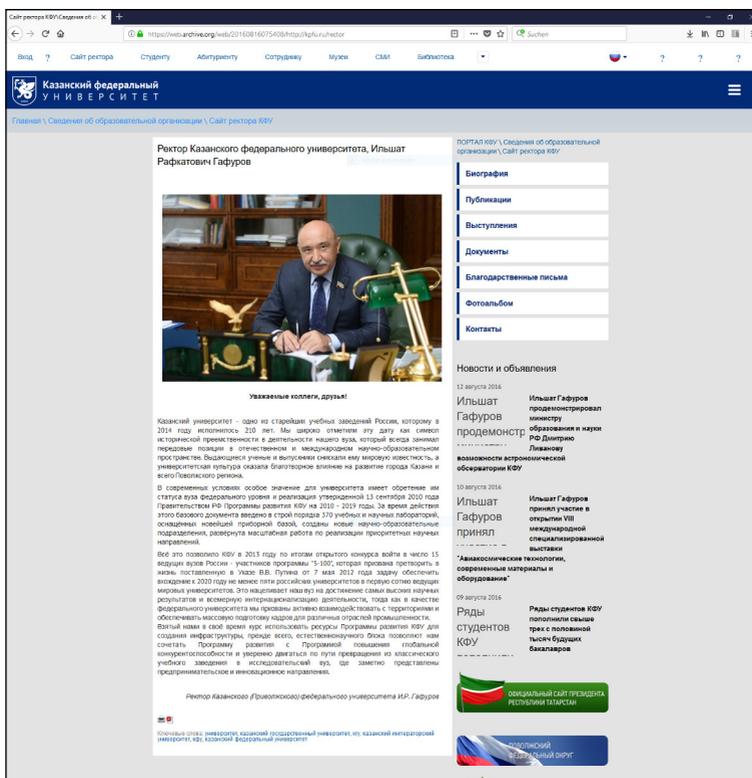


Abbildung 20: 6-KFU, *Sajt rektora* (Ausschnitt), Stand:16.08.2016

4.2.2.4.4 Zusammenfassung

Bereits eine rein positivistische, kriteriengeleitete Bewertung dieser Stichprobe zeigt einerseits, dass sowohl die Start- als auch die Informationsseiten der untersuchten Websites im Jahr 2016 weniger Merkmale ‚klassischer‘ Printtexte aufweisen als noch im Jahr 2010, und andererseits, dass sich die beiden Ebenen gleichzeitig auch konzeptionell aneinander angleichen: Aufgrund der fortschreitenden Modularisierung der immer weiter anwachsenden Inhalte und der dadurch verstärkten Rolle der Informationsseiten als Mesebenen der Navigation sind diese inzwischen ebenso wie die Startseiten überwiegend sequenziell nichtlinear und entsprechend auch hinsichtlich der formalen Textprä-

sensation bidirektional konzipiert. Ein Mitwirken an der inhaltlichen Website-Konstitution ist im Jahr 2016 auch auf Makroebene im Prinzip nicht mehr möglich. Das quantitative Verhältnis der Zeichenarten hat sich auf beiden Ebenen in Richtung multimodale Konzeption verschoben, auch wenn verbale Texte auf den Informationsseiten, die in der Regel konkrete, detaillierte Inhalte vermitteln, nach wie vor die Hauptrolle spielen. Der qualitative, sowohl inhaltlich- als auch operativ-funktionale Mehrwert der para- und nonverbalen Gestaltung ist jedoch auf Makro- und Mikro- bzw. Mesebene gleichermaßen unbestreitbar (siehe [Tabelle 7](#)).

Tabelle 7: Stand im Jahr 2016

	Startseite	Informationsseite
Kriterium 1	-	-
Kriterium 2	-	-
Kriterium 3	-	-
Kriterium 4	+	+
Kriterium 5	-	-/+
Kriterium 6	-	-

Parallel dazu zeigt sich wie eingangs bereits erwähnt ebenfalls, dass sich die qualitativen Entwicklungstendenzen, die z.T. schon im Rahmen der Untersuchung der Stichproben der Jahre 2005 und vor allem 2010 deutlich wurden, im Jahr 2016 flächendeckend durchgesetzt haben: Ebenso wie verschiedene Zugänge zu den Website-Inhalten, die diese sowohl angebots- als auch nachfrageorientiert aufbereiten und dem Rezipienten so direkte Navigationspfade zu den für ihn relevanten Informationen anbieten, verdeutlichen interaktive Funktionalitäten, die den Rezipienten zum ‚Nutzer‘ werden lassen und ihm nicht nur ermöglichen, die Präsentation des Textes ‚Website‘ und seiner Inhalte seinen Bedürfnissen anzupassen, sondern auch, außersprachliche Handlungen durch ihn zu vollziehen (z.B. Zahlungsfunktion im Rahmen von Login-Bereichen), und ein ansprechendes semio-

tisch-ganzheitliches Design, das den Rezipienten bei der kognitiven Erschließung der Inhalte unterstützt und ein attraktives, emotional involvierendes Bild von der Universität portiert, dass die Möglichkeiten, die das Medium WWW in den Bereichen Sequenziertheit, Direktionalität und Modalität bereitstellt, im Jahr 2016 intensiver als bisher qualitativ ausgeschöpft und gezielt funktional eingesetzt werden. Darüber hinaus bedingen sich die einzelnen Performanzeigenschaften des Textes ‚Website‘ zunehmend gegenseitig und vermengen sich zu einer sequenziell, direktional und modal komplexen, ganzheitlich-funktionalen Form kommunikativen Handelns, die sich durch eine getrennte Betrachtung der drei Kategorien kaum noch adäquat beschreiben lässt. Die o.g. Gestaltungsmerkmale und -prinzipien, die sich nicht nur an den meisten der hier untersuchten Websites russischer Hochschulen, sondern im Jahr 2016 grundsätzlich beobachten lassen, können damit gleichzeitig auch als kommunikativ-funktional motivierte, website-übergreifende Vereinheitlichungstrends interpretiert werden.

Der Gesamteindruck der im Rahmen der Stichprobe des Jahres 2016 untersuchten Websites ist geprägt von einer starken Räumlichkeit, offenen Dynamik, lebendigen Aktualität, Menschlichkeit und gesellschaftlichen Relevanz und wirkt daher in vielen Fällen wie ein digitaler ‚Tag der offenen Tür‘, durch den der Rezipient die Universität im Allgemeinen und die Bereiche, die ihn vor allem interessieren, kennen lernen und erkunden kann (z.B. 1-MGU, 3-SPBGPU, 4-SFU, 5-TGU, 6-KFU, 7-URFU, 8-JUFU, 9-NNGU, 10-DVFU, 13-PNIPU, 14-TIU, 15-BELGU). Gerade die auf den Startseiten auf emotional ansprechende, Identifikation stiftende Art und Weise großflächig multimodal dargestellten Inhalte erzählen Erfolgsgeschichten Studierender und Mitarbeiter der Universität und dadurch auch der Universität selbst, die im Jahr 2016 nicht mehr allein Geschichte, Tradition und Renommee, sondern vielmehr aktuelle Erfolge und Werte wie innovative Forschung, gute Platzierungen in nationalen Exzellenzprogrammen (z.B. ‚5top100‘; vgl. 1.2.2; vgl. [Abbildung 18](#)) und internationalen Hochschulrankings, gesellschaftspolitische Teilhabe, Wirtschaftskontakte und gesellige wie hochkarätige Veranstaltungen präsentieren will. Die Tatsache, dass die Selbstdarstellung der Hochschulen zunehmend nicht mehr auf einer eingeschränkten Innensicht,

sondern auf einer zielgruppenspezifischen und gesamtgesellschaftlichen Perspektive auf ihre Institution beruht, spiegelt sich somit nicht nur in den oben beschriebenen Merkmalen der Website-Performanz wider, sondern auch in den aufgegriffenen Themen.¹⁴⁹

4.2.3 Fazit

Ziel der empirischen Untersuchung I war, am Beispiel russischer Hochschulwebsites die diachronen Entwicklungstendenzen der Textperformanz im WWW zu analysieren und dabei insbesondere zu prüfen, ob es zutrifft, dass Websites in den ersten Jahren der massenhaften Nutzung des WWW vor allem Gestaltungsmerkmale ‚klassischer‘ Printtexte aufwiesen (These 1a) und im Laufe der Zeit immer mehr mit den Möglichkeiten des neuen Mediums experimentierten, wodurch sich nach und nach qualitativ eigene, medienspezifische Performanzmuster herausbildeten (These 1b). Dazu wurde das Korpus_{basis} via Internet Archive diachron um die dort verfügbaren Versionen der 15 Websites in den Jahren 2000, 2005 und 2010 ergänzt und das so diachron erweiterte Korpus_{dia} qualitativ hinsichtlich insgesamt sechs konkreter Untersuchungskriterien, die gemäß allgemein akzeptierten pragmatisch-kommunikativen Textdefinitionen (Sandig 2006; Brinker/Cölfen/Pappert 2014) grundlegende Eigenschaften ‚klassischer‘ Printtexte (Linearität, Monodirektionalität, Monomodalität) im Sinne von ‚typischen‘ Texten widerspiegeln und hier als Endpunkte von Skalen nach Koch/Oesterreicher (1994) verstanden werden, analysiert.

Die Untersuchung der Websites des Korpus_{dia} in den Jahren 2000, 2005, 2010 und 2016 hat die o.g. These 1 nur in Teilen bestätigt. So zeigt schon eine rein quantitative bzw. positivistische Analyse der Stichproben hinsichtlich des Zutreffens der o.g. Kriterien, dass die untersuchten Websites im Jahr 2000 insgesamt nur sehr eingeschränkt – die Startseiten so gut wie nicht und die Informationsseiten teilweise, d.h. sofern sie Endknoten im Sinne von Mikroebenen der Navigation

¹⁴⁹ So zeigt beispielsweise auch die Ansprache der Zielgruppe ‚Mitarbeiter‘ (z.B. 3-SPBGPU, 4-SFU, 7-URFU) und die prominente Platzierung von Stellenangeboten (10-DVFU, 14-TIU, 15-BELGU), dass sich die Hochschulen im Jahr 2016 auch als Arbeitgeber und Karriereschmieden verstehen.

darstellen – Merkmale ‚klassischer‘ Printtexte aufwiesen. Entgegen der aufgestellten These 1a war die Textperformanz im WWW vor allem auf der Makroebene des komplexen Gesamttexts ‚Website‘ bereits in den ersten Jahren der massenhaften Nutzung des neuen Mediums durch eine nichtlineare Konzeption und funktional damit verbundene Teilaspekte von Bidirektionalität (Beeinflussung der formalen Textpräsentation) und Multimodalität (paraverbale Kennzeichnung der Navigationsmöglichkeiten) geprägt und lässt auch im diachronen Zeitverlauf bis 2016 hinsichtlich ihrer grundsätzlichen konzeptionellen Ausrichtung nur geringfügige Veränderungen erkennen (siehe [Tabelle 8](#)).

Tabelle 8: Zutreffen der Kriterien – Zusammenfassung

		2000		2005		2010		2016	
		Start	Info	Start	Info	Start	Info	Start	Info
Sequenziertheit	Kriterium 1	-	-/+	-	-/+	-	-/+	-	-
	Kriterium 2	-	-/+	-	-/+	-	-/+	-	-
Direktionalität	Kriterium 3	-	-/+	-	-/+	-	-/+	-	-
	Kriterium 4	-/+	+	-/+	+	-/+	+	+	+
Modalität	Kriterium 5	-	+	-/+	+	-/+	+	-	-/+
	Kriterium 6	-	-/+	-	-	-	-	-	-

Gleichwohl ist aber deutlich geworden, dass sich die untersuchten Websites hinsichtlich der hier fokussierten Performanzeigenschaf-

ten bzw. -kriterien im Zeitraum 2000 bis 2016 qualitativ sehr stark entwickelt haben. Während sie im Jahr 2000 an hierarchisch strukturierte Informationssysteme erinnerten, die ausgewählte separate, gedruckte bzw. ausdrückbare Teiltexthe über Inhaltsverzeichnis zugänglich machen (z.B. Zettelkatalog, Laufwerk, Handbuch), präsentierten die Websites russischer Hochschulen im Jahr 2005 häufig bereits auf der Startseite sichtbar eine große Menge an aktuellen Informationen und glichen daher einem virtuellen Schwarzen Brett oder einer Tageszeitung, bevor sie ab dem Jahr 2010 dazu übergingen, Inhalte im Sinne eines Pull-Mediums nicht nur thematisch-angebotsorientiert, sondern auch zielgruppenspezifisch-nachfrageorientiert gebündelt anzubieten, multimodal aufzubereiten und durch zunehmend websiteübergreifend vereinheitlichte Navigations- und Orientierungshilfen erschließbar zu machen. Nicht zuletzt aufgrund der bereitgestellten interaktiven personalisierten Partizipations- und Handlungsmöglichkeiten durch Login-Bereiche u.a. haben sich die untersuchten Websites im Jahr 2016 letztlich wieder deutlich an die ursprüngliche Idee von ‚Hypertext‘ als kollaboratives Informationssystem (vgl. 2.2.1) angenähert, wobei Vereinheitlichungen (Inhalte, Usability, Layout usw.) und appellative Aspekte (Emotionalisierung, Aufmerksamkeits- und Rezeptionslenkung usw.) eine deutlich größere Rolle spielen als noch im Jahr 2000. Wenngleich es auch Printtextsorten gibt, die nichtlinear, bidirektional und/oder multimodal konzipiert sind, bedingen die technischen Möglichkeiten des neuen Mediums einerseits und die damit einhergehend erhöhten Anforderungen an die Kohärenzbildung andererseits ein funktionales Zusammenspiel und Ineinander-Übergreifen dieser Eigenschaften, das sich, wie vor allem im Rahmen der letzten Stichprobe im Jahr 2016 deutlich wurde, aufgrund seiner Komplexität kaum noch anhand isolierter Kategorien beschreiben lässt und daher in seiner Gesamtheit eine neuartige, medienspezifische Performanzqualität von Texten im WWW im Sinne der These 1b darstellt.

Es wurde so im Rahmen der empirischen Untersuchung I, die die diachrone Entwicklung von Texten im WWW fokussierte, am Beispiel russischer Hochschulwebsites gezeigt, dass Websites schon in den ersten Jahren der massenhaften Nutzung des neuen Mediums

die in 2.2 beschriebenen spezifischen Charakteristika in den Bereichen Nichtlinearität, Bidirektionalität und Multimodalität sowie entsprechende Performanzmerkmale aufwiesen, sich aber erst in gewissen experimentellen Stadien nach und nach von einem letztlich am Umgang mit Printmedien verhafteten Textverständnis lösten und WWW-adäquate Handlungsstrategien erprobten und festigten. Diese lassen sich im Jahr 2016 durch das überwiegende Nicht-Zutreffen der sechs Untersuchungskriterien bzw. durch das Zutreffen der jeweils entgegengesetzten Endpunkte der Skalen ‚Sequenziertheit‘, ‚Direktionalität‘ und ‚Modalität‘ nachweisen. So hat sich auch die Idee vom Text ‚Website‘ weg von einem statischen, abgeschlossenen Produkt sprachlicher Handlungen in Richtung einer semiotisch ganzheitlichen Vermittlungsinstanz im Kommunikationsprozess zwischen Textproduzent und -rezipient gewandelt, die deren Beziehung wesentlich prägt und damit wichtige strategische Funktionen übernimmt: Websites dienen im Jahr 2016 nicht (mehr) nur der monodirektionalen Bereitstellung von Inhalten, sondern fungieren als dynamisch anpassungsfähige Kommunikationsplattformen, die durch die Interaktion zwischen Nutzer und Text und die multimodale Ansprache verschiedener Sinneskanäle nicht nur ein Rezipieren von Inhalten, sondern ein (aktives) Erleben von Kommunikation ermöglicht. Sie haben sich damit zu nicht nur potenziell bzw. konzeptionell, sondern auch ‚gelebt‘ nicht-linearen, bidirektionalen und multimodalen Texten entwickelt und weisen im Jahr 2016 eine Reihe typischer Performanzmerkmale und -muster auf, die die medienspezifischen Möglichkeiten funktional einsetzen und nutzen (siehe [Tabelle 9](#)).

Inwiefern diese elf Merkmale im Jahr 2016 nutzerseitig erwartet werden und daher als ‚prototypische‘ Merkmale im Sinne von medien-spezifischen kommunikativ-integrativen ‚Konventionen‘ sind (vgl. [3.3](#)), vor deren Hintergrund die konkrete Textperformanz, der Stil einer Website, im Jahr 2016 eine Wirkung auf die Textrezipienten ausübt, wird im Rahmen der zweiten empirischen Studie untersucht.

Tabelle 9: Typische Merkmale der Website-Performanz, eruiert am Beispiel russischer Hochschulwebsites (Stand: 2016)

Kategorie ‚Sequenziertheit‘: Nichtlinearität

1. verschiedene navigatorische Zugänge zum Inhalt,
 2. Navigations- und Orientierungshilfen,
 3. kurze, inhaltlich abgeschlossene Informationseinheiten auf allen Ebenen,
 4. Querverweise auf Mikro- bzw. Mesebene.
-

Kategorie ‚Direktionalität‘: Bidirektionalität

5. Anpassungsmöglichkeiten der formalen Textpräsentation durch Funktionalitäten,
 6. personalisierte Bereiche,
 7. Angabe von direkten Kontaktmöglichkeiten.
-

Kategorie ‚Modalität‘: Multimodalität

8. flächenmäßige (quantitative) Dominanz nonverbaler Elemente,
 9. (operativ-) funktionale nonverbale Gestaltung,
 10. (operativ-) funktionale paraverbale Gestaltung,
 11. Einbindung verschiedener nonverbaler Zeichenarten.
-

Während sich diese erste Untersuchung auf die Textperformanz aus Sicht der Textproduktion konzentrierte, verlagert sich der Fokus in der folgenden zweiten Untersuchung auf die Rezeption der Textperformanz im Sinne einer semiotisch-kommunikativen Textqualität und bringt damit den Mehrwert des in 3 erarbeiteten pragmatisch-kommunikativ und prototypentheoretisch fundierten stilistischen Zugangs zum Tragen.

4.3 Empirische Untersuchung II: Textwirkung im WWW

Das zweite Erkenntnisinteresse der Arbeit betrifft die Wirkung der synchronen Website-Performanz auf die Rezipienten (Stand: 2016). Ziel der empirischen Untersuchung ist dabei insbesondere, am Beispiel russischer Hochschulwebsites die eingangs aufgestellte These 2 zu überprüfen:

These 2: *Die Rezipienten haben ihre Erwartungen an die sich wandelnde Website-Performanz entsprechend kommunikativ-integrativ mitentwickelt (These 2a) und bewerten diese in Abhängigkeit von den synchron etablierten Konventionen (These 2b).*

Darüber hinaus soll eine Methode vorgestellt werden, die es Website-Betreibern ermöglicht, die Wirkung ihres Internetauftritts auf die Zielgruppe mit relativ einfachen Mitteln selbst zu untersuchen. Nach einer kritischen Reflexion verschiedener methodischer Ansätze im Bereich der Rezeptionsforschung im Medium WWW werden die im Rahmen dieser Arbeit vorgeschlagene Vorgehensweise sowie die Ergebnisse der entsprechend durchgeführten Untersuchung vorgestellt und im Fazit diskutiert.

4.3.1 Methodenreflexion

Während sich im Rahmen der textproduktionsorientierten empirischen Untersuchung I die in der Hypertextlinguistik häufig angewandte Methode der qualitativen Textanalyse anbot, ist ein solcher Rückgriff auf einschlägig erprobte Verfahrensweisen im Rahmen der textrezeptionsorientierten empirischen Untersuchung II nicht möglich: Obwohl das linguistische Interesse und die Relevanz empirischer Rezeptionsforschung gerade z.B. hinsichtlich nutzerseitiger Mustererwartungen im WWW schon vor vielen Jahren konstatiert wurden (z.B. Jakobs/Lehnen 2005: 182f), gibt es hierzu mit wenigen Ausnahmen (z.B. Dynkowska 2012) kaum umfassende empirische linguistische Studien und entsprechend auch kein ausgearbeitetes methodisches Instrumen-

tarium in der Linguistik.¹⁵⁰ Die wenigen Forschungsvorstöße hinsichtlich nutzer- bzw. rezeptionsorientierter Website-Evaluierung im Bereich der angewandten Linguistik (z.B. Jakobs 2005; Jakobs/Lehnen 2005, 2006) setzen auf Methoden der Usability-Forschung und insbesondere der Medienwissenschaften auf und schlagen vor, diese um Kriterien zu ergänzen, die die sprachlich-kommunikative Qualität von Websites berücksichtigen. Nachfolgend werden daher die aktuell gängigsten Methoden der Website-Evaluierung dieser Nachbardisziplinen kurz vorgestellt und ihre Eignung hinsichtlich des hier vorliegenden Erkenntnisinteresses diskutiert. Dabei wird in Anlehnung an Jakobs (2005: 73ff) bzw. Jakobs/Lehnen (2005: 173–176) zunächst grundsätzlich unterschieden zwischen heuristikengeleiteten Expertentests ohne Probanden¹⁵¹ und praxisorientierten Nutzertests mit bzw. durch Probanden.

4.3.1.1 Expertentests

Eine verbreitete Methode der Website-Evaluierung ohne Beteiligung von Probanden ist die Bewertung durch erfahrene und geschulte Fachleute wie Software-Entwickler, Web-Designer usw. anhand von Heuristiken, die von Experten theoriegeleitet und/oder (praxis-) erfahrungsbedingt postulierte Idealeigenschaften von Websites in Form von Richtlinien (engl. *guidelines*) abprüfbar machen (vgl. Jakobs 2005: 73f; Jakobs/Lehnen 2005: 176; Feuß 2013: 84ff). Die Website-Evaluierung auf Basis einer deduktiven Konstruktion bzw. normativen Setzung von ‚Sollwerten‘ (Jakobs/Lehnen 2005: 176) im Rahmen von Kriterienkatalogen oder Checklisten, wie sie auch in vielen Praxisratgebern zur Website-Gestaltung zu finden sind (z.B. Nielsen/Tahir 2002; Hahn 2015), ist eine typische Vorgehensweise beispielsweise im Rahmen von Rankings (z.B. Früchtl/Peters 2014).

Expertentests stellen eine in der Durchführung verhältnismäßig einfache und technisch, personell und finanziell wenig aufwändige

¹⁵⁰ Methoden zur empirischen Untersuchung der (Text-)Rezeption finden sich vereinzelt in der sog. Rezeptionsstilistik (siehe dazu Spillner 2009: 1762–1774), sie sind jedoch vor allem auf literarische Texte zugeschnitten und werden den Besonderheiten von Texten im WWW nicht gerecht.

¹⁵¹ ‚Proband‘ ist der in WWW-Studien übliche Terminus und synonym zu verstehen zu der in linguistischen Untersuchungen häufiger verwendeten Bezeichnung ‚Informant‘.

Methode dar (vgl. Jakobs/Lehnen 2005: 176), haben andererseits aber den Nachteil, sich im Wesentlichen auf Expertenwissen und -annahmen zu stützen, während Erwartungen und Wahrnehmung der tatsächlichen, ‚realen‘ Rezipienten nur implizit – z.B. im Rahmen von Richtlinien, die aufgrund von Erfahrungen aus der Praxis gesetzt wurden – berücksichtigt und letztlich nicht erhoben bzw. verifiziert werden. Da das Erkenntnisinteresse dieser Untersuchung gerade in den rezipientenseitigen Adäquatheitsvorstellungen, Erwartungen und der Bewertung der Website-Performanz liegt, sind Evaluierungen ohne Probanden hier als Methode grundsätzlich nicht geeignet, sie können aber zur Orientierung bei der Entwicklung von Probandentests herangezogen werden.

4.3.1.2 Nutzertests

Im Gegensatz zu Expertentests sind Nutzertests mit bzw. durch Probanden darauf ausgerichtet, im Rahmen der Simulation möglichst authentischer Rezeptionssituationen die tatsächliche Wahrnehmung zielgruppenadäquater, nicht speziell geschulter Nutzer sowie die Art und Weise ihrer Interaktion mit Websites zu erforschen und

(über die Bewertung von Gestaltungsmerkmalen) Rückschlüsse auf Mustervorstellungen und -präferenzen des Adressaten, auf Optimierungsbedarf hinsichtlich der Websitegestaltung, aber auch die Rekonstruktion von Rezeptionsstrategien und mentalen Modellen, die nutzerseitig das (kommunikative) Handeln mit hypertextuell strukturierten Kommunikaten steuern (Jakobs/Lehnen 2006: 265),

zu ermöglichen. Nutzertests stellen damit Verfahren der induktiven Rekonstruktion prototypischer, d.h. rezipientenseitig erwarteter Gestaltungsmerkmale und -muster von Websites dar (vgl. Jakobs 2005: 74f; Jakobs/Lehnen 2005: 174ff).¹⁵²

Die existierenden Probandenstudien im Bereich der Website-Evaluierung kommen vor allem aus der informationstechnologisch und

¹⁵² Entsprechend stützten sich auch bereits die Feldforschungen der kognitiven Prototypen-semantik (z.B. Rosch/Mervis 1975; Rosch 1977; vgl. 2.3.2) vor allem auf Probandentests.

betriebswirtschaftlich motivierten Usability-Forschung sowie – seltener – aus den Medienwissenschaften (vgl. Jakobs/Lehnen 2006: 264). Die Forschung zur operativen Handhabbarkeit bzw. Bedienbarkeit von Websites, deren Erkenntnisse der Praxis der Website-Gestaltung in Form von populärwissenschaftlichen Ratgebern vor allem aus dem angloamerikanischen Raum (z.B. Krug 2000; Nielsen 2001; Nielsen/Tahir 2002; Nielsen/Loranger 2006) zugänglich gemacht werden, beschäftigt sich insbesondere mit technischen und kognitionspsychologischen Aspekten der Rezeption und (Mensch-Maschine-) Interaktion in der medienpezifischen Kommunikationssituation und fokussiert dabei gerade unbewusste, stimulusgesteuerte Wahrnehmungsmechanismen.¹⁵³ Ein gängiges Verfahren der Usability-Forschung ist beispielsweise das Stellen von Testaufgaben, welche die Probanden alleine oder kooperativ (engl. *co-discovery*) lösen sollen, und die quantitative Auswertung ihrer Vorgehensweise durch objektive Methoden wie Bildschirmaufnahmen (engl. *screen recording*; z.B. Klick-Mitschnitte), Kommentaraufzeichnungen (engl. *thinking aloud*; vgl. Jakobs/Lehnen 2006: 270) oder Blickaufzeichnungen (engl. *eye tracking*¹⁵⁴). Auch die relativ jungen Medienwissenschaften, die sich vor allem mit massenmedialer Kommunikation, z.B. im Bereich des Journalismus, beschäftigen (z.B. Bucher 2001, 2005, 2011; Brandl 2002; Schumacher 2009; Feuß 2013), untersuchen Web-Angebote schwerpunktmäßig hinsichtlich ihrer Benutzerfreundlichkeit. Dabei übernehmen sie im Wesentlichen die quantitativen Methoden der klassischen Usability-Forschung, ergänzen diese aber mit Blick auf medien- bzw. kommunikationswissenschaftliche Erkenntnisinteressen, z.B. ‚Kommunikationsqualität‘ (vgl. Jakobs/Lehnen 2006: 264), um qualitative Erhebungselemente wie Interviews oder Fragebögen zu

153 Neuere Forschungen gehen häufig spezifischeren Fragestellungen wie der Benutzerfreundlichkeit mobiler Endgeräte nach (z.B. Nielsen/Budiu 2013) und stehen daher hier nicht im Mittelpunkt.

154 Blickaufzeichnungen untersuchen häufig insbesondere das Verhältnis der Verweildauer des Blickes auf einzelnen Elementen (Fixationen, Sakkaden usw.). Einen Überblick zur Methode ‚Eye-Tracking‘ und bisherige, oftmals widersprüchliche Forschungsergebnisse gibt z.B. Feuß (2013: 57–69, 92–121), Anwendungsbeispiele im Bereich der Angewandten Linguistik stellen Gruzca/Hansen-Schirra (2016) vor.

einem ‚mehrperspektivischen Verfahren‘ bzw. ‚Methodenpaket‘ (vgl. Bucher 2005: 94ff).

Wenngleich die Methoden der Usability-Forschung und der Medienwissenschaften aufgrund der Einbeziehung authentischer, zielgruppenadäquater Nutzer im Hinblick auf das hier vorliegende Erkenntnisinteresse deutlich geeigneter sind als die o.g. Expertentests, weisen auch sie bei genauerem Hinsehen eine Reihe von Unzulänglichkeiten auf. So sind Probandenstudien unter Laborbedingungen aufgrund der Notwendigkeit einer kontrollierten Testumgebung, der Rekrutierung geeigneter Testpersonen, aufwändiger Auswertungsverfahren usw. sehr ausstattungs-, kosten- und zeitintensiv (vgl. Jakobs/Lehnen 2005: 175) und umfassen daher meist nur eine sehr geringe Probandenzahl, welche wiederum die Gefahr nichtrepräsentativer Ergebnisse birgt.¹⁵⁵ Weitere methodische Einschränkungen betreffen einerseits die unnatürliche Rezeptionssituation in der Testumgebung, die zu nicht authentischen Verhaltensweisen der Probanden führen kann, und andererseits die begrenzten, sehr stark auf die Kooperation der Probanden angewiesenen Möglichkeiten des Erkennens bzw. objektiven Sichtbarmachens gedanklicher Vorgänge im Laufe des Tests (vgl. Jakobs/Lehnen 2005: 176).¹⁵⁶ Während die Einbeziehung bewusster individueller Empfindungen und Handlungsmotivationen der Probanden für die Usability-Forschung, deren Ziel es vor allem ist, objektiv-quantitativ messbare Daten zu Perzeptionsmechanismen in der Interaktion mit Web-Angeboten zu gewinnen, nicht relevant und daher auch nicht vorgesehen ist, werden rezipientenseitige Erwartungen und Bewertungen im Rahmen medienwissenschaftlicher Untersuchungen zwar durch die Ergänzung qualitativer Erhebungselemente wie Interviews oder Fragebögen mitberücksichtigt, nicht aber fokussiert. Da hier vor dem Hintergrund eines pragmatisch-kommunikativ und kognitionslinguistischen stilistischen Zugangs angenommen wird,

155 Erfahrungsbedingt werden in der Usability-Forschung allerdings bereits drei bis 15 Probanden als ausreichend angesehen, um einen Großteil möglicher Probleme aufzudecken (z.B. Nielsen 2000; vgl. Feuß 2013: 88f).

156 Mit den entsprechend hohen sprachlichen Anforderungen an Test und Testleiter z.B. hinsichtlich der Formulierung von Fragen und Fragebögen, Testaufgaben und -szenarien sowie der anschließenden Verschriftlichung von sprachlichen Äußerungen und nichtsprachlichen Reaktionen der Probanden beschäftigen sich Jakobs/Lehnen (2006).

dass gerade die kontextuell bzw. situativ-funktional und diskurstraditionell geprägten Adäquatheitsvorstellungen und (Muster-) Erwartungen der Rezipienten (-Zielgruppe) einen entscheidenden Einfluss auf die Wahrnehmung und Interpretation der Website-Performanz haben und die Gewinnung entsprechender qualitativer Informationen damit für diese Arbeit von zentraler Bedeutung ist, erweisen sich die vorwiegend quantitativ ausgerichteten Methoden dieser beiden (Nachbar-) Disziplinen letztlich ebenfalls als nicht bzw. nicht ganz zielführend.

So kann zusammenfassend festgestellt werden, dass eine empirische Studie mit bzw. durch ‚reale‘, zielgruppenadäquate Probanden mit Blick auf das hier vorliegende Erkenntnisinteresse grundsätzlich eine vielversprechende Methode darstellt, die genauen Parameter ihrer Konzeption und Umsetzung allerdings einerseits an das hier vorliegende qualitative Erkenntnisinteresse anzupassen sind und andererseits die o.g. grundsätzlichen methodischen Einschränkungen möglichst minimieren sollten. Die konkrete Vorgehensweise der empirischen Untersuchung II, die zugleich als methodischer Leitfaden für die Untersuchung der Website-Wirkung dienen soll, wird im Folgenden vorgestellt.

4.3.2 Vorgehensweise

Zur Überprüfung von These 2 und der damit verbundenen Untersuchung der Wirkung von Texten im WWW werden zielgruppenadäquate Rezipienten einerseits hinsichtlich ihrer Erfahrungen und Erwartungen an die Performanz von Hochschulwebsites im Allgemeinen und andererseits hinsichtlich ihrer Bewertung der konkreten Website-Performanz am Beispiel ausgewählter Websites des Korpus_{basis} befragt. Die Vorgehensweise bei der inhaltlichen Gestaltung und praktischen Umsetzung der Befragung, der Zusammenstellung eines entsprechenden Korpus_{syn} sowie der Auswahl der Probanden wird nachfolgend beschrieben.

4.3.2.1 Methodik

Da das Erkenntnisinteresse dieser Untersuchung nicht in unbewussten, stimulusgesteuerten Wahrnehmungsmechanismen liegt, die sich am

besten mit quantitativen Methoden beobachten und objektiv messen lassen, sondern im bewussten, reflektierten Wahrnehmen und Bewerten der Website-Performanz, welches eine kognitive Auseinandersetzung mit situativ-funktional bedingten Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen impliziert, die durch quantitative Evaluierungsmethoden nicht erhoben werden können (vgl. Jakobs/Lehnen 2006: 265), wird hier eine qualitative Probandenbefragung als Untersuchungsmethode gewählt, die allerdings einzelne quantitative auswertbare Bestandteile enthält. Um den o.g. Schwierigkeiten, die Nutzertests unter Laborbedingungen mit sich bringen, entgegenzuwirken, wird die Befragung im Rahmen einer Online-Umfrage durchgeführt. Kostenfrei bzw. in einer erweiterten Version kostengünstig online verfügbare Software wie das hier gewählte Programm ‚Survey Monkey‘¹⁵⁷ ermöglichen die relativ schnelle und einfache Erstellung und Veröffentlichung einer Umfrage unter einer eigenen WWW-Adresse (hier: <https://ru.surveymonkey.com/r/russkij-vuz>) und damit ihr Bereitstellen für viele zielgruppenadäquate Personen gleichzeitig weltweit. Aufgrund der Umfrageteilnahme durch die Probanden zu einer beliebigen Tageszeit an einem beliebigen Ort vom eigenen Endgerät (PC/Laptop, Tablet, Smartphone usw.) aus ist dabei eine natürliche Rezeptionssituation unter authentischen, nicht künstlich vereinheitlichten Laborbedingungen gewährleistet. Die mit einer distanten Befragung entsprechend andererseits verbundenen Einschränkungen und Risiken wie z.B. mangelnde Eingriffsmöglichkeiten hinsichtlich der (vollständigen) Teilnahme oder bei Verständnisproblemen wurden durch mehrfache Evaluierungen des Fragebogens und Pretests im Rahmen des Möglichen minimiert.

Die inhaltlichen Erkenntnisziele der Umfrage betreffen einerseits die Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen der Rezipientenzielgruppe bzgl. der hier untersuchten Textsorte ‚Hochschulwebsite‘, weshalb neben allgemeinen biografischen Daten zur kulturellen Sozialisation der Probanden (Fragen 1–8) vor allem Angaben zu ihrer medial-kommunikativen Sozialisation, die nach Jakobs/Leh-

157 Siehe <https://www.surveymonkey.de/>, zuletzt aufgerufen am 11.03.2017.

nen (2006: 265) „wesentlichen Einfluss darauf [hat], wie kommunikative Web-Angebote genutzt und bewertet werden“ (Fragen 9–12), sowie zu konkreten textsortenspezifischen Erfahrungen und Erwartungen (Fragen 13–18) erhoben werden (siehe [Tabelle 10](#)). Dabei wird insbesondere überprüft, inwiefern die im Rahmen der empirischen Untersuchung I eruierten elf typischen Merkmale der Website-Performanz in den Bereichen Sequenziertheit, Direktionalität und Modalität erwartet bzw. als zentral empfunden werden (Frage 16).

Tabelle 10: Allgemeine Angaben (Teil I der Umfrage)¹⁵⁸

Angaben zur Person, Erkenntnisziel: kulturelle Sozialisation

Frage 1 Alter

Frage 2 Geschlecht

Frage 3 Muttersprache

Frage 4 Staatsangehörigkeit

Frage 5 Was ist Ihr derzeitiger Tätigkeitsschwerpunkt?

Frage 6 In welchem Land leben Sie?

Frage 7 Wo leben Sie in Russland/haben Sie in Russland gelebt? Wie lange?

Frage 8 Haben Sie im Ausland gelebt? Wenn ja, wo und wie lange?

**Fragen zu Erfahrung und Gewohnheiten im Medium WWW,
Erkenntnisziel: medial-kommunikative Sozialisation**

Frage 9 Wie häufig sind Sie online im WWW?

Frage 10 Welche Endgeräte nutzen Sie dafür überwiegend?

Frage 11 Haben Sie schon einmal bei der Erstellung einer Website mitgewirkt?

Frage 12 Wie häufig besuchen Sie russische Websites?

¹⁵⁸ Der vollständige originale Fragebogen in russischer Sprache ist auf dem Server der Universitätsbibliothek der Ludwig-Maximilians-Universität unter der Adresse <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:bvb:19-216626> abrufbar (siehe 7.2.2).

Kategorie ‚Modalität‘: Multimodalität

- Frage 13 Wie häufig besuchen Sie Websites russischer Hochschulen?
- Frage 14 Wie häufig besuchen Sie Websites von Hochschulen in anderen Ländern?
- Frage 15 Aus welchem Grund besuchen Sie Websites von Hochschulen vor allem?
- Frage 16 Welche Qualitäten sind Ihnen an einer Hochschulwebsite am Wichtigsten?¹⁵⁹
- Frage 17 Wie finden Sie sich üblicherweise auf Hochschulwebsites zurecht?
- Frage 18 Glauben Sie, dass die Qualität der Website viel über eine Hochschule aussagt?
-

Da andererseits die Wirkung der Website-Performanz in Abhängigkeit von der Einhaltung synchron typischer Gestaltungsmerkmale untersucht werden soll, werden die Probanden daraufhin aufgefordert, drei konkrete russische Hochschulwebsites des Korpus, die die im Rahmen der empirischen Untersuchung I eruierten elf typischen Merkmale der Website-Performanz in den Bereichen Sequenziertheit, Direktionalität und Modalität in unterschiedlichem Maße aufweisen (Korpus_{syn}; siehe 4.3.2.2), mit einer für die hier fokussierte Zielgruppe typischen Aufgabenstellung zu besuchen und zu evaluieren.¹⁶⁰ Erkenntnisziele sind dabei insbesondere die Wahrnehmung und Bewertung der Website-Performanz und ihrer konkreten Merkmale in Abhängigkeit von den Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen (Fragen

159 Da die bloße Nennung der im Rahmen der empirischen Untersuchung I eruierten elf typischen Performanzmerkmale die Gefahr birgt, zu umfangreich, zu detailliert und vor allem zu abstrakt für die Probanden zu sein, werden diese in sechs sie repräsentierende Qualitäten umformuliert bzw. zusammengefasst und als Antwortoptionen zur Auswahl gestellt. Die Begriffe ‚Merkmal‘ und ‚Qualität‘ beziehen sich damit im Folgenden inhaltlich letztlich auf dasselbe, es handelt sich nur um verschiedene Arten der Aufbereitung im Rahmen der Probandenbefragung.

160 Wie z.B. Jakobs/Lehnen (2006: 266) feststellen, eignen sich aufgabenbasierte Nutzer-tests zur Untersuchung der Wirkung von Gestaltungselementen. Die konkrete Aufgabe besteht hier darin, sich ca. 5 Minuten über die Universität im Allgemeinen und ihr wirtschaftswissenschaftliches Studienangebot zu informieren. Sie dient allerdings nur der aufgabengeleiteten Motivation zur Erkundung der Website, eine Überprüfung etwaiger Ergebnisse dieser Aufgabe, die vor allem Rückschlüsse auf die hier nicht Fokus stehende Benutzerfreundlichkeit erlaubten, findet nicht statt.

22–25/33–36/44–47) im Sinne der These 2b, darüber hinaus aber auch die Einschätzung und Bewertung der Institution hinter der Website (Fragen 26–29/37–40/48–51; siehe [Tabelle 11](#)). Letztere wird vor dem Hintergrund des hier vorgeschlagenen semiotisch-kommunikativen Verständnisses von Stil im Sinne eines ganzheitlichen Zeichens, das indexikalisch auf den außersprachlichen Kontext, insbesondere den Textproduzenten bzw. die textproduzierende Institution, verweist und dem Rezipienten dadurch ein sekundäres, zusätzliches Sinn- und Interpretationsangebot macht (vgl. [3.4](#)), auf die pragmatische Wirkung der konkreten Art und Weise der Website-Performanz (‘Stilwirkung’) zurückgeführt, welche nach Sandig (2006: 38f) als ‚sprecherbezogene Unterstellung bei Rezipienten‘ durch Schlagwörter methodisch greifbar gemacht kann (vgl. [3.2](#)).

Tabelle 11: Bewertung russischer Hochschulwebsites (Teil II der Umfrage)

Allgemeine Fragen,

Erkenntnisziel: Vorkennntnis der Hochschule und/oder der Website, besuchte Bereiche

Frage 19/30/41 Kennen Sie die [...] Universität?

Frage 20/31/42 Haben Sie die Website vorher schon einmal besucht?

Frage 21/32/43 Welche Bereiche der Website sind für Sie vor allem interessant/relevant?

Fragen zur Website-Performanz,

Erkenntnisziel: Wahrnehmung und Bewertung der Website-Performanz in Abhängigkeit von den Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen

Frage 22/33/44 Wie sehr treffen die folgenden Aussagen Ihrer Meinung nach auf die Website zu?

Frage 23/34/45 Entspricht die Website Ihren Erwartungen?

Frage 24/35/46 Was fällt Ihnen besonders positiv an der Website auf?

Frage 25/36/47 Was fällt Ihnen besonders negativ an der Website auf?

**Fragen zur Wirkung der Website-Performanz,
Erkenntnisziel: Einschätzung und Bewertung der Institution hinter der
Website**

- Frage 26/37/48 Wie schätzen Sie die [...] Universität ein?
- Frage 27/38/49 Welches der in Frage 26/37/48 genannten Merkmale trifft Ihrer Meinung nach am meisten zu? Warum?
- Frage 28/39/50 Welches der in Frage 26/37/48 genannten Merkmale trifft Ihrer Meinung nach am wenigsten zu? Warum?
- Frage 29/40/51 Könnten Sie sich grundsätzlich vorstellen, ein Studium an der [...] Universität aufzunehmen? Warum bzw. warum nicht?
-

**Abschließende Beurteilung,
Erkenntnisziel: vergleichende Einschätzung der drei Websites**

- Frage 52 Welche der Websites entspricht am Ehesten Ihren Erwartungen an eine Hochschulwebsite?
-

Um eine möglichst hohe Aussagekraft und Vergleichbarkeit der Umfrageergebnisse zu erzielen, sind die Fragen überwiegend als obliigatorisch zu beantwortende Pflichtfragen (Ausnahmen: Fragen 24, 25/35, 36/46, 47) und die Antworten überwiegend durch auswählbare und dadurch auch quantitativ auswertbare Optionen definiert, wobei die Antwortmöglichkeiten in einzelnen Fällen (Fragen 16, 21/32/43) auf maximal drei Optionen begrenzt sind. Eine in Teil II der Umfrage als sinnvoll erachtete Ergänzung stellen rein qualitativ auszuwertende Freitextfelder dar (Fragen 24, 25, 27–29/35, 36, 38–40/46, 47, 49–51), die Raum bieten für Präzisierungen und Angaben außerhalb der vorgegebenen Antwortmöglichkeiten.

Die Vorgehensweise bei der Zusammenstellung des Korpus_{syn} wird im nächsten Kapitel skizziert.

4.3.2.2 Korpus_{syn}¹⁶¹

Um analysieren zu können, ob bzw. inwiefern ein Zusammenhang besteht zwischen synchron typischen Performanzmerkmalen von

¹⁶¹ Für die Überprüfung der Wirkung einer einzigen Website kann das Korpus entsprechend ggf. nur diese umfassen. So sind auch Rezipiententests im Rahmen der Usability-Forschung

Websites und ihrer Wirkung auf die Rezipienten, sieht die empirische Untersuchung II eine aufgabenbasierte Evaluation von drei Websites des Korpus_{basis} vor, die die im Rahmen der empirischen Untersuchung I eruierten elf typischen Merkmale der Website-Performanz im Jahr 2016 (siehe [Tabelle 9](#)) in unterschiedlichem Maße aufweisen (Korpus_{syn}).

Zur Auswahl geeigneter Websites für ein entsprechendes Korpus_{syn} ist somit zu prüfen, in welchem Maße die 15 Websites im Jahr 2016 jeweils konkret über die o.g. elf typischen Performanzmerkmale verfügen. Die Bewertung jeder der 15 Websites hinsichtlich des Zutreffens jedes der elf Performanzmerkmale auf einer Skala von 1 bis 5¹⁶² zeigt, dass hier im Einzelnen deutliche Unterschiede zu verzeichnen sind: So weist die Website der Sibirischen Föderalen Universität (4-SFU) mit einem Durchschnittswert von 4,8 fast alle Merkmale in vollem Maße auf, während auf die Website der Staatlichen Universität Voronež (11-VGU) mit einem Durchschnittswert von 3,1 nur wenige Merkmale eindeutig zutreffen.¹⁶³ Im rechnerischen Mittelfeld liegen die Websites der Staatlichen Technischen Universität Irkutsk (12-IRNITU) mit einem Durchschnittswert von 3,9 sowie der Staatlichen Lomonosov-Universität Moskau (1-MGU) und der Uralischen Föderalen Universität (7-URFU) mit jeweils einem Durchschnittswert von 4,0.

Ein Modell zur Verifizierung und Präzisierung dieses ersten Ergebnisses bietet die Unterscheidung zentraler und peripherer Merkmale in der Prototypentheorie und ihre entsprechend unterschiedliche Gewichtung (vgl. [2.3.2](#)). Vergleicht man das Zutreffen der einzelnen

oder den Medienwissenschaften in der Regel nicht kontrastiv angelegt, sondern umfassen nur eine einzige Website, aber mehrere Aufgabenstellungen.

162 Um Durchschnittswerte berechnen zu können, müssen hier numerische Skalenwerte (1 bis 5) vergeben werden. Sie sind wie folgt definiert:

- ,5' Merkmal trifft voll zu,
- ,4' Merkmal trifft eher zu,
- ,3' Merkmal trifft weder eindeutig zu noch eindeutig nicht zu,
- ,2' das Gegenteil des Merkmals trifft eher zu,
- ,1' das Gegenteil des Merkmals trifft voll zu.

163 Die hier berechneten Werte werden grundsätzlich auf eine Kommastelle gerundet, eine Ausnahme stellen die Probandenbewertungen (Fragen 22/33/44, 26/37/48) in Teil II der Befragung dar, sie werden zur besseren Vergleichbarkeit auf zwei Kommastellen gerundet. Übersichten über sämtliche Bewertungen und die entsprechenden rechnerischen Durchschnittswerte befinden sich im Anhang der Arbeit (siehe [7.2](#)).

Merkmale auf den hier untersuchten Websites, so fällt auf, dass die Merkmale 1, 2, 5, 6, 7, 9 und 10 mit Durchschnittswerten von über 4,0 besonders stark vertreten sind, während die Merkmale 3, 4, 8 und 11 mit Durchschnittswerten von unter 4,0 positivistisch betrachtet eine etwas weniger große Rolle spielen. Geht man nun davon aus, dass die stärker vertretenen Merkmale infolge kommunikativ-integrativer Konventionalisierungsprozesse rezipientenseitig auch stärker erwartet werden, sind sie gemäß der Prototypentheorie als zentrale, ‚gewichtigere‘ Merkmale einzustufen, während die weniger stark vertretenen Merkmale als periphere Merkmale zu betrachten sind.¹⁶⁴ Eine höhere, genauer: doppelte Gewichtung der zentralen, in diesem Sinne ‚typischeren‘ Merkmale 1, 2, 5, 6, 7, 9 und 10 kommt zu folgendem Ergebnis: Die Websites der Sibirischen Föderalen Universität (4-SFU) und der Fernöstlichen Föderalen Universität (10-DVFU) weisen mit jeweils einem Durchschnittswert von 4,8 fast alle Merkmale in vollem Maße auf, während die Website der Staatlichen Universität Voronež (11-VGU) mit einem Durchschnittswert von 3,2 weiterhin durch eine eher weniger typische Gestaltung auffällt. Im rechnerischen Mittelfeld befinden sich die Website der Staatlichen Universität St. Petersburg (2-SPBGU) mit einem Durchschnittswert von 3,9 sowie weiterhin die Websites der Staatlichen Lomonosov-Universität Moskau (1-MGU) und der Staatlichen Technischen Universität Irkutsk (12-IRNITU) mit einem nunmehr identischen Durchschnittswert von jeweils 4,1.

Die gleichrangige Gewichtung aller elf Merkmale wie auch die Höhergewichtung der hier häufiger vorkommenden und daher mutmaßlich zentralen bzw. als ‚typischer‘ empfundenen Merkmale 1, 2, 5, 6, 7, 9 und 10 kommen somit zu dem übereinstimmenden Ergebnis, dass die Websites der Sibirischen Föderalen Universität (4-SFU), der Staatlichen Lomonosov-Universität Moskau (1-MGU), der Staatli-

¹⁶⁴ Da die im Rahmen der empirischen Untersuchung I eruierten typischen Merkmale noch nicht rezipientenseitig verifiziert wurden – ebendies ist das Ziel der empirischen Untersuchung II – und die bloße (produktionsseitige) Vorkommenshäufigkeit nicht, wie hier implizit angenommen, ein zwingendes Kriterium für Prototypikalität ist (vgl. Schmid 2000: 50; 2.3.2), handelt es sich hier um ein hypothetisches Konstrukt, das lediglich der Verifizierung und Konkretisierung der o.g. Ergebnisse dienen soll. Insofern kann auch der Einwand der Zirkularität dieser Höhergewichtung, die im Prinzip der Prototypikalität selbst liegt, als vernachlässigbar angesehen werden.

chen Technischen Universität Irkutsk (12-IRNITU) und der Staatlichen Universität Voronež (11-VGU) die im Rahmen der diachronen Untersuchung eruierten, synchron typischen Merkmale in deutlich unterschiedlichem Maße aufweisen. Mit Blick auf eine bestmögliche Vergleichbarkeit der außersprachlichen Rahmenbedingungen der Hochschulen und damit eine bestmögliche pragmatisch-kommunikative Vergleichbarkeit ihrer Websites im Sinne institutioneller Selbstmarketing-Instrumente (vgl. 2.1) wird aus dem Mittelfeld die Website der Staatlichen Technischen Universität Irkutsk (12-IRNITU) gewählt, welche der Sibirischen Föderalen Universität und der Staatlichen Universität Voronež in Größe, Renommee und Standort eher entspricht als die Staatliche Lomonosov-Universität Moskau als größte und bekannteste Universität Russlands mit Sitz in der Hauptstadt. Die Reihenfolge dieser drei Websites im Rahmen der Evaluierung wird bewusst kontrastiv festgelegt (siehe [Tabelle 12](#)).

Tabelle 12: Korpus_{syn}

12-IRNITU	Die Website der Staatlichen Technischen Universität Irkutsk (12-IRNITU) weist die eruierten elf synchron typischen Merkmale der Textperformanz im WWW teilweise auf und entspricht daher gemäß These 2 den Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen der Rezipienten (-zielgruppe) im Großen und Ganzen.
11-VGU	Die Website der Staatlichen Universität Voronež (11-VGU) weist die eruierten elf synchron typischen Merkmale der Textperformanz im WWW kaum auf und entspricht daher gemäß These 2 den Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen der Rezipienten (-zielgruppe) nicht bzw. kaum.
4-SFU	Die Website der Sibirischen Föderalen Universität (4-SFU) weist die eruierten elf synchron typischen Merkmale der Textperformanz im WWW in hohem Maße auf und entspricht daher gemäß These 2 den Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen der Rezipienten (-zielgruppe) voll und ganz.

Da sich die Gestaltung der Website der Staatlichen Universität Voronež (11-VGU) nach dem 26.08.2016, offensichtlich im Rahmen einer generellen Überarbeitung (engl. *relaunch*), gravierend geändert hat, endet der Erhebungszeitraum der am 29.07.2016 frei-

geschalteten Online-Umfrage nach einer Laufzeit von 28 Tagen am 26.08.2016.¹⁶⁵

Die mit drei Websites relativ geringe Größe des Korpus_{syn} ist damit zu rechtfertigen, dass die Bandbreite der Performanzmerkmale im Jahr 2016 aufgrund der im Rahmen der diachronen Studie aufgezeigten deutlichen Vereinheitlichungstendenzen bereits durch drei verschiedene Websites repräsentativ widerspiegelt wird. Dazu kommt die im Rahmen von Probandentests grundsätzlich bestehende Notwendigkeit, Geduld und Konzentration der Teilnehmer, insbesondere in der hier vorliegenden, nicht beeinflussbaren distanten Testsituation, nicht durch langwierige Befragungen zu stark zu strapazieren, um verfälschten Testergebnissen und -abbrüchen vorzubeugen.

Die Auswahl der Probanden ist Gegenstand des nächsten Abschnitts.

4.3.2.3 Probanden

Da grundsätzlich davon auszugehen ist, dass die Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen der Rezipienten in engem Zusammenhang mit ihrer kulturellen und medial-kommunikativen Sozialisation stehen (vgl. z.B. Bucher 2004: 158ff; Bucher 2005: 110–113; Jakobs 2005: 72; Jakobs/Lehnen 2006: 265; 3.3.2.2), ist im Sinne der Vergleichbarkeit der Befragungsergebnisse darauf zu achten, dass die Probandengruppe hinsichtlich dieser Faktoren möglichst homogen ist. Die empirische Untersuchung II konzentriert sich daher auf die wichtigste Zielgruppe der Websites russischer Hochschulen: russische Studierende und Studieninteressenten.

Vor diesem Hintergrund richtet sich die Befragung an Probanden, die dieser Zielgruppe herkunfts-, bildungs- und altersmäßig möglichst entsprechen, d.h. aus Russland stammen und/oder russische Muttersprachler, (potenzielle) Studierende und zwischen 15 und 30 Jahre alt sind. Die Einhaltung dieser Kriterien wird im Rahmen der Abfrage

¹⁶⁵ Das Ergebnis der Überarbeitung der Website der Staatlichen Universität Voronež (11-VGU) bekräftigt die im Rahmen der empirischen Untersuchung I aufgezeigten Vereinheitlichungstendenzen: auch sie weist nun die eruierten elf typischen Merkmale in hohem Maße auf.

allgemeiner biografischer Daten (Fragen 1–8; siehe 4.3.2.1) überprüft, wobei ein Alter über 30 Jahren mit Blick auf die allgemein zu beobachtenden Zielgruppenerweiterungstendenzen an Hochschulen (vgl. 1.2.2) grundsätzlich kein Ausschlusskriterium darstellt.¹⁶⁶ Über verschiedene Multiplikatoren – zu nennen sind hier insbesondere die Verteilerkanäle des SDI München, genauer: der Abteilung Deutsch als Fremdsprache und der Hochschule für Angewandte Sprachen, sowie des Instituts für Slavische Philologie der Ludwig-Maximilians-Universität München und des Instituts für Slawistik der Universität Wien – konnten im o.g. Befragungszeitraum (29.07.2016–26.08.2016) insgesamt 18 zielgruppenadäquate Personen für die vollständige Teilnahme an der Online-Umfrage gewonnen werden (siehe Tabelle 13). Der Rücklauf dieser 18 Probanden stellt damit die Datengrundlage der empirischen Untersuchung II dar.¹⁶⁷

Die kritische Feststellung, dass die Probanden ein für die hier fokussierte Zielgruppe, Studierende und Studieninteressenten russischer Hochschulen, relativ hohes Durchschnittsalter aufweisen, kann, wie oben bereits erwähnt, angesichts allgemeiner Zielgruppenerweiterungstendenzen als vernachlässigbar angesehen werden. Weitere

¹⁶⁶ Nicht speziell abgefragt wird die Hochschulzugangsberechtigung der Probanden, welche – ebenfalls vor dem Hintergrund der allgemein zu beobachtenden Zielgruppenerweiterungstendenzen an Hochschulen – hier ebenfalls nicht als Ausschlusskriterium gesehen wird. Von einer grundsätzlichen Bildungaffinität kann aufgrund der im Folgenden genannten hochschulischen bzw. hochschulnahen Verteilerkanäle der Umfrage auch im Fall von Probanden, die nicht angegeben haben, aktuell zu studieren (Frage 5), ausgegangen werden.

¹⁶⁷ Insgesamt haben 51 Personen (im Folgenden: Teilnehmer) an der Online-Umfrage teilgenommen, wobei ein Fragebogen aufgrund widersprüchlicher Angaben und des Abbruchs nach Frage 8 nicht gewertet wurde. Neun der verbleibenden 50 Fragebögen konnten aufgrund der Teilnahme nach dem 26.08.2016, d.h. nachdem sich die Gestaltung der Website der Staatlichen Universität Voronež (11-VGU) geändert hatte, nicht in die Gesamtauswertung einfließen. Von den 41 im Befragungszeitraum ausgefüllten Fragebögen konnten wiederum 23 aufgrund unvollständiger Angaben – 3 Teilnehmer haben die Umfrage nach Frage 12, 18 Teilnehmer nach Frage 18 und 2 Teilnehmer nach Frage 29 abgebrochen – ebenfalls nicht in die Gesamtauswertung einfließen. Diese insgesamt 32 nicht berücksichtigten Fragebögen werden aber zur zusätzlichen Absicherung der Ergebnisse des allgemeinen Teils I der Umfrage, d.h. hinsichtlich der medial-kommunikativen Sozialisation (Fragen 9–12) sowie textsortenspezifischen Erfahrungen und Erwartungen (Fragen 13–18) der Zielgruppe, herangezogen.

mögliche Einschränkungen hinsichtlich der Repräsentativität der Probandengruppe ergeben sich aus dem sehr hohen Anteil weiblicher Testpersonen sowie der Tatsache, dass einige Probanden aktuell nicht in Russland leben oder nie gelebt haben¹⁶⁸ und daher möglicherweise erfahrungsbedingt andere Erwartungen an Texte im WWW haben als die ‚russische‘ Zielgruppe russischer Hochschulwebsites. Vor dem Hintergrund aber, dass der Großteil der Probanden durch die Muttersprache, den aktuellen Wohnort und/oder den bisherigen Lebensmittelpunkt in Russland durchaus als soziokulturell russisch geprägt eingeschätzt werden kann, stellt auch dies ein zu vernachlässigendes Defizit dar. Positiv zu bewerten ist die geografische Verteilung der Wohn- bzw. Aufenthaltsregionen über ganz Russland, die ein repräsentatives Gesamtbild ermöglicht, das sich nicht nur auf einzelne Zentren beschränkt.

Tabelle 13: Angaben zur Person¹⁶⁹

1) Alter	16–40 Jahre, durchschnittlich 27,9 Jahre.
2) Geschlecht	83,3 % weiblich, 16,7 % männlich.
3) Muttersprache	83,3 % russisch, 11,1 % ukrainisch, 5,6 % tatarisch.
4) Staatsangehörigkeit	77,8 % russisch, 16,7 % ukrainisch, 5,6 % kasachisch.

¹⁶⁸ Beides ist mit hoher Wahrscheinlichkeit vor allem auf die o.g. Verteilerkanäle der Umfrage zurückzuführen, die als deutsche bzw. österreichische Bildungsinstitutionen im Fachbereich Sprachwissenschaft tendenziell auslands- und fremdsprachenaffine Personen, typischerweise Frauen, erreichen.

¹⁶⁹ Hier und im Folgenden (siehe 4.3.3) werden die wesentlichen Ergebnisse der Befragung tabellarisch (in eigener Übersetzung ins Deutsche) zusammengefasst, eine detaillierte Darstellung des Rücklaufs in russischer Sprache ist auf dem Server der Universitätsbibliothek der Ludwig-Maximilians-Universität unter der Adresse <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:bvb:19-216626> abrufbar (siehe 7.2.2).

5) Was ist Ihr derzeitiger Tätigkeitsschwerpunkt?	55,6 % Studium,
	38,9 % Arbeit,
	5,6 % Schule.
6) In welchem Land leben Sie?	50 % Russland,
	44,4 % Deutschland,
	5,6 % Kasachstan.
7) Wo leben Sie in Russland/haben Sie in Russland gelebt? Wie lange?	72,2 % haben in Russland gelebt (Moskau, Tomsk, Ivanovo, Naberežnye Čelny, Seversk, Tambow, Nowosibirsk, Irkutsk, Region Kirov; durchschnittlich 22,9 Jahre),
	27,8 % haben nicht in Russland gelebt (16,7 % Ukraine, 11,1 % keine Angabe).
8) Haben Sie im Ausland gelebt? Wenn ja, wo und wie lange?	50 % haben im Ausland gelebt (44,4 % Deutschland, 11,1 % England, 5,6 % Schweden, 5,6 % Frankreich; durchschnittlich 6,3 Jahre bzw. keine Angabe),
	50 % haben nicht im Ausland gelebt.

Die insgesamt eher geringe Zahl vollständiger Umfrageteilnahmen zielgruppenadäquater Personen kann einerseits auf die sehr konkreten und sich dadurch restriktiv auswirkenden Anforderungen an die Testpersonen zurückgeführt werden, andererseits aber vor allem auf den mit 52 Fragen ausgeprägten Umfang der Online-Umfrage, der insbesondere dem Ziel eines aussagekräftigen qualitativen Vergleichs von drei Websites geschuldet ist, und die entsprechende Teilnahmedauer.¹⁷⁰ Angesichts der Tatsache, dass in der Usability-Forschung gemeinhin

¹⁷⁰ Auf der ersten Seite der Online-Umfrage wurden die Teilnehmer darauf hingewiesen, dass die Teilnahme etwa 30 Minuten in Anspruch nehmen werde; diese Schätzung auf Basis der Pretests wird durch die Protokollierung der Teilnahmedauer der Probanden durch das Programm Survey Monkey im Wesentlichen bestätigt. Es ist dennoch davon auszugehen, dass die hohe Abbruchquote trotz dieses Hinweises und der o.g. Vorkehrungen hinsichtlich der Verständlichkeit der Fragen auf den Umfang der Befragung und vor allem auf die möglicherweise als zu aufwändig empfundenen Testaufgaben im Rahmen des Website-Vergleichs in Teil II der Umfrage (Fragen 19–52) zurückzuführen ist.

bereits drei bis 15 Probanden als ausreichend angesehen werden, um einen Großteil möglicher Probleme aufzudecken (z.B. Nielsen 2000; vgl. Feuß 2013: 88f; [4.3.1.2](#)), kann aber von der grundsätzlichen Aussagekräftigkeit der Studie mit 18 Probanden ausgegangen werden.

Die Ergebnisse der empirischen Untersuchung II werden im Folgenden vorgestellt.

4.3.3 Ergebnisse

In diesem Kapitel werden die wesentlichen Ergebnisse der Probandenstudie im Rahmen der empirischen Untersuchung II zusammengefasst und interpretiert. Da die biografischen Eckdaten der Probanden in [4.3.2.3](#) bereits vorgestellt wurden, wird darauf im Folgenden nicht mehr gesondert eingegangen.

4.3.3.1 Medial-kommunikative Sozialisation und textsortenspezifische Erfahrungen und Erwartungen

Die Angaben der Probanden bzgl. ihrer Erfahrung und Gewohnheiten im Medium WWW (Fragen 9–12; siehe [Tabelle 14](#)) und bzgl. ihrer Erfahrungen mit bzw. Erwartungen an Hochschulwebsites (Fragen 13–18; siehe [Tabelle 15](#)) geben einen Einblick in ihre medial-kommunikative Sozialisation und ihre textsortenspezifischen Erfahrungen, Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen.

Tabelle 14: Angaben zu Erfahrung und Gewohnheiten im Medium WWW

9) Wie häufig sind Sie online im WWW?	72,2 % mehrmals täglich,
	27,8 % täglich.
10) Welche Endgeräte nutzen Sie dafür überwiegend?	50,0 % PC/Laptop,
	5,6 % Tablet,
	44,4 % Smartphone.
11) Haben Sie schon einmal bei der Erstellung einer Website mitgewirkt?	5,6 % ja, häufig,
	33,3 % ja, einmal/selten,
	61,1 % nein.

12) Wie häufig besuchen Sie russische Websites?	44,4 % mehrmals täglich,
	38,9 % täglich,
	16,7 % manchmal.

Wie die Umfrageergebnisse zeigen, sind die Probanden gewohnheitsmäßige Nutzer des WWW: Sie sind in der Regel mehrmals (72,2 %), mindestens jedoch einmal täglich über PC/Laptop, Smartphone oder – seltener – Tablet (5,6 %) online und besuchen russische Websites überwiegend (insgesamt 83,3 %) mindestens einmal täglich.¹⁷¹ Die Tatsache, dass nur eine Testperson (5,6 %) regelmäßig an der Erstellung von Websites mitwirkt, macht deutlich, dass es sich bei der Probandengruppe im Wesentlichen nicht um Website-Experten handelt, sondern um authentische Nutzer, d.h. um Personen, die das WWW, seine technischen Möglichkeiten und seine Angebote in erster Linie aus einer (alltags-) erfahrungsbasierten und zweckorientierten Perspektive betrachten.¹⁷²

Tabelle 15: Angaben zu Erfahrungen mit bzw. Erwartungen an Hochschulwebsites

13) Wie häufig besuchen Sie Websites russischer Hochschulen?	5,6 % mehrmals täglich,
	5,6 % täglich,
	38,9 % manchmal,
	50,0 % selten/nie.

171 Die drei Probanden (16,7 %), die angegeben haben, russische Websites nur manchmal zu besuchen, sind russische Muttersprachler und Staatsbürger und haben den Großteil ihres Lebens in Russland verbracht, sie dürften demnach trotzdem Erfahrungen mit russischen Websites gemacht haben.

172 Diese Ergebnisse werden bei einer Berücksichtigung sämtlicher eingegangener Angaben zu Erfahrung und Gewohnheiten im Medium WWW (Fragen 9–12) bekräftigt: Alle insgesamt 50 Umfrageteilnehmer sind mindestens einmal täglich online, genutzt werden vor allem die Endgeräte PC/Laptop (32,0 %) und – im Rahmen dieser erweiterten Stichprobe noch häufiger: – Smartphone (62,0 %). Russische Websites werden von insgesamt 80,0 % der 50 Umfrageteilnehmer mindestens einmal täglich besucht. Die überwiegende Mehrheit (insgesamt 96,0 %) wirkt nicht regelmäßig oder nie an der Gestaltung von Websites mit.

14) Wie häufig besuchen Sie Websites von Hochschulen in anderen Ländern?	5,6 % täglich,
	50,0 % manchmal,
	44,4 % selten/nie.
15) Aus welchem Grund besuchen Sie Websites von Hochschulen vor allem?	94,4 % suchen konkrete Informationen,
	5,6 % möchten sich allgemein informieren.
16) Welche Qualitäten sind Ihnen an einer Hochschulwebsite am Wichtigsten? (max. drei Nennungen)¹⁷³	88,9 % Eine übersichtliche Navigation, die mir hilft, Informationen gezielt und schnell zu finden.
	50,0 % Die Möglichkeit, auf einen Blick zu erkennen, was für mich als Abiturient/in, Studierende/r usw. wichtig ist.
	22,2 % Funktionen (z.B. Suche, Filter, Sprachwahl), durch die ich mir die Inhalte meinen Interessen bzw. Bedürfnissen nach anzeigen lassen kann.
	44,4 % Die Möglichkeit, direkte Ansprechpartner und Kontaktmöglichkeiten schnell zu finden.
	38,9 % Ein ansprechendes Design (Farben, Layout, Bilder, Navigation, Links usw.), das eine schnelle Orientierung auf der Website unterstützt.
	44,4 % Eine gute Strukturierung und anschauliche Darstellung der Informationen (z.B. in Bildern, Tabellen usw.), keine langen Texte.
17) Wie finden Sie sich üblicherweise auf Hochschulwebsites zurecht?	5,6 % sehr gut,
	44,4 % im Großen und Ganzen gut,
	50,0 % unterschiedlich, abhängig von der Website.
18) Glauben Sie, dass die Qualität der Website viel über eine Hochschule aussagt?	38,9 % Ja, zu einer guten Hochschule gehört auch eine ansprechende Website.
	55,6 % Eine ansprechende Website ist gut, aber nicht entscheidend für den Eindruck, den ich von einer Hochschule habe.
	5,6 % Nein, die Website ist mir nicht wichtig.

¹⁷³ Bei dieser Frage war eine Mehrfachnennung von bis zu drei Antwortoptionen erlaubt. Von damit bei 18 Probanden insgesamt 54 möglichen Nennungen wurden 53 getätigt. Die im Rahmen dieser und aller folgenden Fragen, die Mehrfachnennungen erlauben,

Die Angaben zur Häufigkeit des Besuchs von Hochschulwebsites legen die Vermutung nahe, dass ein Großteil der Probanden eher weniger ausgeprägte textsortenspezifische Erfahrungen hat: Obwohl es sich bei den Probanden zu 55,6 % um Studierende handelt, besuchen insgesamt 91,7 % nur manchmal, selten oder nie Websites russischer und ausländischer Hochschulen. Als Grund für den Besuch von Hochschulwebsites gibt die überwiegende Mehrheit (94,4 %) die Suche nach konkreten Informationen an. So verwundert es nicht, dass die am meisten geschätzten Qualitäten der Website-Gestaltung die Benutzerfreundlichkeit der Informationsarchitektur – linguistisch gesprochen: Sequenziertheit – betreffen: Eine übersichtliche Navigation, die beim schnellen und gezielten Auffinden von Informationen unterstützt, wird von 88,9 % der Probanden als wichtig erachtet, 50 % möchten außerdem unmittelbar erkennen können, was jeweils für z.B. Abiturienten, Studierende usw. wichtig ist. Während 22,2 % großen Wert auf spezifische Funktionen legen, die eine interessens- oder bedarfsgerechte Darstellung der Inhalte ermöglichen, ist für doppelt so viele Probanden (44,4 %) das schnelle Auffinden von direkten Ansprechpartnern und Kontaktmöglichkeiten und damit die unmittelbare bidirektionale Kommunikation mit der Hochschule am Wichtigsten. Etwa im selben Maße werden ein ansprechendes und bei der Orientierung unterstützendes Design (38,9 %) sowie eine gut strukturierte und anschauliche, d.h. nicht nur verbale, sondern multimodale Darstellung der Informationen (44,4 %) geschätzt. Die Tatsache, dass ein Großteil der Probanden sich nach eigenen Angaben (nur) im Großen und Ganzen gut (44,4 %) bzw. in Abhängigkeit von der Website unterschiedlich (50,0 %) auf Hochschulwebsites zurechtfindet, kann demnach einerseits auf die mangelnde Erfahrung im Umgang mit Hochschulwebsites zurückgeführt werden, andererseits aber auch darauf, dass Hochschulwebsites die o.g. Erwartungen synchron nicht ausreichend erfüllen. Das Erfüllen dieser Erwartungen wiederum hat in vielen Fällen Einfluss auf die Einschätzung der Hochschule hinter der Website: Während 55,6 % der Probanden eine gute Website für

angegebenen Prozentwerte beziehen sich auf die Anzahl der Probanden (18) und nicht auf die Anzahl der getätigten Nennungen.

wichtig, aber nicht entscheidend halten, sind sich 38,9 % sicher, dass die Qualität der Website unmittelbar auf die Qualität der Hochschule schließen lässt.¹⁷⁴

Die Untersuchung von Korrelationen zwischen einzelnen biographischen Parametern (z.B. Alter oder Herkunft) und Erwartungen an die Website-Performanz hat sich als nicht fruchtbar erwiesen: Einerseits können keine auffälligen Abweichungen gegenüber den o.g. Ergebnissen für die gesamte Probandengruppe festgestellt werden, andererseits wären diese ggf. aufgrund der dann sehr kleinen Probandenteilgruppen (z.B. nur fünf Probanden unter 25 Jahren, nur drei nichtrussische Muttersprachler usw.) nicht aussagekräftig. Sie wird daher hier nicht weiter verfolgt.

Geht man, wie oben argumentiert wurde, von einer hinreichenden Repräsentativität der Befragung aus, lässt sich zusammenfassend feststellen: Die Zielgruppe russischer Hochschulwebsites umfasst üblicherweise keine professionellen, aber gewohnheitsmäßige Nutzer des

¹⁷⁴ Auch diese Ergebnisse werden bei einer Berücksichtigung sämtlicher eingegangener Angaben zu Erfahrungen mit bzw. Erwartungen an Hochschulwebsites (Fragen 13–18) im Wesentlichen bekräftigt: 94,7 % der hier insg. 47 Umfrageteilnehmer besuchen russische oder ausländische Hochschulwebsites manchmal bzw. selten/nie und suchen ggf. überwiegend (80,9 %) nach konkreten Informationen. Die Bewertung der Website-Qualitäten in den Bereichen Sequenziertheit, Direktionalität und Modalität fällt entsprechend aus (von insgesamt 141 möglichen Nennungen wurden 118 getätigt): Eine Mehrheit von 78,2 % findet eine übersichtliche Navigation wichtig, die beim schnellen und gezielten Auffinden von Informationen unterstützt, während außerdem 51,1 % auf einen Blick erkennen können möchten, was jeweils für z.B. Abiturienten, Studierende usw. wichtig ist. Demgegenüber legen im Rahmen dieser erweiterten Stichprobe nur jeweils 23,4 % großen Wert auf Funktionen, die eine interessens- oder bedarfsgerechte Darstellung der Inhalte ermöglichen, oder das schnelle Auffinden von direkten Ansprechpartnern und Kontaktmöglichkeiten. 31,9 % erachten ein ansprechendes und bei der Orientierung unterstützendes Design und 42,6 % eine gut strukturierte und anschauliche, d.h. nicht nur verbale, sondern multimodale Darstellung der Informationen als wichtige Gestaltungseigenschaften von Hochschulwebsites. Ein Großteil der 47 Teilnehmer findet sich nach eigenen Angaben (nur) im Großen und Ganzen gut (40,4 %) bzw. in Abhängigkeit von der Website unterschiedlich (42,6 %) auf Hochschulwebsites zurecht und zieht daraus Schlüsse hinsichtlich der Qualität der Hochschule: 46,9 % sind der Meinung, dass eine gute Hochschule auch eine gute Website haben sollte, während 48,9 % eine gute Website für wichtig, aber nicht entscheidend halten.

WWW, die mindestens einmal täglich via PC/Laptop oder Smartphone online sind und ebenso in der Regel mindestens einmal täglich russische Websites besuchen. Hochschulwebsites stehen dabei jedoch grundsätzlich nicht im Fokus: Da ein Großteil der Befragten angibt, Websites russischer oder auch ausländischer Hochschulen nur manchmal bzw. selten oder nie zu besuchen, ist davon auszugehen, dass speziell textsortenspezifische Erfahrungen nur in geringem Umfang vorhanden sind und die Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen der Zielgruppe vor allem aus der Erfahrung im Umgang mit anderen Websites resultieren.

Hinsichtlich ebendieser Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen kann festgestellt werden, dass sämtliche der hier konkret thematisierten Qualitäten der Website-Gestaltung, die die im Rahmen der empirischen Untersuchung I eruierten typischen Performanzmerkmale in den Bereichen Sequenziertheit, Direktionalität und Modalität widerspiegeln, von den Probanden als mehr oder weniger wichtig erachtet werden. Die sich dabei aber deutlich abzeichnende hohe Priorität von Qualitäten, die eine benutzerfreundliche, d.h. bedarfsgerechte und dadurch effiziente und zeitsparende Art und Weise der Rezeption fördern, erklärt sich vor dem Hintergrund der kommunikativen Zielsetzung: Dass die Suche nach konkreten Informationen gemäß den Angaben der Probanden die bei Weitem häufigste Motivation für den Besuch von Hochschulwebsites darstellt, kann als Grund dafür angesehen werden, dass Gestaltungsmerkmale, die ein schnelles Auffinden und kognitives Verarbeiten von Inhalten fördern, am meisten geschätzt und erwartet werden. Konkret hoch geschätzt werden hier vor allem die Qualitäten, die die (nichtlineare) Sequenziertheit des Textes ‚Website‘ betreffen (übersichtliche Navigation, zielgruppenspezifische Zugänge zu den Inhalten), aber auch eine operativ-funktionale paraverbale Gestaltung, eine semiotisch effiziente (multimodale) Aufbereitung von Inhalten sowie die Angabe von persönlichen (bidirektionalen) Kommunikationsmöglichkeiten im Sinne von direkten Ansprechpartnern und Kontaktdaten gehören für einen großen Teil der Befragten zu den wichtigsten Eigenschaften von Hochschulwebsites. Die Tatsache, dass viele der Befragten sich nur im Großen und Ganzen oder, abhängig von der konkreten

Website, unterschiedlich gut auf Hochschulwebsites zurechtzufinden, lässt dabei vermuten, dass diese die o.g., mutmaßlich mangels regelmäßiger Rezeptionserfahrung wenig textsortenspezifisch ausgeprägten Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen derzeit nur mäßig erfüllen. Dies ist umso bemerkenswerter bzw. – aus Sicht der Hochschulen: – fataler, als die Umfrageergebnisse ebenso deutlich machen, dass die Qualität der Website von der hier fokussierte Zielgruppe als Indikator für die Qualität der Hochschule selbst gewertet wird und Hochschulwebsites damit ein hoher Stellenwert als institutionelle Selbstmarketing-Instrumente zukommt.

Vor dem Hintergrund dieser Erkenntnisse bzgl. der medial-kommunikativen Sozialisation und der textsortenspezifischen Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen der Zielgruppe sind die Wahrnehmung und Bewertung der Performanz der drei Websites des Korpus_{syn} sowie die Einschätzung der Institutionen hinter den Websites Gegenstand des nächsten Kapitels.

4.3.3.2 Wirkung der Website-Performanz

In Teil II der Probandenbefragung wurde anhand der drei Websites des Korpus_{syn} einerseits mit Blick auf These 2b die Wahrnehmung und Bewertung der Website-Performanz in Abhängigkeit von den Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen erhoben (Fragen 22–25/33–36/44–47; siehe [Tabelle 17](#), [Tabelle 20](#), [Tabelle 23](#)), und andererseits mit Blick auf mögliche (Stil-) Wirkungszusammenhänge die Einschätzung und Bewertung der Institution hinter der Website (Fragen 26–29/37–40/48–51; siehe [Tabelle 18](#), [Tabelle 21](#), [Tabelle 24](#)). Die Ergebnisse werden nachfolgend vorgestellt und diskutiert.

4.3.3.2.1 Website der Staatlichen Technischen Universität Irkutsk

Die Website der Staatlichen Technischen Universität Irkutsk (12-IRNITU) war als Bestandteil des Korpus_{syn} gewählt worden, weil sie die im Rahmen der empirischen Untersuchung I eruierten synchron typischen Performanzmerkmale im Vergleich zu den anderen Websites des Korpus_{basis} in mittlerem Umfang aufweist. Gemäß These 2,

die davon ausgeht, dass sich die Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen der Rezipienten (-zielgruppe) diachron parallel zur Website-Performanz entwickeln und sich synchron an den jeweils aktuell typischen Merkmalen orientieren, müsste sie den Erwartungen damit im Großen und Ganzen entsprechen (vgl. 4.3.2.2).

Tabelle 16: Vorkenntnis der Hochschule und/oder der Website, besuchte Bereiche (12-IRNITU)

19) Kennen Sie die Staatliche Technische Universität Irkutsk?	5,6 % ja,
	94,4 % nein.
20) Entspricht die Website Ihren Erwartungen?	100 % nein.
21) Welche Bereiche der Website sind für Sie vor allem interessant/relevant? (max. drei Nennungen)¹⁷⁵	Am häufigsten genannte Bereiche:
	44,4 % <i>Meždunarodnaja dejatel'nost'</i> ,
	38,9 % <i>Kontakty</i> ,
	38,9 % <i>Abiturientam</i> ,
	27,8 % <i>Ob universitete</i> ,
	27,8 % <i>Obrazovanie</i> ,
	27,8 % <i>Studentam</i> .

Wie die Angaben zu den drei Einstiegsfragen deutlich machen, haben die Probanden keine nennenswerten Vorkenntnisse hinsichtlich der hier zu evaluierenden Website oder der Universität selbst, ferner entsprechen die am häufigsten besuchten Bereiche der Aufgabenstellung bzw. den grundsätzlich für die Zielgruppe ‚Studierende und Studieninteressenten‘ relevanten Themen (vgl. Tabelle 16).¹⁷⁶ Damit kann

¹⁷⁵ Bei dieser Frage war eine Mehrfachnennung von bis zu drei Antwortoptionen erlaubt, von damit bei 18 Probanden insgesamt 54 möglichen Nennungen wurden 51 getätigt. Hier aufgeführt werden die sechs am häufigsten genannten Bereiche, was in etwa dem in diesem Sinne oberen Drittel der insgesamt 17 auswählbaren Antwortoptionen entspricht.

¹⁷⁶ Das große Interesse der Probanden an Internationalisierungsthemen, das hier (Bereich *Meždunarodnaja dejatel'nost'*), aber auch im Rahmen der Evaluierung der anderen beiden Websites (Bereiche *Meždunarodnoe sotrudničestvo*, *International*) auffällt, mag wiederum auch auf die Verteilerkanäle der Umfrage zurückzuführen sein, die mutmaßlich

von der Unvoreingenommenheit und Authentizität der Umfrageergebnisse hinsichtlich der Website der Staatlichen Technischen Universität Irkutsk (12-IRNITU) ausgegangen werden.

Tabelle 17: Wahrnehmung und Bewertung der Website-Performanz in Abhängigkeit von den Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen (12-IRNITU)

22) Wie sehr treffen die folgenden Aussagen Ihrer Meinung nach auf die Website zu? (1 – trifft nicht zu, 5 – trifft voll zu)	3,78 Die Navigation ist übersichtlich, ich kann mich schnell orientieren und Informationen finden.
	4,06 Ich sehe auf einen Blick, was für mich als Studieninteressent/in oder Studierende/r wichtig ist.
	3,56 Es gibt nützliche Funktionen (z.B. Suche, Filter, Sprachwahl), durch die ich mir die Inhalte meinen Interessen bzw. Bedürfnissen nach anzeigen lassen kann.
	3,78 Ich finde schnell direkte Ansprechpartner und Kontaktmöglichkeiten.
	3,33 Das Design (Farben, Layout, Bilder, Navigation, Links usw.) spricht mich optisch an und hilft mir, mich zurechtzufinden.
	3,50 Die Informationen sind gut gegliedert und anschaulich (z.B. in Bildern, Tabellen usw.) dargestellt, ich muss nicht zu viele lange Texte lesen.
23) Entspricht die Website Ihren Erwartungen?	27,8 % ja, absolut,
	61,1 % im Großen und Ganzen/teilweise,
	11,1 % nein/eher nicht.
24) Was fällt Ihnen besonders positiv an der Website auf? (keine Pflichtfrage, Freitextfeld)	Mehrfach genannt: ¹⁷⁷ Gliederung und Struktur der Website, Funktionalitäten, Design.

vor allem auslands- und fremdsprachenaffine Personen erreicht haben (vgl. 4.3.2.3). Darüber hinaus ist festzustellen, dass die Informationsseite im o.g. Sinne in allen drei Evaluierungen (Bereiche *Ob universitete*, *Universitet*, *O vuze*) als besonders interessant/relevant eingestuft wurde, was die grundsätzliche Korpuswahl (vgl. 4.1) rückwirkend bestätigt.

¹⁷⁷ Die Fragen 24 und 25 wurden von jeweils elf Probanden beantwortet. ‚Mehrfach genannt‘ heißt hier und im Folgenden: mindestens zweimal genannt, die Auflistung erfolgt absteigend nach der Anzahl der Nennungen.

25) Was fällt Ihnen besonders negativ an der Website auf? (keine Pflichtfrage, Freitextfeld)	Mehrfach genannt: Gliederung und Struktur der Website, Farbdesign, technische Aspekte.
---	---

Wie die in [Tabelle 17](#) zusammengefassten Angaben zu den Fragen 22 bis 25 zeigen, entspricht die Gestaltung der Website der Staatlichen Technischen Universität Irkutsk (12-IRNITU) für die Mehrheit der Probanden im Großen und Ganzen (61,1 %) oder voll und ganz (27,8 %) den Erwartungen. Diese positive Gesamtbewertung spiegelt sich auf der Ebene der einzelnen Eigenschaften wider: Alle hier konkret thematisierten Qualitäten der Website-Gestaltung werden überdurchschnittlich, d.h. mit Werten über 3,00 auf einer Skala von 1 bis 5, evaluiert (Durchschnittswert: 3,67¹⁷⁸), wobei hinsichtlich der Bewertungen der einzelnen Merkmale keine nennenswerten Unterschiede (max. 0,73) auffallen. Ein etwas differenzierteres Bild ergibt sich bei Betrachtung der qualitativen Freitext-Angaben: Beispielsweise die Tatsache, dass manche Probanden Gliederung und Struktur besonders loben, während andere genau dies als Manko der Website thematisieren, spiegelt die in Teil I der Befragung deutlich gewordene hohe Priorität einer benutzerfreundlichen Informationsarchitektur (vgl. [4.3.3.1](#)) wider, wenngleich die konkreten Adäquatheitsvorstellungen hier offensichtlich auseinander gehen. Auch die multimodale Gestaltung der Website wird kontrovers thematisiert: Nonverbale, emotional-identitätsstiftende Elemente wie Bilder von Studierenden werden als positiv empfunden, insbesondere die Farbgebung hingegen als unvorteilhaft. Auffällig ist außerdem, dass interaktive Funktionalitäten zur Beeinflussung der formalen Textpräsentation an die eigenen Interessen bzw. Bedürfnisse wie Login-Bereich, Sprachversionen, Schriftgrößenanpassung usw., denen in Teil I der Umfrage relativ wenig Bedeutung beigemessen wurde, hier überwiegend positiv hervorgehoben werden. Als störend empfunden werden wiederum technische Probleme, die die Benutzerfreundlichkeit der Website beeinträchtigen.

¹⁷⁸ Dieses Gesamturteil fällt damit etwas negativer aus als das Ergebnis der (mit elf Merkmalen etwas detaillierteren) Bewertung dieser Qualitäten im Rahmen der Zusammenstellung des Korpus_{syn} (Durchschnittswert: 3,9 bzw. 4,1; vgl. [4.3.2.2](#)).

Tabelle 18: Einschätzung und Bewertung der Institution hinter der Website (12-IRNITU)

26) Wie schätzen Sie die Staatliche Technische Universität Irkutsk ein? (1 – trifft nicht zu, 5 – trifft voll zu)	3,39	traditionsreich, renommiert, berühmt,
	3,50	international, weltoffen,
	3,41	wissenschaftlich führend, forschungsorientiert, innovativ,
	3,67	praxisnah, wirtschaftlich vernetzt,
	3,72	didaktisch und methodisch modern, fortschrittlich,
	3,59	gesellschaftlich-politisch relevant, engagiert,
<hr/>		
27) Welches der in Frage 25 genannten Merkmale trifft Ihrer Meinung nach am meisten zu? Warum? (Freitextfeld)	Am häufigsten genannt: ¹⁷⁹ studentenfreundlich, serviceorientiert.	
<hr/>		
28) Welches der in Frage 25 genannten Merkmale trifft Ihrer Meinung nach am wenigsten zu? Warum? (Freitextfeld)	Am häufigsten genannt: wissenschaftlich führend, forschungsorientiert, innovativ; international, weltoffen; didaktisch und methodisch modern, fortschrittlich.	
<hr/>		
29) Könnten Sie sich grundsätzlich vorstellen, ein Studium an der Staatlichen Technischen Universität Irkutsk aufzunehmen? Warum bzw. warum nicht? (Freitextfeld)	38,9 %	ja, mehrfache Begründung: ¹⁸⁰ Studienangebot,
	61,1 %	nein, mehrfache Begründung: geografische Lage der Universität, Studienangebot, grundsätzlich kein Interesse, zu studieren.

¹⁷⁹ ‚Am häufigsten genannt‘ heißt hier und im Folgenden: mindestens dreimal genannt, die Auflistung erfolgt absteigend nach der Anzahl der Nennungen.

¹⁸⁰ ‚Mehrfache Begründung‘ heißt hier und im Folgenden: mindestens zweimal genannt, die Auflistung erfolgt absteigend nach der Anzahl der Nennungen.

Alle vorgeschlagenen Eigenschaften bzgl. der Einschätzung und Bewertung der Institution hinter der Website werden von den Probanden mit Werten von durchschnittlich über 3,00 bewertet und damit als grundsätzlich zutreffend erachtet, wobei die Eigenschaft ‚studentenfreundlich, serviceorientiert‘ mit einem Durchschnittswert von 4,00 deutlich vorne liegt. Dieses Bild der Staatlichen Technischen Universität Irkutsk spiegelt sich auch in den qualitativen Freitext-Angaben wider: Sechs der 18 Probanden (33,3 %) empfinden die Charakterisierung ‚studentenfreundlich, serviceorientiert‘ als die zutreffendste, während die anderen Eigenschaften jeweils nur von Einzelnen genannt werden. Als mit Abstand am wenigsten passend wird die Eigenschaft ‚wissenschaftlich führend, forschungsorientiert, innovativ‘ gesehen, aber auch ‚international, weltoffen‘ und ‚didaktisch und methodisch modern, fortschrittlich‘ trifft für jeweils drei Probanden nicht zu. Die Frage, ob sie sich grundsätzlich vorstellen könnten, an der Staatlichen Technischen Universität Irkutsk zu studieren, beantworten 38,9 % der Probanden mit ‚ja‘ und 61,1 % mit ‚nein‘, wobei allerdings, wie aus den Antworten ersichtlich wird, vor allem die geografische Entfernung der Universität zum eigenen Heimatort und die angebotenen Studienfächer die Hauptkriterien für diese Entscheidung darstellen (vgl. [Tabelle 18](#)). Das o.g. grundsätzlich positive, insbesondere studentenfreundliche und serviceorientierte Bild der Staatlichen Technischen Universität Irkutsk scheint hier keine große Rolle zu spielen.

Zusammenfassend lässt sich damit feststellen, dass die Website der Staatlichen Technischen Universität Irkutsk (12-IRNITU) den Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen der Probanden im Großen und Ganzen entspricht, was die o.g. These 2b bestätigt. Die Tatsache, dass die konkrete Art und Weise der Website-Performanz, d.h. der Stil der Website, bei den meisten Probanden die Assoziation einer studentenfreundlichen und serviceorientierten, aber weniger wissenschaftlich führenden, forschungsorientierten oder innovativen Hochschule weckt, lässt auf ein entsprechendes, vor dem Hintergrund des ‚per Konvention Erwartbaren‘ von der Zielgruppe intersubjektiv wahrgenommenes und interpretiertes sekundäres (Stil-) Sinnangebot schließen. Ein eindeutiger Zusammenhang zwischen der Wahrnehmung und

Bewertung der Website-Performanz durch die Probanden und ihrer Bewertung der Hochschule oder eine eindeutige ‚perlokutive Folgewirkung‘ im Sinne Searles (1969: 25; vgl. 2.3.1) auf die Entscheidung, ob sie sich grundsätzlich vorstellen könnten, hier zu studieren, ist jedoch nicht erkennbar. Vielmehr lässt sich ein eher heterogenes, polarisiertes Meinungsbild und eine letztlich ausschlaggebende Rolle textexterner, pragmatischer Aspekte wie beispielsweise Standort und Studienangebot der Hochschule feststellen.

4.3.3.2.2 Website der Staatlichen Universität Voronež

Die Website der Staatlichen Universität Voronež (11-VGU) wurde als Bestandteil des Korpus_{syn} gewählt, weil sie die im Rahmen der empirischen Untersuchung I eruierten synchron typischen Performanzmerkmale im Vergleich zu den anderen Websites des Korpus_{basis} in relativ geringem Umfang aufweist. Gemäß These 2 dürfte sie damit den Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen der Rezipienten (-zielgruppe) nicht bzw. kaum entsprechen (vgl. 4.3.2.2).

Wenngleich einzelne Probanden angeben, die Staatliche Universität Voronež zu kennen und/oder die Website schon einmal besucht zu haben, lassen sich auch hier umfangreiche und in diesem Sinne möglicherweise ergebnisverzerrende Vorkenntnisse ausschließen. Die Tatsache, dass die als besonders interessant bzw. relevant angegebenen Website-Bereiche die Belange der hier fokussierten Zielgruppe authentisch widerspiegeln, zeugt zusätzlich von der Glaubwürdigkeit und Aussagekraft der Ergebnisse (siehe [Tabelle 19](#)).

Tabelle 19: Vorkenntnis der Hochschule und/oder der Website, besuchte Bereiche (11-VGU)

30) Kennen Sie die Staatliche Universität Voronež?	16,7 % ja,
	83,3 % nein.
31) Haben Sie die Website vorher schon einmal besucht?	11,1 % ja,
	88,9 % nein.
32) Welche Bereiche der Website sind für Sie vor allem interessant/relevant? (max. drei Nennungen)	Am häufigsten genannte Bereiche: ¹⁸¹
	66,7 % <i>Fakul'tety,</i>
	44,4 % <i>Meždunarodnoe sotrudničestvo,</i>
	38,9 % <i>Obučenie,</i>
	33,3 % <i>Glavnaja (novosti, osnovnye svedenija, obraščenie rektora, ob''javlenija, kalendar' sobytij i t. d.),</i>
27,8 % <i>Universitet (obščaja informacija, upravlenie universitetom, struktura i t. d.).</i>	

¹⁸¹ Bei dieser Frage war eine Mehrfachnennung von bis zu drei Antwortoptionen erlaubt. Da diese Beschränkung von einem Probanden nicht eingehalten wurde, wurden statt der bei 18 Probanden eigentlich 54 möglichen Nennungen insgesamt 55 getätigt. Hier aufgeführt werden die fünf am häufigsten genannten Bereiche, was in etwa dem in diesem Sinne oberen Drittel der insgesamt 13 auswählbaren Antwortoptionen entspricht.

Tabelle 20: Wahrnehmung und Bewertung der Website-Performanz in Abhängigkeit von den Adäquatheitseinstellungen und Erwartungen (11-VGU)

33) Wie sehr treffen die folgenden Aussagen Ihrer Meinung nach auf die Website zu? (1 – trifft nicht zu, 5 – trifft voll zu)	4,28 Die Navigation ist übersichtlich, ich kann mich schnell orientieren und Informationen finden.
	4,17 Ich sehe auf einen Blick, was für mich als Studieninteressent/in oder Studierende/r wichtig ist.
	3,78 Es gibt nützliche Funktionen (z.B. Suche, Filter, Sprachwahl), durch die ich mir die Inhalte meinen Interessen bzw. Bedürfnissen nach anzeigen lassen kann.
	4,00 Ich finde schnell direkte Ansprechpartner und Kontaktmöglichkeiten.
	3,89 Das Design (Farben, Layout, Bilder, Navigation, Links usw.) spricht mich optisch an und hilft mir, mich zurechtzufinden.
34) Entspricht die Website Ihren Erwartungen?	55,6 % ja, absolut,
	38,9 % im Großen und Ganzen/teilweise,
	5,6 % nein/eher nicht.
35) Was fällt Ihnen besonders positiv an der Website auf? (keine Pflichtfrage, Freitextfeld)	Mehrfach genannt: ¹⁸² Gliederung und Struktur, unmittelbare Ersichtlichkeit der Struktur und der Inhalte auf der Startseite.
35) Was fällt Ihnen besonders negativ an der Website auf? (keine Pflichtfrage, Freitextfeld)	Mehrfach genannt: Werbung, fehlende Inhalte, technische Aspekte.

¹⁸² Die Fragen 35 und 36 wurden von jeweils 13 Probanden beantwortet.

Die Tatsache, dass die Website der Staatlichen Universität Voronež (11-VGU) den Erwartungen der meisten Probanden absolut (55,6 %) oder im Großen und Ganzen (38,9 %) entspricht, überrascht auf den ersten Blick, weist sie doch die im Rahmen der empirischen Untersuchung I eruierten synchron typischen Performanzmerkmale in relativ geringen Maße auf (Durchschnittswert: 3,1 bzw. 3,2; vgl. 4.3.2.2). Eine genaue Betrachtung der Umfrageergebnisse zeigt zweierlei: Zum einen fällt die Beurteilung der hier thematisierten Gestaltungsqualitäten durch die Probanden durchwegs grundsätzlich positiver aus (Durchschnittswert: 3,99) als im Fall der Website der Staatlichen Technischen Universität Irkutsk (12-IRNITU), zum anderen aber werden gerade diejenigen Eigenschaften hoch bewertet, die die Probanden in Teil I der Umfrage für besonders wichtig befunden haben (vgl. 4.3.3.1) und die damit ihre Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen wesentlich prägen, z.B. eine übersichtliche, benutzerfreundliche Navigation, die beim schnellen und gezielten Auffinden von Informationen unterstützt (Durchschnittswert: 4,28), eine zielgruppenspezifische bzw. transparente Aufbereitung der Inhalte (Durchschnittswert: 4,17) sowie das schnelle Auffinden von direkten Ansprechpartnern und Kontaktdaten (Durchschnittswert: 4,00). Auch in den qualitativen Freitext-Angaben zeigt sich, dass Gliederung und Struktur der Website und gerade die unmittelbare Ersichtlichkeit der Struktur und der Inhalte bereits auf der Startseite als besonders positiv empfunden werden. Vor diesem Hintergrund scheinen die etwas weniger hoch bewerteten Qualitäten in den Bereichen Funktionalitäten, Design und multimodale Gestaltung sowie weitere negative Auffälligkeiten (Werbung, fehlende Inhalte, technische Aspekte) die grundsätzliche Benutzerfreundlichkeit der Website nur am Rande zu tangieren und daher im Gesamturteil wenig ins Gewicht zu fallen. Da die Website der Staatlichen Universität Voronež (11-VGU) damit zwar nicht alle synchron typischen, aber die von den Probanden im Rahmen dieser Befragung als wesentlich empfundenen Performanzmerkmale – d.h. diejenigen, die eine benutzerfreundliche, bedarfsgerechte und dadurch effiziente und zeitsparende Rezeption ermöglichen – aufweist, entspricht sie ihren Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen in unerwartet hohem Maße (vgl. [Tabelle 20](#)).

Tabelle 21: Einschätzung und Bewertung der Institution hinter der Website (11-VGU)

37) Wie schätzen Sie die Staatliche Universität Voronež ein? (1 – trifft nicht zu, 5 – trifft voll zu)	3,94	traditionsreich, renommiert, berühmt,
	3,83	international, weltoffen,
	3,39	wissenschaftlich führend, forschungsorientiert, innovativ,
	3,56	praxisnah, wirtschaftlich vernetzt,
	3,61	didaktisch und methodisch modern, fortschrittlich,
	3,61	gesellschaftlich-politisch relevant, engagiert,
	3,78	studentenfreundlich, serviceorientiert.
38) Welches der in Frage 37 genannten Merkmale trifft Ihrer Meinung nach am meisten zu? Warum? (Freitextfeld)	Am häufigsten genannt: traditionsreich, renommiert, berühmt; wissenschaftlich führend, forschungsorientiert, innovativ.	
39) Welches der in Frage 37 genannten Merkmale trifft Ihrer Meinung nach am wenigsten zu? Warum? (Freitextfeld)	Am häufigsten genannt: praxisnah, wirtschaftlich vernetzt.	
40) Könnten Sie sich grundsätzlich vorstellen, ein Studium an der Staatlichen Universität Voronež aufzunehmen? Warum bzw. warum nicht? (Freitextfeld)	72,2 %	ja, mehrfache Begründung: Studienangebot, Status,
	27,8 %	nein, mehrfache Begründung: geografische Lage der Universität.

Wie die Zusammenfassung der Antworten auf die Fragen 37 bis 40 in [Tabelle 21](#) zeigt, werden auch im Fall der Staatlichen Universität Voronež alle vorgeschlagenen Eigenschaften von den Probanden mit Werten von durchschnittlich über 3,00 evaluiert und damit als grundsätzlich zutreffend erachtet, wobei den Eigenschaften ‚traditionsreich, renommiert, berühmt‘ (3,94), ‚international, weltoffen‘ (3,83) und ‚studentenfreundlich, serviceorientiert‘ (3,78) die höchsten Bewertungen zukommen, während ‚wissenschaftlich führend, forschungs-

orientiert, innovativ‘ mit einem Durchschnittswert von 3,39 vergleichsweise etwas abfällt. Interessanterweise findet sich dieses Bild von der Staatlichen Universität Voronež nur teilweise in den qualitativen Freitext-Angaben wieder: Hier werden mit einer sehr schwachen Mehrheit von jeweils drei Probanden die Charakterisierungen ‚traditionsreich, renommiert, berühmt‘ und ‚wissenschaftlich führend, forschungsorientiert, innovativ‘ als die treffendsten und ‚praxisnah, wirtschaftlich vernetzt‘ als die am wenigsten passenden genannt, die übrigen Nennungen verteilen sich über alle anderen Eigenschaften. Deutlicher fällt hingegen das Ergebnis der Frage 40 aus: Während die Staatliche Universität Voronež für 27,8 % der Probanden meist mit Blick auf den Standort nicht infragekommt, können sich 72,2 % vorstellen, ein Studium an dieser Hochschule aufzunehmen, und begründen dies überwiegend mit der Breite des Studienangebots und dem renommierten Status der Hochschule. Inwiefern dieses Ergebnis auch von der positiven Website-Evaluation beeinflusst ist, kann zwar durch die hier erhobenen Daten nicht eindeutig belegt, aber anhand von Probandenaussagen erahnt werden:

da, skladyvaetsja intuitivno chorošee vpečatlenie (Frage 40, Antwort 15).

Damit lässt sich zusammenfassend feststellen, dass die Website der Staatlichen Universität Voronež (11-VGU) den Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen der Probanden in hohem Maße entspricht, was die o.g. These 2b in Teilen widerlegt: Offenbar ist nicht in erster Linie die Einhaltung der synchron typischen, sondern der rezipientenseitig als wichtig erachteten Qualitäten ausschlaggebend für die Bewertung der Website-Performanz. Die hier hohe Erwartungskonformität der konkreten Art und Weise der Website-Gestaltung kann als Erklärung dafür gewertet werden, dass die Probanden der Institution viele verschiedene der positiven Charakteristika gleichzeitig zuschreiben, wenngleich eine Mehrheit das Bild einer traditionsreichen, renommierten und berühmten Hochschule assoziiert und somit ein entsprechendes, im Rahmen der Zielgruppe intersubjektiv wahrgenommenes und interpretiertes sekundäres (Stil-) Sinnangebot der Website der Staatlichen Universität Voronež angenommen werden

kann. Neben dem auf Basis der o.g. Befragungsergebnisse unterstellbaren Zusammenhang zwischen der Wahrnehmung und Bewertung des Website-Stils und der grundsätzlichen Bewertung der Institution hinter der Website mag auch die Tatsache, dass ein Großteil der Probanden sich ein Studium an dieser Universität vorstellen kann, als Hinweis auf eine positive (perlokutive) Folgewirkung der erwartungskonformen Website-Performanz gedeutet werden. Dem wäre allerdings, ebenso wie der Frage, worauf bzw. auf welche Gestaltungselemente (im Sinne von ‚Differenzmerkmalen‘, vgl. 3.4.2) genau sich die Vorstellung einer vor allem traditionsreichen, renommierten und berühmten Hochschule stützt, durch umfangreichere und spezifisch ausgerichtete Studien nachzugehen.

4.3.3.2.3 Website der Sibirischen Föderalen Universität

Die Website der Sibirischen Föderalen Universität (4-SFU) wurde als Bestandteil des Korpus_{syn} gewählt, weil sie die im Rahmen der empirischen Untersuchung I eruierten synchron typischen Performanzmerkmale im Vergleich zu den anderen Websites des Korpus_{basis} in hohem Umfang aufweist. Gemäß These 2 müsste sie daher den Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen der Rezipienten(-zielgruppe) voll und ganz entsprechen (vgl. 4.3.2.2).

Tabelle 22: Vorkenntnis der Hochschule und/oder der Website, besuchte Bereiche (4-SFU)

41) Kennen Sie die Sibirische Föderale Universität?	38,9 % ja,
	61,1 % nein.
42) Haben Sie die Website vorher schon einmal besucht?	11,1 % ja,
	88,9 % nein.

43) Welche Bereiche der Website sind für Sie vor allem interessant/relevant? (max. drei Nennungen)	Am häufigsten genannte Bereiche: ¹⁸³
	33,3 % <i>Nauka,</i>
	33,3 % <i>Vneučebnaja žizn',</i>
	33,3 % <i>International,</i>
	27,8 % <i>Glavnaja (novosti, anonsy, ob'javlenija, novoe, media i t.d.),</i>
	22,2 % <i>Obučenie,</i>
	16,7 % <i>Instituty,</i>
	16,7 % <i>O vuze,</i>
	16,7 % <i>Foto.</i>

Obwohl 38,9 % der Probanden angeben, die Sibirische Föderale Universität zu kennen, haben nur wenige (11,1 %) die Website der Hochschule bereits besucht, so dass auch in diesem Fall umfangreiche Vorkenntnisse, die die Vergleichbarkeit der drei hier durchgeführten Website-Evaluierungen beeinträchtigen könnten, auszuschließen sind. Die am häufigsten von den Probanden in Frage 43 genannten Bereiche entsprechen der Aufgabenstellung bzw. den grundsätzlich für die Zielgruppe relevanten und/oder interessanten Themen (vgl. [Tabelle 22](#)). Somit ist insgesamt auch hier von einer grundsätzlichen Authentizität und Repräsentativität der Ergebnisse im Sinne des Erkenntnisinteresses auszugehen.

¹⁸³ Bei dieser Frage war eine Mehrfachnennung von bis zu drei Antwortoptionen erlaubt. Da diese Beschränkung von einem Probanden nicht eingehalten wurde, wurden statt der bei 18 Probanden eigentlich 54 möglichen Nennungen insgesamt 59 getätigt. Hier aufgeführt werden die acht am häufigsten genannten Bereiche, was in etwa dem in diesem Sinne oberen Drittel der insgesamt 29 auswählbaren Antwortoptionen entspricht.

Tabelle 23: Wahrnehmung und Bewertung der Website-Performanz in Abhängigkeit von den Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen (4-SFU)

44) Wie sehr treffen die folgenden Aussagen Ihrer Meinung nach auf die Website zu? (1 – trifft nicht zu, 5 – trifft voll zu)	4,28 Die Navigation ist übersichtlich, ich kann mich schnell orientieren und Informationen finden.
	4,17 Ich sehe auf einen Blick, was für mich als Studieninteressent/in oder Studierende/r wichtig ist.
	4,06 Es gibt nützliche Funktionen (z.B. Suche, Filter, Sprachwahl), durch die ich mir die Inhalte meinen Interessen bzw. Bedürfnissen nach anzeigen lassen kann.
	4,00 Ich finde schnell direkte Ansprechpartner und Kontaktmöglichkeiten.
	4,44 Das Design (Farben, Layout, Bilder, Navigation, Links usw.) spricht mich optisch an und hilft mir, mich zurechtzufinden.
	4,28 Die Informationen sind gut gegliedert und anschaulich (z.B. in Bildern, Tabellen usw.) dargestellt, ich muss nicht zu viele lange Texte lesen.
45) Entspricht die Website Ihren Erwartungen?	55,6 % ja, absolut,
	44,4 % im Großen und Ganzen/teilweise.
46) Was fällt Ihnen besonders positiv an der Website auf? (keine Pflichtfrage, Freitextfeld)	Mehrfach genannt: ¹⁸⁴ Design, Farbgestaltung, Struktur, Einsatz nonverbaler Elemente.
47) Was fällt Ihnen besonders negativ an der Website auf? (keine Pflichtfrage, Freitextfeld)	Mehrfach genannt: technische Probleme aufgrund langer Ladezeiten, Navigation, Einsatz nonverbaler Elemente.

Die Ergebnisse bzgl. der Wahrnehmung und Bewertung der Performanz der Website der Sibirischen Föderalen Universität (4-SFU) sind sehr deutlich: Über die Hälfte der Probanden (55,6 %) sieht ihre Erwartungen voll und ganz erfüllt, die Übrigen (44,4 %) im Großen und Ganzen bzw. teilweise. Diese sehr positive Bewertung spiegelt

¹⁸⁴ Die Fragen 46 und 47 wurden von 16 bzw. 14 Probanden beantwortet.

sich auch in den hier thematisierten einzelnen Performanzmerkmalen direkt wider: Sie wurden durchweg mit Werten von durchschnittlich mindestens 4,00 evaluiert (Durchschnittswert: 4,21¹⁸⁵), wobei die drei höchstbewerteten Qualitäten, die zugleich auch zu den am meisten erwarteten gehören (vgl. 4.3.3.1) – ein ansprechendes und funktionales Design, eine gut strukturierte und eine anschauliche Darstellung der Inhalte und eine benutzerfreundliche Navigation – sich auch in den qualitativen Freitext-Angaben der Probanden wiederfinden. Negativ fallen vor allem die langen Ladezeiten auf, die auf den umfangreichen Einsatz para- und nonverbaler Gestaltungselemente mit hohem Datenvolumen zurückzuführen ist, und u.a. damit verbundene Einschränkungen einer benutzerfreundlichen Navigation durch die Website (vgl. Tabelle 23). Die Website der Sibirischen Föderalen Universität (4-SFU) entspricht damit den Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen der Probanden grundsätzlich in sehr hohem Maße und hebt sich trotz möglicher technischer Probleme insbesondere durch eine als sehr ansprechend empfundene multimodale Gestaltung von den anderen beiden Websites ab.

Tabelle 24: Einschätzung und Bewertung der Institution hinter der Website (4-SFU)

48) Wie schätzen Sie die Sibirische Föderale Universität ein? (1 – trifft nicht zu, 5 – trifft voll zu)	3,89	traditionsreich, renommiert, berühmt,
	4,22	international, weltoffen,
	4,33	wissenschaftlich führend, forschungsorientiert, innovativ,
	4,00	praxisnah, wirtschaftlich vernetzt,
	4,17	didaktisch und methodisch modern, fortschrittlich,
	4,06	gesellschaftlich-politisch relevant, engagiert,
	4,44	studentenfreundlich, serviceorientiert.

¹⁸⁵ Dieses Gesamturteil fällt damit etwas negativer aus als das Ergebnis der Bewertung im Rahmen der Zusammenstellung des Korpus_{syn} (Durchschnittswert: 4,8; vgl. 4.3.2.2).

49) Welches der in Frage 48 genannten Merkmale trifft Ihrer Meinung nach am meisten zu? Warum? (Freitextfeld)	Am häufigsten genannt: studentenfrendlich, serviceorientiert; international, weltoffen; wissenschaftlich führend, forschungsorientiert, innovativ.
50) Welches der in Frage 48 genannten Merkmale trifft Ihrer Meinung nach am wenigsten zu? Warum? (Freitextfeld)	Am häufigsten genannt: praxisnah, wirtschaftlich vernetzt.
51) Könnten Sie sich grundsätzlich vorstellen, ein Studium an der Sibirischen Föderalen Universität aufzunehmen? Warum bzw. warum nicht? (Freitextfeld)	72,2 % ja, mehrfache Begründung: guter, innovativer Eindruck der Website, Größe der Universität und des Studienangebots, 27,8 % nein, mehrfache Begründung: geografische Lage der Universität.

Die Einschätzung und Bewertung der Institution hinter der Website fällt entsprechend positiv aus: Mit Ausnahme von ‚traditionsreich, renommiert, berühmt‘ werden alle Eigenschaften mit Werten von durchschnittlich mindestens 4,00 evaluiert. Die als am meisten zutreffend empfundenen Charakteristika ‚studentenfrendlich, serviceorientiert‘ (4,44), ‚wissenschaftlich führend, forschungsorientiert, innovativ‘ (4,33) und ‚international, weltoffen‘ (4,22) finden sich auch am häufigsten in Frage 49 wieder (wobei der Eigenschaft ‚studentenfrendlich, serviceorientiert‘ mit 44,4 % ein Großteil der Nennungen zukommt), in Frage 50 wird die zweitniedrigst bewertete Eigenschaft, ‚praxisnah, wirtschaftlich vernetzt‘ (4,00), am häufigsten genannt. Wie auch im Fall der Staatlichen Universität Voronež verneinen 27,8 % der Probanden die Frage, ob sie sich grundsätzlich ein Studium an der Sibirischen Föderalen Universität vorstellen könnten, vor allem mit der Begründung der geografischen Entfernung zum eigenen Heimatort. Die Mehrheit von 72,2 % antwortet hingegen mit ‚ja‘ und gibt neben der Größe der Universität und des Studienangebots aufgrund des föderalen Zusammenschlusses mehrerer Hochschulen explizit auch den positiven Eindruck der Website als Grund an:

vozmožno, vygljadit privlekatel'no [...] (Frage 51, Antwort 1),

[...] Složiloc' blagoprijatnoe vpečatlenie iz-za professional'no sdelannogo sajita (Frage 51, Antwort 4),

Vozmožno, sajt vyzyvaet interes k obrazovatel'nomu učreždeniju (Frage 51, Antwort 5),

da, kažetcja, očen' prestižnym (Frage 51, Antwort 14),

da, proizvodit prijatnoe sovremennoe vpečatlenie (Frage 51, Antwort 15).

Damit zeigt sich in diesem Fall anhand der qualitativen Freitext-Angaben der Probanden sehr deutlich, dass die äußerst positive Einschätzung der Sibirischen Föderalen Universität auch auf die Wirkung der Website-Performanz zurückgeführt werden kann.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Website der Sibirischen Föderalen Universität (4-SFU) den Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen der Probanden in höchstem Maße entspricht, was These 2b wiederum bestätigt. Darüber hinaus wird hier – noch deutlicher als im Fall der Staatlichen Universität Voronež – ein Zusammenhang zwischen der Wahrnehmung und Bewertung des Stils der Website und der Einschätzung und Bewertung der Hochschule hinter der Website sichtbar: Die ausgeprägte Erwartungskonformität der Website-Gestaltung kann als Grund dafür angenommen werden, dass die Probanden sämtliche der hier angeführten positiven Charakteristika als zutreffend empfinden, wenngleich das Bild einer studentenfreundlichen und serviceorientierten Hochschule dominiert und sich damit auch hier ein im Rahmen der Zielgruppe intersubjektiv wahrgenommenes und entsprechend interpretiertes (Stil-) Sinnangebot feststellen lässt. Die qualitativen Freitext-Angaben der Probanden legen darüber hinaus nahe, dass die überwiegend positive Beantwortung der Frage 51 auch als (perlokutiver) Effekt der in hohem Maße erwartungskonformen und positiv bewerteten Website-Performanz einzuschätzen ist, wobei ein abschließendes Urteil hinsichtlich etwaiger konkreter Korrelationen zwischen der Website-Performanz bzw. ihren einzelnen (Differenz-) Merkmalen und ihrer pragmatischen Implikationen auch in diesem Fall umfangreichere, spezifisch angelegte Studien voraussetzte.

4.3.3.2.4 Zusammenfassung

Um die Wahrnehmung und Bewertung der Website-Performanz in Abhängigkeit von der Einhaltung synchron typischer Gestaltungsmerkmale zu untersuchen, wurden die Probanden aufgefordert, drei russische Hochschulwebsites des Korpus, die die im Rahmen der empirischen Untersuchung I eruierten elf typischen Merkmale der Website-Performanz in den Bereichen Sequenziertheit, Direktionalität und Modalität in unterschiedlichem Maße aufweisen, mit einer für die hier fokussierte Zielgruppe typischen Aufgabenstellung zu besuchen und zu evaluieren. Dabei ist deutlich geworden, dass sich die Bewertung der Website-Performanz zwar grundsätzlich durchaus an den o.g. synchron typischen Gestaltungsmerkmalen orientiert – in den qualitativen Freitext-Angaben hinsichtlich besonders positiver bzw. negativer Auffälligkeiten wurden kaum andere Aspekte thematisiert –, letztlich aber stark von deren rezipientenseitigen Priorisierung vor dem Hintergrund ihrer spezifischen, kommunikationszweckorientierten Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen (vgl. 4.3.3.1) abhängt. So werden die Websites der Sibirischen Föderalen Universität (4-SFU) und der Staatlichen Universität Voronež (11-VGU), die die von den hier Befragten besonders geschätzten Qualitäten wie eine benutzerfreundliche, übersichtliche Navigation und eine zielgruppenspezifische bzw. transparente Aufbereitung der Inhalte (Bereich ‚Sequenziertheit‘) aus Sicht der Probanden stärker und vor allem unumstrittener aufweisen als die Website der Staatlichen Technischen Universität Irkutsk (12-IRNITU), als eindeutig adäquater und erwartungskonformer empfunden. Da die Performanz der Website der Sibirischen Föderalen Universität (4-SFU) darüber hinaus in hohem Maße und in einer von den Probanden als sehr attraktiv empfundenen Art und Weise von den ebenfalls rezipientenseitig als wichtig erachteten (kommunikations-) zweckmäßigen Qualitäten einer kognitiv entlastenden, operativ-funktionalen paraverbalen Gestaltung und einer semiotisch effizienten Aufbereitung von Inhalten in verschiedenen Zeichenmodi (Bereich ‚Multimodalität‘) geprägt ist, entspricht sie den Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen im direkten Vergleich zu den anderen beiden Websites mit Abstand am meisten (siehe [Tabelle 25](#)).

Tabelle 25: Vergleichende Einschätzung der drei Websites

52) Welche der Websites entspricht am Ehesten Ihren Erwartungen an eine Hochschul-website?	0,0 % Website der Staatlichen Technischen Universität Irkutsk,
	38,9 % Website der Staatlichen Universität Voronež,
	61,1 % Website der Sibirischen Föderalen Universität.

Ein weiteres Erkenntnisinteresse des zweiten Teils der Befragung galt der Wirkung der konkreten Art und Weise der Performanz, d.h. des Stils der Websites, in Abhängigkeit von ihrer Erwartungskonformität. Dazu wurden die Probanden gefragt, ob bzw. inwieweit sie den drei Universitäten hinter den hier untersuchten Websites des Korpus_{syn} bestimmte (positive) Eigenschaften zuschreiben, und ob sie sich vorstellen könnten, dort zu studieren. Das Ergebnis fällt erneut differenziert aus: Zum einen wird deutlich, dass die vorgegebenen Charakteristika quantitativ und qualitativ als umso zutreffender eingeschätzt werden, je mehr die Website-Performanz den Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen der Probanden entspricht. Wie das Beispiel der Website der Sibirischen Föderalen Universität (4-SFU) zeigt, scheinen hierbei gerade auch para- und nonverbale Gestaltungsmerkmale in besonderem Maße ins Gewicht zu fallen, was allerdings vor dem Hintergrund der ihnen allgemein zugeschriebenen emotionalen Wirkungskraft (vgl. 2.2.3) nicht überrascht. Während dieser grundsätzliche Zusammenhang ‚Erwartungskonformität/positive Bewertung der Website-Performanz – positive Einschätzung der Hochschule‘ unschwer zu erkennen ist, lassen sich konkrete semiotische Korrelationen zwischen dem Stil einer Website und bestimmten ‚Weltmodellen‘ im Sinne der Schule von Moskau und Tartu und durch sie indizierte pragmatische Sekundärinformationen zwar anhand von ‚sprecherbezogenen Unterstellungen‘ (Sandig 2006: 38) nicht immer eindeutig aufzeigen, noch weniger können konkrete perlokutive Effekte der Website-Gestaltung stichhaltig nachgewiesen werden. Ein Grund dafür mag die für derartige Zwecke zu geringe Datengrundlage dieser Untersuchung sein, ein anderer aber auch die u.a. in den qualitativen Freitext-Angaben der Probanden immer wieder deutlich wer-

dende Subjektivität von Stilempfinden. Somit scheint der Nachweis von Stilwirkungen, der über eindimensionale Bewertungsskalen (z.B. ‚positiv‘ – ‚negativ‘)¹⁸⁶ hinausgeht, nicht nur in methodischer Hinsicht (vgl. Sandig 2006: 30), sondern auch in Bezug auf seine objektive Belastbarkeit problematisch. Evidenz wäre hier durch umfangreichere, spezifisch angelegte Studien zu erlangen.

4.3.4 Fazit

Ziel der empirischen Untersuchung II war, am Beispiel russischer Hochschulwebsites die Wirkung der Textperformanz im WWW zu analysieren und dabei insbesondere zu prüfen, ob es zutrifft, dass die Rezipienten ihre Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen an den synchron typischen Gestaltungsmerkmalen orientieren (These 2a) und die Website-Performanz in Abhängigkeit von deren Einhaltung bewerten (These 2b). Dazu wurden insgesamt 18 zielgruppenadäquate Probanden im Rahmen einer qualitativen Online-Umfrage zunächst hinsichtlich ihrer medial-kommunikativen Sozialisation sowie ihrer textsortenspezifischen Erfahrungen, Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen und dann am Beispiel von drei Websites des Korpus_{basis}, die die im Rahmen der empirischen Untersuchung I eruierten synchron typischen Gestaltungsmerkmale in unterschiedlichem Maße aufweisen, hinsichtlich ihrer Wahrnehmung und Bewertung der Website-Performanz sowie ihrer Einschätzung und Bewertung der Institution hinter der Website befragt.

Die Ergebnisse des ersten Teils der Probandenbefragung bestätigen These 2a nur teilweise. So zeigt sich, dass zwar alle hier konkret thematisierten Qualitäten der Website-Gestaltung, welche die im Rahmen der empirischen Untersuchung I eruierten typischen Performanzmerkmale in den Bereichen Sequenziertheit, Direktionalität und Modalität repräsentieren, grundsätzlich geschätzt werden, gerade vor dem Hintergrund des wichtigsten Grundes für den Besuch russischer Hochschulwebsites – der Suche nach konkreten Informationen – aber

¹⁸⁶ Vgl. auch ‚verallgemeinerte‘ Stilwirkungen wie ‚angemessen‘ – ‚unangemessen‘ oder ‚wirkungsvoll‘ – ‚nicht wirkungsvoll‘ bei Sandig (2006: 36f).

auch deutliche Prioritäten zu Tage treten: Qualitäten, die eine bedarfsgerechte und zweckmäßige, d.h. benutzerfreundliche, effiziente, kognitiv entlastende und zeitsparende Art und Weise der Rezeption unterstützen, werden in besonderem Maße rezipientenseitig als wichtig erachtet. Sie betreffen vor allem die (nichtlineare) Sequenziertheit des Textes ‚Website‘, aber auch Aspekte der (multi-) modalen Aufbereitung seiner Inhalte und deren (bi-) direktonaler Erschließbarkeit. Entsprechend dieser Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen richtet sich die Prototypikalität der einzelnen Performanzmerkmale bzw. der sie im Rahmen der empirischen Untersuchung II repräsentierenden Performanzqualitäten im Sinne von medienspezifischen Gestaltungskonventionen nicht wie in These 2a angenommen nach ihrer synchronen Etablierung bzw. Vorkommenshäufigkeit, sondern vor allem nach dem Grad ihrer Funktionalität im Sinne des Kommunikationszweckes (siehe [Tabelle 26](#)).

Tabelle 26: Prototypische Qualitäten der Website-Performanz, rezipientenseitig verifiziert und priorisiert am Beispiel russischer Hochschulwebsites (Stand: 2016)

-
1. übersichtliche Navigation, die beim schnellen und gezielten Auffinden von Informationen unterstützt (88,9 %),
 2. Möglichkeit, auf einen Blick zu erkennen, was für bestimmte Zielgruppen wichtig ist (50,0 %),
 3. Möglichkeit, direkte Ansprechpartner und Kontaktmöglichkeiten schnell zu finden (44,4 %),
 4. gute Strukturierung und anschauliche Darstellung der Informationen (z.B. in Bildern, Tabellen usw.), keine langen Texte (44,4 %),
 5. ansprechendes Design (Farben, Layout, Bilder, Navigation, Links usw.), das eine schnelle Orientierung auf der Website unterstützt (38,9 %),
 6. Funktionen (z.B. Suche, Filter, Sprachwahl), durch die Inhalte interessens- bzw. bedarfsgerecht angezeigt werden können (22,2 %).
-

Vor dem Hintergrund dieser Erkenntnisse hinsichtlich der synchron prototypischen, d.h. typischerweise auftretenden und zugleich rezipientenseitig erwarteten Gestaltungsqualitäten russischer Hochschulwebsites im Sinne induktiv rekonstruierter medienpezifischer Performanzkonventionen erklären sich die Ergebnisse des zweiten Teils der Probandenbefragung, deren Erkenntnisziel die Wahrnehmung, Bewertung und Wirkung konkreter Websites war. Hier hat sich in der Folge auch These 2b nur in Teilen als zutreffend erwiesen: Die vergleichende Evaluierung von drei Websites des Korpus_{basis} hat ergeben, dass sich die Wahrnehmung und Bewertung der Website-Performanz grundsätzlich zwar an den synchron typischen Gestaltungsmerkmalen orientiert, letztlich aber vor allem von deren rezipientenseitiger Priorisierung aufgrund der o.g. kommunikationszweckorientierten Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen abhängt. So wurden die Websites entgegen der These 2b nicht danach bewertet, inwieweit sie über die als typisch identifizierten Performanzmerkmale verfügen, sondern danach, inwieweit sie die rezipientenseitig erwarteten und damit prototypischen Qualitäten im Sinne medienpezifischer Performanzkonventionen aufweisen (siehe [Tabelle 27](#)).

Hinsichtlich der darüber hinaus untersuchten Wirkung der Website-Performanz in Abhängigkeit von ihrer Erwartungskonformität lässt sich folgendes Ergebnis festhalten: Wie schon die Angaben der Probanden zu Frage 18 in Teil I der Befragung ankündigen, zeigt sich durchaus ein Zusammenhang zwischen der Bewertung einer Hochschulwebsite und der Einschätzung der Hochschule hinter der Website. So kann eine grundsätzliche Korrelation zwischen der Erwartungskonformität und der – wie sich gezeigt hat – damit verbundenen positiven Bewertung der Website-Performanz und einem positiven Bild von der Hochschule selbst festgestellt werden, wobei gerade emotional-appellativ wirkungsvolle para- und nonverbale Gestaltungsmerkmale hier eine große Rolle zu spielen scheinen. Abgesehen davon lassen sich konkrete Wirkungszusammenhänge zwischen dem Stil einer Website und bestimmten Einschätzungen und Vorstellungen und vor allem perlokutionären Effekte auf der hier vorliegenden Datengrundlage nur vermuten, es empfehlen sich weitere, umfangreichere und spezifisch angelegte Rezipientenstudien.

Tabelle 27: Wahrnehmung und Bewertung der Website-Performanz in Abhängigkeit von den Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen

4-SFU	Die Website der Sibirischen Föderalen Universität (4-SFU) weist die rezipientenseitig erwarteten Qualitäten der Textperformanz im WWW in sehr hohem Maße auf (Durchschnittswert: 4,21 von 5) und entspricht daher den Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen der Probanden in sehr hohem Maße (im direkten Vergleich mit den anderen beiden Websites: 61,1 %).
11-VGU	Die Website der Staatlichen Universität Voronež (11-VGU) weist die rezipientenseitig erwarteten Qualitäten der Textperformanz im WWW in hohem Maße auf (Durchschnittswert: 3,99 von 5) und entspricht daher den Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen der Probanden in hohem Maße (im direkten Vergleich mit den anderen beiden Websites: 38,9 %).
12-IRNITU	Die Website der Staatlichen Technischen Universität Irkutsk (12-IRNITU) weist die rezipientenseitig erwarteten Qualitäten der Textperformanz im WWW teilweise auf (Durchschnittswert: 3,67 von 5) und entspricht daher den Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen der Probanden im Großen und Ganzen (im direkten Vergleich mit den anderen beiden Websites: 0,00 %).

Hinsichtlich der methodischen Vorgehensweise im Rahmen der empirischen Untersuchung II (vgl. 4.3.2) lässt sich festhalten, dass diese grundsätzlich gut interpretierbare Ergebnisse geliefert hat und sich damit als Leitfaden für russische Hochschulen und andere Website-Betreiber eignet, um mit relativ geringem Aufwand die Wirkung des eigenen Internetauftritts auf die Zielgruppe untersuchen und die Website dadurch kontinuierlich den aktuellen Erwartungen und Präferenzen der Rezipienten anpassen zu können.

Ein abschließendes Resümee fasst die Ergebnisse der Arbeit zusammen und gibt einen Ausblick auf mögliche weitere Forschungsfragen.

5 Resümee: Zusammenfassung, Ausblick

Ziel dieser Arbeit war, am Beispiel russischer Hochschulwebsites empirisch zu überprüfen, inwiefern es zutrifft, dass sich aus zunächst von ‚klassischen‘ Printtexten übernommenen Eigenschaften diachron WWW-spezifische Textgestaltungskonventionen herausgebildet haben, und welche Wirkung die konkrete Website-Performanz in synchroner Hinsicht vor dem Hintergrund entsprechend etablierter Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen auf die Rezipienten-Zielgruppe ausübt.

Die eingangs aufgestellten Thesen wurden dabei jeweils teilweise bestätigt. So hat die diachrone Untersuchung der Website-Performanz von 15 der größten staatlichen russischen Universitäten von 2000 bis 2016 ergeben, dass diese zwar gerade in den ersten Jahren des Untersuchungszeitraums auf der Mikroebene der Informationsseite wie ‚klassische Printtexte‘ vorwiegend linear, monodirektional und verbal monomodal konzipiert waren, die Makroebene des Gesamttextes ‚Website‘ aber von Anfang an eine grundsätzlich nichtlineare, bidirektionale und multimodale Konzeption aufwies. Während die untersuchten Websites jedoch in qualitativer Hinsicht auch auf Makroebene zunächst an ähnlich konzipierte Texte bzw. Kommunikationsformen im Printbereich, die der mehr oder weniger passiven Bereitstellung von Informationen dienen, erinnerten, lassen sich hier bis 2016 deutliche Entwicklungen feststellen: Im Laufe der Jahre wurden die Internetauftritte russischer Hochschulen immer mehr zu dynamischen Kommunikationsplattformen, die die durch das Medium WWW bereitgestellten Gestaltungsmöglichkeiten z.B. hinsichtlich einer zielgruppenadäquaten Informationsarchitektur, einer benutzerfreundlichen Interaktion von Nutzer und Text und einer multimodalen Ansprache verschiedener Sinneskanäle zunehmend einsetzten und im Sinne ihrer Intention als Selbstmarketinginstrumente zwischen Information und Appell qualitativ nutzbar machten. Wenngleich im Jahr 2016 Unterschiede im Einsatz entsprechend typischer Performanz-

merkmale bestehen, lassen sich am Beispiel der untersuchten Websites russischer Hochschulen insgesamt sehr deutliche medienspezifische Vereinheitlichungstendenzen aufzeigen. Die daran anschließende Probandenstudie hat ergeben, dass die im Jahr 2016 als typisch identifizierten Merkmale auch die Erwartungen zielgruppenadäquater Rezipienten, d.h. russischer Studierender oder potenzieller Studieninteressenten, grosso modo widerspiegeln, wobei denjenigen Qualitäten, die das schnelle und effiziente Auffinden von Informationen begünstigen und dadurch der Hauptmotivation für den Besuch einer Hochschulwebsite entgegenkommen, die höchste Bedeutung beigemessen wird. Ebendiese von der Zielgruppe als am wichtigsten erachteten Merkmale sind es auch, die sie ihrer qualitativen Bewertung der Website-Performanz zugrunde legt: Die vergleichende Untersuchung der Wirkung dreier Websites, die die im Jahr 2016 typischen Gestaltungsmerkmale in unterschiedlichem Maße aufweisen, zeigt, dass nicht in erster Linie das Einhalten aller synchron typischen Merkmale ausschlaggebend für einen positiven Eindruck der Rezipienten ist, sondern das Einhalten derjenigen Qualitäten, die der Erfüllung ihrer Kommunikationsziele im WWW zuträglich sind und insofern als medienspezifisch funktionale Performanzkonventionen begriffen werden können. Das Ergebnis verdeutlicht damit zugleich die Unverzichtbarkeit von Probandenstudien für eine effektive Website-Evaluierungspraxis im Sinne einer Internetpräsenz, die den Adäquatheitsvorstellungen und Erwartungen der Zielgruppe entspricht und auf die gerade russische Hochschulen vor dem Hintergrund ihres Agierens in einem wettbewerbsintensiven, zunehmend globalisierten Hochschulbildungsmarkt ihr Augenmerk richten müssen. Dass sie die Zeichen der Zeit erkannt haben und ihren virtuellen Standort im WWW kontinuierlich weiterentwickeln und sowohl nutzer- als auch medienspezifisch optimieren, belegen die empirisch gewonnenen Untersuchungsergebnisse dieser Arbeit. Gleichzeitig wird ein methodischer Leitfaden vorgeschlagen, der es russischen Hochschulen und anderen Website-Betreibern ermöglicht, die Wirkung der eigenen Website regelmäßig mit einfachen Mitteln und auf die eigenen spezifischen Erkenntnisinteressen abgestimmt empirisch zu untersuchen und die Ergebnisse für eine zielgruppenadäquate

Optimierung des Internetauftritts im Sinne eines möglichst wirksamen Selbstmarketing-Instruments nutzbar zu machen.

Wenngleich sich – abgesehen von einem grundsätzlichen Zusammenhang zwischen der Erwartungskonformität der Website-Performanz und einem positiven Bild von der Hochschule selbst – auf der Datengrundlage dieser Arbeit letztlich keine eindeutigen Korrelationen zwischen konkreten Gestaltungsmerkmalen einer Website und ihrer (Stil-) Wirkung im Sinne einer indexikalisch auf die außersprachliche Welt verweisenden Vorstellung oder perlokutiven Effekten nachweisen ließen, legen doch gerade die Evaluierungsergebnisse der Website der Sibirischen Föderalen Universität (4-SFU) nahe, dass hier vor allem emotional-appellativ wirkungsvolle para- und nonverbale Gestaltungsmerkmale eine große Rolle spielen. Die genauere Untersuchung möglicher derartiger Zusammenhänge durch umfangreichere und spezifisch angelegte Rezipientenstudien stellt sich somit als lohnendes, an diese Arbeit anknüpfendes Forschungsthema dar. Ebenso empfehlen sich kulturkontrastive Studien mit Fokus auf die Interferenz medien-spezifischer Innovationen und kultureller Traditionen der Textgestaltung im WWW.

Ziel dieser Arbeit war auch, den Mehrwert sprachwissenschaftlich begründeter theoretischer Modelle für die Untersuchung von in der Praxis hochrelevanten Fragestellungen zu zeigen. So wurde gezeigt, dass die pragmatisch-kommunikativ orientierte, prototypentheoretisch und semiotisch erweiterte Textlinguistik und gerade die (Text-) Stilistik als ihr Teilbereich, der sich mit der konkreten Art und Weise der ganzheitlichen Textperformanz und ihrer Wirkung beschäftigt, einen geeigneten theoretischen Rahmen darstellen, um Websites nicht nur auf ihr technisches Funktionieren und ihre Benutzerfreundlichkeit hin zu untersuchen, sondern auch auf ihre Kommunikationsqualität, die ihre Wirkung auf die Rezipienten in hohem Maße beeinflusst und daher in zunehmend hart umkämpften Märkten wie dem russischen Hochschulbereich eine immer wichtigere Rolle spielt. Dabei ist nicht nur deutlich geworden, dass die Berücksichtigung der semiotisch ganzheitlichen Textperformanz die Grundlage für eine adäquate, dem

Gegenstand gerecht werdende Erfassung seiner kommunikativen Qualität ist, sondern – in gewissermaßen slavistischer Tradition der Prager Schule und der Schule von Moskau und Tartu – auch, dass sich die grundsätzlich sehr unterschiedlichen Perspektiven des Strukturalismus und der handlungsorientierten, pragmatisch-kommunikativen Sprachwissenschaft gewinnbringend miteinander verbinden und auf hochaktuelle Kommunikationsphänomene anwenden lassen.

6 Literatur- und Quellenverzeichnis

- Abraham, Ulf (2009): Stil als ganzheitliche Kategorie: Gestalthaftigkeit, in: Fix, Ulla/Gardt, Andreas/Knape, Joachim (Hrsg.): Rhetorik und Stilistik. Ein internationales Handbuch historischer und systematischer Forschung. 2. Halbband (= Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft; Bd. 31), Berlin, 1349–1367.
- Achapkina, Jana Ė./Rachilina, Ekaterina V. (Hrsg.) (2014): Sovremen-nyj russkij jazyk v internete, Moskau.
- Adamzik, Kristen (2002): Zum Problem des Textbegriffs. Rückblick auf eine Diskussion, in: Fix, Ulla/Adamzik, Kirsten/Antos, Gerd/Klemm, Michael (Hrsg.): Brauchen wir einen neuen Textbegriff? Antworten auf eine Preisfrage (= Forum Angewandte Linguistik; Bd. 40), Frankfurt/Main, 163–182.
- Adamzik, Kristen (2008): Textsorten und ihre Beschreibung, in: Janich, Nina (Hrsg.): Textlinguistik. 15 Einführungen, Tübingen, 145–175.
- Androutsopoulos, Jannis (2005): Onlinemagazine & Co. Publizistische Nischenangebote im Internet, in: Siever, Torsten/Schlobinski, Peter/Runkehl, Jens (Hrsg.): Websprache.net. Sprach und Kommunikation im Internet (= Linguistik – Impulse & Tendenzen; Bd. 10), Berlin, 98–131.
- Androutsopoulos, Jannis (2007): Neue Medien – neue Schriftlichkeit?, in: Mitteilungen des Deutschen Germanistenverbandes 54/1, 72–97.
- Antos, Gerd (2001): Sprachdesign als Stil? Lifting oder: Sie werden die Welt mit anderen Augen sehen, in: Jakobs, Eva-Maria/Rothkegel, Anneli (Hrsg.): Perspektiven auf Stil (= Reihe Germanistische Linguistik; Bd. 226), Tübingen, 55–76.
- Antos, Gerd (2002): „Reflexionsdynamischer“ Textbegriff. Ein Blick in die Zukunft, in: Fix, Ulla/Adamzik, Kirsten/Antos, Gerd/Klemm, Michael (Hrsg.): Brauchen wir einen neuen Textbegriff? Antworten auf eine Preisfrage (= Forum Angewandte Linguistik; Bd. 40), Frankfurt/Main, 183–192.
- Antos, Gerd (2009): Semiotik der Text-Performanz. Symptome und Indizien als Mittel der Bedeutungskonstitution, in: Linke, Angelika/Feilke, Helmuth (Hrsg.): Oberfläche und Performanz. Untersuchun-

- gen zur Sprache als dynamischer Gestalt (= Reihe Germanistische Linguistik; Bd. 283), Tübingen, 407–428.
- Antos, Gerd/Spitzmüller, Jürgen (2007): Was „bedeutet“ Textdesign? Überlegungen zu einer Theorie typographischen Wissens, in: Roth, Kersten Sven/Spitzmüller, Jürgen (Hrsg.): Textdesign und Textwirkung in der massenmedialen Kommunikation, Konstanz, 35–48.
- Austin, John L. (1962): How to Do Things with Words (= The William James Lectures 1955), Cambridge.
- Bachtin, Michail M. (1981 [1975]): The Dialogic Imagination. Four Essays by M. M. Bakhtin. Edited by Michael Holquist. Translated by Caryl Emerson and Michael Holquist (= University of Texas Press Slavic Series; Bd. 1), Austin.
- Bartsch, Renate (1987): Sprachnormen: Theorie und Praxis. Studienausgabe (= Konzepte der Sprach- und Literaturwissenschaft; Bd. 38), Tübingen.
- Beketov, Nikolai (2004): Forschung und Innovationsförderung in Russland, in: Russland-Analysen 45, 2–7.
- Berghorn, Gregor/Krispin, Martin (2015): Geleitwort, in: Deutsches Wissenschafts- und Innovationshaus (DWIH) Moskau (Hrsg.): Führende Hochschulen der Russischen Föderation, Moskau, 4–7 [http://www.dfg.de/ru/zentralablage_ru/pdf/nachrichten/150428_dwih_broschuere.pdf, zuletzt aufgerufen am 11.03.2017].
- Berlin, Brent/Kay, Paul (1969): Basic Color Terms: Their universality and Evolution, Berkeley.
- Birkenmaier, Willy/Mohl, Irene (1991): Russisch als Fachsprache (= UTB; Bd. 1606), Tübingen.
- Bittner, Johannes (2003): Digitalität, Sprache, Kommunikation. Eine Untersuchung zur Medialität von digitalen Kommunikationsformen und Textsorten und deren varietätenlinguistischer Modellierung (= Philologische Studien und Quellen; Bd. 178), Berlin.
- Bittner, Johannes (2007): Textdesign in digitalen Medien. Das Beispiel World Wide Web, in: Roth, Kersten Sven/Spitzmüller, Jürgen (Hrsg.): Textdesign und Textwirkung in der massenmedialen Kommunikation, Konstanz, 225–245.

- Brandl, Annette (2002): Webangebote und ihre Klassifikation. Typische Merkmale aus Experten- und Rezipientenperspektive (= Angewandte Medienforschung; Bd. 21), München.
- Brdar-Szabó, Rita/Brdar, Mario (2000): Grammaticalization and the lexicon: Core-and-periphery model vs prototype approach, in: Mangasser-Wahl, Martina (Hrsg.): Prototypentheorie in der Linguistik. Anwendungsbeispiele – Methodenreflexion – Perspektiven (= Stauffenburg-Linguistik), Tübingen, 139–159.
- Brinker, Klaus (1985): Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden (= Grundlagen der Germanistik; Bd. 29), Berlin.
- Brinker, Klaus (1991): Aspekte der Textlinguistik. Zur Einführung, in: Brinker, Klaus (Hrsg.): Aspekte der Textlinguistik (= Germanistische Linguistik; Bd. 106/107), Hildesheim, 7–17.
- Brinker, Klaus (2000): Textfunktionale Analyse, in: Brinker, Klaus/Antos, Gerd/Heinemann, Wolfgang/Sager, Sven (Hrsg.): Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung. 1. Halbband (= Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft; Bd. 16), Berlin, 175–186.
- Brinker, Klaus/Cölfen, Hermann/Pappert, Steffen (2014): Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden. 8., neu bearbeitete und erweiterte Auflage (= Grundlagen der Germanistik; Bd. 29), Berlin.
- Bucher, Hans-Jürgen (1999): Die Zeitung als Hypertext. Verstehensprobleme und Gestaltungsprinzipien für Online-Zeitungen, in: Lobin, Henning (Hrsg.): Text im digitalen Medium. Linguistische Aspekte von Textdesign, Texttechnologie und Hypertext-Engineering, Opladen, 9–32.
- Bucher, Hans-Jürgen (2001): Wie interaktiv sind die neuen Medien? Grundlagen einer Theorie der Rezeption nicht-linearer Medien, in: Bucher, Hans-Jürgen/Püschel, Ulrich (Hrsg.): Die Zeitung zwischen Print und Digitalisierung, Wiesbaden, 139–171.
- Bucher, Hans-Jürgen (2004): Online-Interaktivität – Ein hybrider Begriff für eine hybride Kommunikationsform, in: Bieber, Christoph/Leggewie, Claus (Hrsg.): Interaktivität. Ein transdisziplinärer Schlüsselbegriff (= Interaktiva; Bd. 1), Frankfurt, 132–167.

- Bucher, Hans-Jürgen (2005): Ist das Internet „ready“ für seine Nutzer? Online-Angebote zwischen Gebrauchstauglichkeit und Kommunikationsqualität, in: Jäckel, Michael/Haase, Frank (Hrsg.): In medias res. Herausforderung Informationsgesellschaft, München, 81–116.
- Bucher, Hans-Jürgen (2007): Textdesign und Multimodalität. Zur Semantik und Pragmatik medialer Gestaltungsformen, in: Roth, Kersten Sven/Spitzmüller, Jürgen (Hrsg.): Textdesign und Textwirkung in der massenmedialen Kommunikation, Konstanz, 49–76.
- Bucher, Hans-Jürgen (2011): Rezeption als Interaktion, in: Diekmannshenke, Hajo/Klemm, Michael/Stöckl, Hartmut (Hrsg.): Bildlinguistik. Theorien – Methoden – Fallbeispiele (= Philologische Studien und Quellen; Bd. 228), Berlin, 123–156.
- Bühler, Karl (1934): Sprachtheorie. Die Darstellungsfunktion der Sprache, Jena.
- Bush, Vannevar (1945): As We May Think, in: The Atlantic Monthly [<https://www.theatlantic.com/magazine/archive/1945/07/as-we-may-think/303881/>], zuletzt aufgerufen am 19.03.2017].
- Campagna, Sandra/Garzone, Giuliana/Ilie, Cornelia/Rowley-Jolivet, Elizabeth (Hrsg.) (2012): Evolving genres in Web-mediated communication (= Linguistic Insights. Studies in Language and Communication; Bd. 140), Bern.
- Chomsky, Noam (1965): Aspects of the theory of syntax, Cambridge.
- Coseriu, Eugenio (1970): System, Norm und ‚Rede‘, in: Petersen, Uwe (Hrsg.): Sprache. Strukturen und Funktionen. XII Aufsätze zur Allgemeinen und Romanischen Sprachwissenschaft (= Tübinger Beiträge zur Linguistik; Bd. 2), Tübingen, 193–212.
- Coseriu, Eugenio (2007): Textlinguistik. Eine Einführung (= Tübinger Beiträge zur Linguistik; Bd. 500), Tübingen.
- De Beaugrande, Robert-Alain/Dressler, Wolfgang Ulrich (1981): Einführung in die Textlinguistik (= Konzepte der Sprach- und Literaturwissenschaft; Bd. 28), Tübingen.
- Dedova, Ol’ga V. (2008): Teorija giperteksta i gipertekstovye praktiki v Runete, Moskau.
- Diekmannshenke, Hajo/Klemm, Michael/Stöckl, Hartmut (Hrsg.) (2011): Bildlinguistik. Theorien – Methoden – Fallbeispiele (= philologische Studien und Quellen; Bd. 228), Berlin.

- Dittmar, Norbert (1989): Soziolinguistischer Stilbegriff am Beispiel der Ethnographie einer Fußballmannschaft, in: *Zeitschrift für Germanistik* 10/4, 423–444.
- Dittmar, Norbert (1997): Grundlagen der Soziolinguistik – Ein Arbeitsbuch mit Aufgaben (= Konzepte der Sprach- und Literaturwissenschaft; Bd. 57), Tübingen.
- Dokulil, Miloš (1971 [1952]): Zur Frage der Norm der Schriftsprache und ihrer Kodifizierung, in: *Stilistik und Soziolinguistik. Beiträge der Prager Schule zur strukturellen Sprachbetrachtung und Sprecherziehung. Zusammengestellt und eingeleitet von Eduard Beneš und Josef Vachek (= Berichte und Untersuchungen aus der Arbeitsgemeinschaft für Linguistik und für Didaktik der deutschen Sprache und Literatur. Serie A, Berichte; Bd. 1), 94–101.*
- Doležel, Lubomír/Kraus, Jiří (1972): Prague School Stylistics, in: Kachru, Braj/Stahlke, Herbert (Hrsg.): *Current Trends in Stylistics (= Papers in Linguistics. Monograph Series; Bd. 2), Edmonton, 37–44.*
- Dubois, Jacques/Edeline, Francis/Klinkenberg, Jean-Marie/Minguet, Philippe/Pire, François/Trinon, Hadelin (1974 [1970]): *Allgemeine Rhetorik. Übersetzt und herausgegeben von Armin Schütz (= UTB; Bd. 128), München.*
- Duden (o.J.): <http://www.duden.de/>, zuletzt aufgerufen am 13.03.2017.
- Duma, Ulrike/Hecht, Heiko (2006): Die Benutzerfreundlichkeit der Homepages deutscher Universitäten: Ein Internet Usability Vergleich (= Mainz Experimental Psychology Reports; Nr. 1), Mainz.
- Dürscheid, Christa/Brommer, Sarah (2009): Getippte Dialoge in den neuen Medien. Sprachkritische Aspekte und Analysen, in: *Linguistik online* 37/1, 3–20.
- Dynkowska, Malgorzata (2012): Web-Usability aus linguistischer Sicht am Beispiel von bibliothekarischen Webangeboten (= *Linguistische Untersuchungen; Bd. 2*), Gießen.
- Eckkrammer, Eva Martha/Eder, Hildegund Maria (2000): (Cyber) Diskurs zwischen Konvention und Revolution. Eine multilinguale textlinguistische Analyse von Gebrauchstextsorten im realen und virtuellen Raum (= *Studien zur romanischen Sprachwissenschaft und interkulturellen Kommunikation; Bd. 2*), Frankfurt/Main.

- Eckkrammer, Eva Martha/Held, Gudrun (Hrsg.) (2006): Textsemiotik. Studien zu multimodalen Texten (= Sprache im Kontext; Bd. 23), Frankfurt/Main.
- Ehlich, Konrad (2007): Sprache und sprachliches Handeln, Berlin.
- Eimermacher, Karl (1981): Einige Bemerkungen zum Charakter der sowjetischen Semiotik (Moskauer und Tartuer Schule) unter besonderer Berücksichtigung der Begriffe ‚Modell‘ und ‚Welt-Modell‘ in der Literaturwissenschaft, in: Lange-Seidl, Annemarie (Hrsg.): Zeichenkonstitution. Akten des 2. Semiotischen Kolloquiums. Regensburg 1978. Band I (= Grundlagen der Kommunikation. Bibliotheksausgabe), Berlin, 31–40.
- Emmerling, Tanja (2007): Corporate Identity und ihre länderspezifischen Realisierungen. Am Beispiel der italienisch-, portugiesisch- und spanischsprachigen Websites von Aventis (= Europäische Kulturen in der Wirtschaftskommunikation; Bd. 10), Wiesbaden.
- Enkvist, Nils Erik (1972): Versuche zu einer Bestimmung des Sprachstils: Ein Essay in angewandter Sprachwissenschaft, in: Spencer, John (Hrsg.): Linguistik und Stil, Heidelberg, 8–54.
- Eroms, Hans-Werner (2000): Der Beitrag der Prager Schule zur Textlinguistik, in: Brinker, Klaus/Antos, Gerd/Heinemann, Wolfgang/Sager, Sven (Hrsg.): Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung. 1. Halbband (= Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft; Bd. 16), Berlin, 36–43.
- Expert RA (2012): Rejting VUZov Rossii, 2012g. Pozicii samych krupnych vuzov v Rossii (s čislennost'ju studentov svyše 20 tys. čel.) [<http://raexpert.ru/rankingtable/university/2012/tab02/>, zuletzt aufgerufen am 11.03.2017].
- Feilke, Helmuth (2000): Die pragmatische Wende in der Textlinguistik, in: Brinker, Klaus/Antos, Gerd/Heinemann, Wolfgang/Sager, Sven (Hrsg.): Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung. 1. Halbband (= Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft; Bd. 16), Berlin, 64–82.
- Feilke, Helmuth/Linke, Angelika (2009): Oberfläche und Performanz – Zur Einleitung, in: Linke, Angelika/Feilke, Helmuth (Hrsg.): Oberfläche und Performanz. Untersuchungen zur Sprache als dynamischer

- Gestalt (= Reihe Germanistische Linguistik; Bd. 283), Tübingen, 3–17.
- Feuß, Sebastian (2013): Auf den ersten Blick. Wie Medieninhalte wahrgenommen und rezipiert werden, Wiesbaden. Rezensiert durch Karstens, Eric (2014), in: Medienwissenschaft 1, 54–56.
- Figge, Udo (2000): Die kognitive Wende in der Textlinguistik, in: Brinker, Klaus/Antos, Gerd/Heinemann, Wolfgang/Sager, Sven (Hrsg.): Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung. 1. Halbband (= Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft; Bd. 16), Berlin, 96–104.
- Fix, Ulla (1987): Erwartung in der Linguistik – Anmerkungen zum Verhältnis von Erwartung, Norm und Adäquatheit, in: Beiträge zur Erforschung der deutschen Sprache 7, 63–80.
- Fix, Ulla (1991): Unikalität von Texten und Relativität von Stilmustern, in: Beiträge zur Erforschung der deutschen Sprache 10, 51–60.
- Fix, Ulla (2001): Zugänge zu Stil als semiotisch komplexer Einheit. Thesen, Erläuterungen und Beispiele, in: Jakobs, Eva-Maria/Rothkegel, Anneli (Hrsg.): Perspektiven auf Stil (= Reihe Germanistische Linguistik; Bd. 226), Tübingen, 113–126.
- Fix, Ulla (2008): Textsorte – Textmuster – Textmuster Mischung. Konzept und Analysebeispiele, in: Fix, Ulla (Hrsg.): Texte und Textsorten – sprachliche, kommunikative und kulturelle Phänomene (= Sprachwissenschaft; Bd. 5), Berlin, 65–82.
- Fix, Ulla (2009): Muster und Abweichung in Rhetorik und Stilistik, in: Fix, Ulla/Gardt, Andreas/Knape, Joachim (Hrsg.): Rhetorik und Stilistik. Ein internationales Handbuch historischer und systematischer Forschung. 2. Halbband (= Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft; Bd. 31), Berlin, 1300–1315.
- Fix, Ulla (2014): Aktuelle Tendenzen des Textsortenwandels – Thesenpapier, in: Hauser, Stefan/Kleinberger, Ulla/Roth, Kersten Sven (Hrsg.): Musterwandel – Sortenwandel. Aktuelle Tendenzen der diachronen Text(sorten)linguistik (= Sprache in Kommunikation und Medien; Bd. 3), Bern, 15–48.
- Fix, Ulla/Adamzik, Kirsten/Antos, Gerd/Klemm, Michael (Hrsg.) (2002): Brauchen wir einen neuen Textbegriff? Antworten auf eine Preisfrage (= Forum Angewandte Linguistik; Bd. 40), Frankfurt/Main.

- Fix, Ulla/Poethe, Hannelore/Yos, Gabriele (2003): Textlinguistik und Stilistik für Einsteiger. Ein Lehr- und Arbeitsbuch. Unter Mitarbeit von Ruth Geier (= Leipziger Skripten. Einführungs- und Übungsbücher; Bd. 1), Frankfurt/Main.
- Fleischer, Helmut (1980): Über die normative Kraft im Wirklichen, in: Honneth, Axel/Jaeggi, Urs (Hrsg.): Theorien des historischen Materialismus. Arbeit, Handlung, Normativität (= Suhrkamp-Taschenbuch Wissenschaft; Bd. 321), 402–422.
- Fleischer, Michael (1989): Die sowjetische Semiotik. Theoretische Grundlagen der Moskauer und Tartuer Schule (= Probleme der Semiotik; Bd. 9), Tübingen.
- Fleischer, Michael (1998): Die Schule von Moskau und Tartu, in: Posner, Roland/Robering, Klaus/Sebeok, Thomas (Hrsg.): Semiotik. Ein Handbuch zu den zeichentheoretischen Grundlagen von Natur und Kultur. 2. Teilband (= Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft; Bd. 13), Berlin, 2289–2300.
- Franke, Wilhelm (1991): Linguistische Texttypologie, in: Brinker, Klaus (Hrsg.): Aspekte der Textlinguistik (= Germanistische Linguistik; Bd. 106/107), Hildesheim, 157–182.
- Fries, Norbert (2005): Kognitive Linguistik, in: Glück, Helmut (Hrsg.): Metzler Lexikon Sprache, Stuttgart, 326.
- Fritz, Gerd (1999): Coherence in Hypertext, in: Bublitz, Wolfram/Lenk, Uta/Ventola, Eija (Hrsg.): Coherence in spoken and written discourse. How to create it and how to describe it. Selected papers from the International Workshop on Coherence, Augsburg, 24-27 April 1997 (= Pragmatics & Beyond. New Series; Bd. 63), Amsterdam, 221–232.
- Früchtl, Christiane/Peters, Anja (2014): ibi Website Ranking 2014. Beratungsqualität und Usability im Internet-Vertrieb von Banken und Sparkassen, Regensburg.
- Gloy, Klaus (1997): Sprachnormen als ‚Institutionen im Reich der Gedanken‘ und die Rolle des Individuums in Sprachnormierungsprozessen, in: Mattheier, Klaus J. (Hrsg.): Norm und Variation (= Forum Angewandte Linguistik; Bd. 32), Frankfurt/Main, 27–36.
- Gloy, Klaus (2004): Norm, in: Ammon, Ulrich/Dittmar, Norbert/Mattheier, Klaus J./Trudgill, Peter (Hrsg.): Soziolinguistik. Ein inter-

- nationales Handbuch zur Wissenschaft von Sprache und Gesellschaft. 1. Band (= Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft; Bd. 3), Berlin, 392–399.
- Gorzka, Gabriele/Lanzendorf, Ute (Hrsg.) (2006): Russlands Hochschulen und Forschungseinrichtungen auf dem Weg nach Europa. Eine aktuelle Bestandsaufnahme (= Ost-West-Dialog; Bd. 9), Kassel.
- Grice, H. Paul (1975): Logic and Conversation, in: Cole, Peter/Morgan, Jerry L. (Hrsg.): Speech acts (= Syntax and Semantics; Bd. 3), New York, 41–58.
- Große, Franziska (2011): Bild-Linguistik. Grundbegriffe und Methoden der linguistischen Bildanalyse in Text- und Diskursumgebungen (= Germanistische Arbeiten zu Sprache und Kulturgeschichte; Bd. 50), Frankfurt/Main.
- Grucza, Sambor/Hansen-Schirra, Silvia (Hrsg.) (2016): Eyetracking and Applied Linguistics (= Translation and Multilingual Natural Language Processing; Bd. 2), Berlin.
- Gullikson, Shelley/Blades, Ruth/Bragdon, Marc/McKibbon, Shelley/Sparling, Marnie/Toms, Elaine G. (1999): The impact of information architecture on academic web site usability, in: The Electronic Library 17/5, 293–304.
- Hagemann, Jörg (2007): Typographie und logisches Textdesign, in: Roth, Kersten Sven/Spitzmüller, Jürgen (Hrsg.): Textdesign und Textwirkung in der massenmedialen Kommunikation, Konstanz, 77–91.
- Hahn, Martin (2015): Webdesign. Das Handbuch zur Webgestaltung, Bonn.
- Hartmann, Anne (Hrsg.) (2000): Kraftproben. Zum russischen Hochschulwesen und Wissenschaftsbetrieb der neunziger Jahre, Bochum.
- Hartung, Wolfdietrich (1977): Zum Inhalt des Normbegriffs in der Linguistik, in: Normen in der sprachlichen Kommunikation (= Sprache und Gesellschaft; Bd. 11), Berlin, 9–69.
- Hartung, Wolfdietrich (2000): Kommunikationsorientierte und handlungstheoretisch ausgerichtete Ansätze, in: Brinker, Klaus/Antos, Gerd/Heinemann, Wolfgang/Sager, Sven (Hrsg.): Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer

- Forschung. 1. Halbband (= Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft; Bd. 16), Berlin, 83–96.
- Harweg, Roland (1968): Pronomina und Textkonstitution (= *Poetica*. Beihefte; Bd. 2), München.
- Harweg, Roland (2000): Strukturalistische Linguistik und Textanalyse, in: Brinker, Klaus/Antos, Gerd/Heinemann, Wolfgang/Sager, Sven (Hrsg.): Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung. 1. Halbband (= Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft; Bd. 16), Berlin, 28–36.
- Havránek, Bohuslav (1976 [1932]): Die Aufgaben der Literatursprache und der Sprachkultur, in: Scharnhorst, Jürgen/Ising, Erika (Hrsg.): Grundlagen der Sprachkultur. Beiträge der Prager Linguistik zur Sprachtheorie und Sprachpflege. Teil 1 (= Sprache und Gesellschaft; Bd. 8), Berlin, 103–149.
- Havránek, Bohuslav (1976 [1942]): Die funktionale Schichtung der Literatursprache, in: Scharnhorst, Jürgen/Ising, Erika (Hrsg.): Grundlagen der Sprachkultur. Beiträge der Prager Linguistik zur Sprachtheorie und Sprachpflege. Teil 1 (= Sprache und Gesellschaft; Bd. 8), Berlin, 150–161.
- Havránek, Bohuslav (1982 [1936]): Zum Problem der Norm in der heutigen Sprachwissenschaft und Sprachkultur, in: Steger, Hugo (Hrsg.): Soziolinguistik. Ansätze zur soziolinguistischen Theoriebildung (= Wege der Forschung; Bd. 344), Darmstadt, 289–296.
- Heinemann, Wolfgang (2000a): Aspekte der Textsortendifferenzierung, in: Brinker, Klaus/Antos, Gerd/Heinemann, Wolfgang/Sager, Sven (Hrsg.): Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung. 1. Halbband (= Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft; Bd. 16), Berlin, 523–546.
- Heinemann, Wolfgang (2000b): Textsorte – Textmuster – Texttyp, in: Brinker, Klaus/Antos, Gerd/Heinemann, Wolfgang/Sager, Sven (Hrsg.): Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung. 1. Halbband (= Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft; Bd. 16), Berlin, 507–523.
- Heinemann, Wolfgang (2008): Textpragmatische und kommunikative Ansätze, in: Janich, Nina (Hrsg.): Textlinguistik. 15 Einführungen, Tübingen, 113–143.

- Heinemann, Wolfgang (2009): Stilistische Phänomene auf der Ebene des Textes, in: Fix, Ulla/Gardt, Andreas/Knape, Joachim (Hrsg.): Rhetorik und Stilistik. Ein internationales Handbuch historischer und systematischer Forschung. 2. Halbband (= Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft; Bd. 31), Berlin, 1610–1630.
- Heinemann, Margot/Heinemann, Wolfgang (2002): Grundlagen der Textlinguistik. Interaktion – Text – Diskurs (= Reihe Germanistische Linguistik; Bd. 230), Tübingen.
- Heuer, Steffan (2005): Online in die Vergangenheit, in: *Technology Review* 1, 92–95.
- Hjelmslev, Louis (1974 [1942]): Langue et parole, in: Barth, Erhard (Hrsg.): Louis Hjelmslev. Aufsätze zur Sprachwissenschaft, Stuttgart, 44–55.
- Hjelmslev, Louis (1974 [1943]): Prolegomena zu einer Sprachtheorie. Übersetzt von Rudi Keller, Ursula Scharf und Georg Stötzel, München.
- Huber, Oliver (2003): Hyper-Text-Linguistik. TAH: Ein textlinguistisches Analysemodell für Hypertexte. Theoretisch und praktisch exemplifiziert am Problemfeld der typisierten Links von Hypertexten im World Wide Web, München.
- Intemann, Frauke (2002): Kommunikation – Hypertext – Design. Eine Untersuchung zur Struktur und Optimierung hypermedialer Lernumgebungen (= Internationale Hochschulschriften; Bd. 396), Münster.
- Internet Archive (o.J.): <https://archive.org/>, zuletzt aufgerufen am 30.11.2016.
- Ivanov, Vjačeslav V. (1977 [1965]): The Role of Semiotics in the Cybernetic Study of Man and Collective, in: Lucid, Daniel (Hrsg.): *Soviet Semiotics. An anthology edited, translated, and with an introduction by Daniel P. Lucid*, Baltimore, 27–38.
- Ivanov, Vjačeslav V. (1986 [1962]): Einleitung zum Sammelband „Symposium zur strukturellen Erforschung von Zeichensystemen“, in: Eimermacher, Karl (Hrsg.): *Semiotica Sovietica 1. Sowjetische Arbeiten der Moskauer und Tartuer Schule zu sekundären modellbildenden Zeichensystemen (1962–1973)* (= Aachener Studien zur Semiotik und Kommunikationsforschung; Bd. 5), Aachen, 71–79.

- Jakobs, Eva-Maria (2004): Hypertextsorten, in: Zeitschrift für germanistische Linguistik 31/2, 232–252.
- Jakobs, Eva-Maria (2005): Bewertungsperspektiven auf Websites, in: Schütz, Astrid/Habscheid, Stephan/Holly, Werner/Krems, Josef/Voß, Günther (Hrsg.): Neue Medien im Alltag: Befunde aus den Bereichen Arbeit, Lernen und Freizeit (= DFG-Forschergruppe Neue Medien im Alltag; Bd. 6), 71–86.
- Jakobs, Eva-Maria/Lehnen, Katrin (2005): Hypertext – Klassifikation und Evaluation, in: Siever, Torsten/Schlobinski, Peter/Runkehl, Jens (Hrsg.): Websprache.net. Sprache und Kommunikation im Internet (= Linguistik – Impulse & Tendenzen; Bd. 10), Berlin, 159–184.
- Jakobs, Eva-Maria/Lehnen, Katrin (2006): Linguistische Aspekte der Website-Evaluation. Sprachwissenschaftliche Anforderungen und Verfahren im Nutzertest, in: Androutsopoulos, Jannis/Runkehl, Jens/Schlobinski, Peter/Siever, Torsten (Hrsg.): Neuere Entwicklungen in der linguistischen Internetforschung. Zweites internationales Symposium zur gegenwärtigen Forschung über computervermittelte Kommunikation. Universität Hannover. 4.-6. Oktober 2004 (= Germanistische Linguistik; Bd. 186/187), Hildesheim, 263–282.
- Kabatek, Johannes (2015): Warum die „zweite Historizität“ eben doch die zweite ist – von der Bedeutung von Diskurstraditionen für die Sprachbetrachtung, in: Lebsanft, Franz/Schrott, Angela (Hrsg.): Diskurse, Texte, Traditionen. Modelle und Fachkulturen in der Diskussion (= Sprache in kulturellen Kontexten; Bd. 2), Bonn, 49–62.
- Kallmeyer, Werner (1994): Das Projekt „Kommunikation in der Stadt“, in: Kallmeyer, Werner (Hrsg.): Kommunikation in der Stadt. Teil 1. Exemplarische Analysen des Sprachverhaltens in Mannheim (= Schriften des Instituts für deutsche Sprache; Bd. 4), Berlin, 1–38.
- Keller, Rudi (1994): Sprachwandel. Von der unsichtbaren Hand in der Sprache (= UTB für Wissenschaft; Bd. 1567), Tübingen.
- Keller, Rudi (1995): Zeichentheorie. Zu einer Theorie semiotischen Wissens (= UTB für Wissenschaft; Bd. 1849), Tübingen.
- Knape, Joachim (2005): Rhetorik und neue Medien, in: Jäckel, Michael/Haase, Frank (Hrsg.): In medias res. Herausforderung Informationsgesellschaft, München, 133–151.

- Koch, Peter (1997): Diskurstraditionen: zu ihrem sprachtheoretischem Status und ihrer Dynamik, in: Frank, Barbara/Haye, Thomas/Topfink, Doris (Hrsg.): Gattungen mittelalterlicher Schriftlichkeit (= Script-Oralia; Bd. 99), Tübingen, 43–79.
- Koch, Peter/Oesterreicher, Wulf (1994): Schriftlichkeit und Sprache, in: Günther, Hartmut/Ludwig, Otto (Hrsg.): Schrift und Schriftlichkeit. Ein interdisziplinäres Handbuch internationaler Forschung. 1. Halbband (= Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft; Bd. 10), Berlin, 587–604.
- Kollmann, Tobias (2013): Online-Marketing. Grundlagen der Absatzpolitik in der Net Economy (= Kohlhammer Edition Marketing), Stuttgart.
- Kožina, Margarita N. (1993): Stilistika ruskogo jazyka (= Učebnik dlja pedagogičeskich institutov), Moskau.
- Krefeld, Thomas/Pustka, Elissa (Hrsg.) (2014): Perzeptive Linguistik: Phonetik, Semantik, Varietäten (= Zeitschrift für Dialektologie und Linguistik – Beihefte; Bd. 157), Stuttgart.
- Kress, Gunther/Van Leeuwen, Theo (1996): Reading Images. The Grammar of Visual Design, London.
- Kretschmer, Anna (1999): Norm und Sprachkultur, in: Jachnow, Helmut (Hrsg.): Handbuch der sprachwissenschaftlichen Russistik und ihrer Grenzdisziplinen (= Slavistische Studienbücher /Neue Folge; Bd. 8), Wiesbaden, 639–659.
- Kristeva, Julia (1972 [1967]): Bachtin, das Wort, der Dialog und der Roman, in: Ihwe, Jens (Hrsg.): Literaturwissenschaft und Linguistik. Ergebnisse und Perspektiven. Band 3: Zur linguistischen Basis der Literaturwissenschaft II (= Ars Poetica/Texte; Bd. 8), Frankfurt/Main, 345–375.
- Kroeber-Riel, Werner (1996): Bildkommunikation. Imagerystrategien für die Werbung, München.
- Krug, Steve (2000): Don't Make Me Think! A Common Sense Approach to Web Usability, Indianapolis.
- Kuebart, Friedrich (2002): Von der Perestrojka zur Transformation. Berufsausbildung und Hochschulwesen in Rußland und Ostmitteleuropa, Leipzig.

- Kuhlen, Rainer (1991): *Hypertext. Ein nicht-lineares Medium zwischen Buch und Wissensbank*, Berlin.
- Küpper, Reiner (2008): *Angewandte Hypertext-Rhetorik. Studien zur Kommunikationsqualität von Lern- und Informationshypertexten*, Duisburg.
- Kuße, Holger (2007): *Unternehmensphilosophien: McDonald's und Ikea (Die russischen, tschechischen und polnischen Internetauftritte im Vergleich)*, in: Doleschal, Ursula/Hoffmann, Edgar/Reuther, Tillmann (Hrsg.): *Sprache und Diskurs in Wirtschaft und Gesellschaft: Slawistische Perspektiven (= Wiener Slawistischer Almanach; Sonderband 66)*, München, 155–178.
- Lakoff, George (1987): *Women, Fire, and Dangerous Things. What Categories Reveal about the Mind*, Chicago.
- Lamprecht, Rolf-Rainer (2008): *Zum spielerischen Umgang mit der Sprache in der russischen Internetkommunikation*, in: Nagórko, Alicja/Heyl, Sonja/Graf, Elena (Hrsg.): *Sprache und Gesellschaft. Festschrift für Wolfgang Gladrow (= Berliner Slawistische Arbeiten; Bd. 33)*, Frankfurt/Main, 477–488.
- Lekomcev, Jurij K. (1977 [1973]): *Foundations of General Semiotics*, in: Lucid, Daniel (Hrsg.): *Soviet Semiotics. An anthology edited, translated, and with an introduction by Daniel P. Lucid*, Baltimore, 39–44.
- Leont'ev, Aleksej N. (1979): *Tätigkeit, Bewusstsein, Persönlichkeit (= Beiträge zur Psychologie; Bd. 1)*, Berlin.
- Lewis, David (1975): *Konventionen. Eine sprachphilosophische Abhandlung*, Berlin.
- Liebich, Olga (2007): *Zur Entwicklung der Auffassung von der Sprachnorm und der Kodifizierung in der sowjetischen und russischen Sprachwissenschaft. Dissertation zur Erlangung des philosophischen Doktorgrades an der Philosophischen Fakultät der Georg-August-Universität Göttingen, Göttingen* [<https://ediss.uni-goettingen.de/handle/11858/00-1735-0000-0006-AED0-0>, zuletzt aufgerufen am 02.02.2017].
- Linke, Angelika/Feilke, Helmuth (Hrsg.) (2009): *Oberfläche und Performanz. Untersuchungen zur Sprache als dynamischer Gestalt (= Reihe Germanistische Linguistik; Bd. 283)*, Tübingen.

- Lotman, Jurij M. (1967): Tezisy k probleme „iskusstvo v rjadu modelirujuščich sistem“, in: Trudy po znakovym sistemam III, Tartu, 130–145.
- Lotman, Jurij M. (1972 [1964]): Vorlesungen zu einer strukturalen Poetik. Einführung, Theorie des Verses. Herausgegeben und mit einem Nachwort versehen von Karl Eimermacher (= Theorie und Geschichte der Literatur und der schönen Künste; Bd. 14), München.
- Lotman, Jurij M. (1990): *Universe of the Mind. A Semiotic Theory of Culture*, London.
- Lotman, Jurij M./Pjatigorskij, Aleksandr M. (1977 [1968]): Text and Function, in: Lucid, Daniel (Hrsg.): *Soviet Semiotics. An Anthology* edited, translated, and with an introduction by Daniel P. Lucid, Baltimore, 125–135.
- Lotman, Jurij M./Uspenskij, Boris A./Ivanov, Vjačeslav V./Toporov, Vladimir N./Pjatigorskij, Aleksandr M. (1986 [1973]): Thesen zur semiotischen Erforschung der Kultur (in Anwendung auf slawische Texte), in: Eimermacher, Karl (Hrsg.): *Semiotica Sovietica 1. Sowjetische Arbeiten der Moskauer und Tartuer Schule zu sekundären modellbildenden Zeichensystemen (1962–1973)* (= Aachener Studien zur Semiotik und Kommunikationsforschung; Bd. 5), Aachen, 85–118.
- Lucid, Daniel (1977): Introduction, in: Lucid, Daniel (Hrsg.): *Soviet Semiotics. An anthology* edited, translated, and with an introduction by Daniel P. Lucid, Baltimore, 1–23.
- Mangasser-Wahl, Martina (1996): Eine Chronologie der Entstehung und Entwicklung der Prototypentheorie, in: *Jahrbuch der ungarischen Germanistik 1996*, 83–100.
- Mangasser-Wahl, Martina (2000): Roschs Prototypentheorie – Eine Entwicklung in drei Phasen, in: Mangasser-Wahl, Martina (Hrsg.): *Prototypentheorie in der Linguistik. Anwendungsbeispiele – Methodenreflexion – Perspektiven* (= Stauffenburg-Linguistik), Tübingen, 15–31.
- Mathesius, Vilém (1929): Zur Satzperspektive im modernen Englisch, in: *Archiv für das Studium der neueren Sprachen und Literaturen* 84, 202–210.
- Mautner, Gerlinde (2005): The entrepreneurial university. A discursive profile of a higher education buzzword, in: *Critical Discourse Studies* 2.2, 95–120.

- Mehler, Alexander/Sharoff, Serge/Santini, Marina (Hrsg.) (2010): *Genres on the Web. Computational Models and Empirical Studies* (= Text, Speech and Language Technology; Bd. 42), Dordrecht.
- Meier-Schuegraf, Stefan (2006): *Websites – Versuch einer (online) diskursorientierten Typologisierung*, in: Androutsopoulos, Jannis/Runkehl, Jens/Schlobinski, Peter/Siever, Torsten (Hrsg.): *Neuere Entwicklungen in der linguistischen Internetforschung. Zweites internationales Symposium zur gegenwärtigen Forschung über computervermittelte Kommunikation*. Universität Hannover. 4.–6. Oktober 2004 (= Germanistische Linguistik; Bd. 186/187), Hildesheim, 161–183.
- Meister, Stefan (2007a): *Russlands Hochschulpolitik zwischen Wettbewerb und staatlicher Kontrolle*, in: *Russland-Analysen* 132, 4–12.
- Meister, Stefan (2007b): *Russland und der Bologna-Prozess*, in: *Russland-Analysen* 132, 12f.
- Meister, Stefan (2008): *Das postsowjetische Universitätswesen zwischen nationalem und internationalem Wandel. Die Entwicklung der regionalen Hochschule in Russland als Gradmesser der Systemtransformation* (= *Soviet and Post-Soviet Politics and Society*; Bd. 85), Stuttgart.
- Meister, Stefan (2009): *Föderale Hochschulen – Russlands neue Kaderschmieden?*, in: *Russland-Analysen* 185, 2–8.
- Ministerstvo Obrazovanija i Nauki Rossijskoj Federacii (o.J.a): 5-100 [<http://5top100.ru/>, zuletzt aufgerufen am 11.03.2017].
- Ministerstvo Obrazovanija i Nauki Rossijskoj Federacii (o.J.b): *Opornyje University* [<http://опорныйуниверситет.рф/about>, zuletzt aufgerufen am 11.03.2017].
- Morkes, John/Nielsen, Jakob (1997): *Concise, SCANNABLE, and Objective: How to Write for the Web* [<https://www.nngroup.com/articles/concise-scannable-and-objective-how-to-write-for-the-web/>, zuletzt aufgerufen am 06.01.2017].
- Morris, Charles W. (1988 [1938]): *Grundlagen der Zeichentheorie. Ästhetik der Zeichentheorie*, Frankfurt/Main.
- Motsch, Wolfgang/Viehweger, Dieter (1981): *Sprachhandlung, Satz und Text*, in: Rosengren, Inger (Hrsg.): *Sprache und Pragmatik*.

- Lunder Symposium 1980 (= Lunder germanistische Forschungen; Bd. 50), Malmö, 125–153.
- Nielsen, Jakob (2000): Why You Only Need to Test with 5 Users [<https://www.nngroup.com/articles/why-you-only-need-to-test-with-5-users/>], zuletzt aufgerufen am 12.11.2016].
- Nielsen, Jakob (2001): Designing Web Usability, München.
- Nielsen, Jakob/Budiu, Raluca (2013): Mobile Usability. Für iPhone, iPad, Android und Kindle, Heidelberg.
- Nielsen, Jakob/Loranger, Hoa (2006): Web Usability, München.
- Nielsen, Jakob/Tahir, Marie (2002): Homepage Usability. 50 enttarnte Websites, München.
- Nöth, Winfried (2000): Handbuch der Semiotik, Stuttgart.
- Nöth, Winfried (2009): Stil als Zeichen, in: Fix, Ulla/Gardt, Andreas/Knape, Joachim (Hrsg.): Rhetorik und Stilistik. Ein internationales Handbuch historischer und systematischer Forschung. 2. Halbband (= Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft; Bd. 31), Berlin, 1178–1196.
- Nussbaumer, Markus (1991): Was Texte sind und wie sie sein sollen: Ansätze zu einer sprachwissenschaftlichen Begründung eines Kriterienrasters zur Beurteilung von schriftlichen Schülertexten (= Reihe Germanistische Linguistik; Bd. 119), Tübingen.
- Oesterreicher, Wulf (1997): Zur Fundierung von Diskurstraditionen, in: Frank, Barbara/Haye, Thomas/Tophinke, Doris (Hrsg.): Gattungen mittelalterlicher Schriftlichkeit (= ScriptOralia; Bd. 99), Tübingen, 19–41.
- Ohnheiser, Ingeborg (1999): Funktionale Stilistik, in: Jachnow, Helmut (Hrsg.): Handbuch der sprachwissenschaftlichen Russistik und ihrer Grenzdisziplinen (= Slavistische Studienbücher /Neue Folge; Bd. 8), Wiesbaden, 660–686.
- Ong, Walter (1987): Oralität und Literalität. Die Technologisierung des Wortes, Opladen.
- Ožegow, Sergej I. (1974): Leksikologija, leksikografija, kul'tura reči, Moskau.
- Pankow, Christiane (1998): Zeichenkonzeptionen in Rhetorik, Stilistik und Poetik vom 19. Jahrhundert bis zur Gegenwart, in: Posner, Roland/Robering, Klaus/Sebeok, Thomas (Hrsg.): Semiotik. Ein

- Handbuch zu den zeichentheoretischen Grundlagen von Natur und Kultur. 2. Teilband (= Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft; Bd. 13), Berlin, 1601–1625.
- Peirce, Charles S. (1932 [o.J.]/CP 2): *Collected Papers of Charles Sanders Peirce*. Edited by Charles Hartshorne and Paul Weiss. Volume II. *Elements of Logic*, Cambridge.
- Peirce, Charles S. (1983 [1903]): *Phänomen und Logik der Zeichen*. Herausgegeben und übersetzt von Helmut Pape (= Suhrkamp Taschenbuch Wissenschaft; Bd. 425), Frankfurt/Main.
- Pjatigorskij, Alexandr M. (1962): *Nekotorye obščie zamečanija otnositel'no rassmotrenija teksta kak raznovidnosti signala*, in: *Strukturno-tipologičeskie issledovanija*. Sbornik statej, Moskau, 144–154.
- Pollach, Irene (2005): *Corporate self-presentation on the WWW. Strategies for enhancing usability, credibility and utility*, in: *Corporate Communications: An International Journal* 10/4, 285–301.
- Poock, Michael C./Lefond, Dennis (2001): *How College-Bound Prospects Perceive University Web Sites: Findings, Implications, and Turning Browsers into Applicants*, in: *College & University Journal* 77/1, 15–21.
- Pursiainen, Christer/Medvedev, Sergey (Hrsg.) (2005): *The Bologna-Process and its Implications for Russia. The European Integration of Higher Education*, Moskau.
- Püschel, Ulrich (1997): „Puzzle-Texte“ – Bemerkungen zum Textbegriff, in: Antos, Gerd/Tietz, Heike: *Die Zukunft der Textlinguistik. Traditionen, Transformationen, Trends* (= Reihe Germanistische Linguistik; Bd. 188), 27–41.
- Püschel, Ulrich (2000): *Text und Stil*, in: Brinker, Klaus/Antos, Gerd/Heinemann, Wolfgang/Sager, Sven (Hrsg.): *Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung*. 1. Halbband (= Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft; Bd. 16), Berlin, 473–489.
- Rathmayr, Renate (1988): *Russische Werbetexte: Illokutionsstrukturen und textuelle Grundfunktionen*, in: Raecke, Jochen (Hrsg.): *Slavistische Linguistik 1987. Referate des XIII. Konstanzer Slavistischen Arbeitstreffens*. Tübingen, 22.-25.9.1987 (= Slavistische Beiträge; Bd. 230), München, 349–374.

- Rehbock, Helmut (2005): Prototyp, in: Glück, Helmut (Hrsg.): Metzler Lexikon Sprache, Stuttgart, 519.
- Rehder, Peter (1995): Standardsprache: Versuch eines dreistufigen Modells, in: Die Welt der Slaven. Internationale Halbjahresschrift für Slavistik 40, 352–366.
- Rehm, Georg (2007): Hypertextsorten. Definition – Struktur – Klassifikation, Norderstedt.
- Reng, Barbara (2005): Nutzerorientiertes Webdesign von Hochschulsites am Beispiel der Universität Regensburg, Regensburg.
- Riesel, Elise (1975): Grundsatzfragen der Funktionalstilistik, in: Linguistische Probleme der Textanalyse. Jahrbuch 1973 des Instituts für deutsche Sprache (= Sprache der Gegenwart; Bd. 35), Düsseldorf, 36–53.
- Riffaterre, Michael (1973): Strukturelle Stilistik (= List Taschenbücher der Wissenschaft; Bd. 1422), München.
- Rolf, Eckard (1993): Die Funktionen der Gebrauchstextsorten (= Grundlagen der Kommunikation und Kognition), Berlin.
- [Rosch] Heider, Eleanor (1972): Universals in color naming a memory, in: Journal of Experimental Psychology 93, 10–20.
- Rosch, Eleanor (1977): Human Categorization, in: Studies in Cross-Cultural Psychology 1, 1–49.
- Rosch, Eleanor/Mervis, Carolyn (1975): Family resemblance: Studies in the internal structure of categories, in: Cognitive Psychology 7, 573–605.
- Rosso, Mark (2005): Using Genre to Improve Web Search. A dissertation submitted to the faculty of the University of North Carolina at Chapel Hill in partial fulfillment of the requirement for the degree of Doctor of Philosophy in the School of Information and Library Science, Chapel Hill [<https://pdfs.semanticscholar.org/aa25/926da1cdc165ffe57fc3163f52b10b65ac66.pdf>, zuletzt aufgerufen am 05.01.2017].
- Rothkegel, Anneli (1997): Textproduktion mit Hypertext, in: Knorr, Dagmar/Jakobs, Eva-Maria (Hrsg.): Textproduktion in elektronischen Umgebungen (= Textproduktion und Medium; Bd. 2), Frankfurt/Main, 191–204.

- Rothkegel, Annely (2001): Stil und/oder Design, in: Jakobs, Eva-Maria/Rothkegel, Annely (Hrsg.): Perspektiven auf Stil (= Reihe Germanistische Linguistik; Bd. 226), Tübingen, 77–87.
- Runkehl, Jens (2005): Text-Bild-Konstellationen, in: Siever, Torsten/Schlobinski, Peter/Runkehl, Jens (Hrsg.): Websprache.net. Sprache und Kommunikation im Internet (= Linguistik – Impulse & Tendenzen; Bd. 10), Berlin, 202–218.
- Runkehl, Jens/Schlobinski, Peter/Siever, Torsten (1998): Sprache und Kommunikation im Internet. Überblick und Analysen, Wiesbaden.
- Sachs-Hombach, Klaus (Hrsg.) (2005): Bildwissenschaft zwischen Reflexion und Anwendung, Köln.
- Sager, Sven (2000): Hypertext und Hypermedia, in: Brinker, Klaus/Antos, Gerd/Heinemann, Wolfgang/Sager, Sven (Hrsg.): Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung. 1. Halbband (= Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft; Bd. 16), Berlin, 587–603.
- Sánchez Prieto, Raúl (2011): Unternehmenswebseiten kontrastiv. Eine sprachwissenschaftlich motivierte und praxisorientierte Vorgehensweise für eine kontrastive Analyse deutscher, spanischer und französischer Unternehmenswebseiten (= Europäische Studien zur Textlinguistik; Bd. 10), Tübingen.
- Sanders, Willy (2003): Über WAS und WIE und andere W-Fragen, in: Barz, Irmhild/Lerchner, Gotthard/Schröder, Marianne (Hrsg.): Sprachstil – Zugänge und Anwendungen. Ulla Fix zum 60. Geburtstag (= Sprache – Literatur und Geschichte. Studien zur Linguistik/Germanistik; Bd. 25), Heidelberg, 269–275.
- Sandig, Barbara (1972): Zur Differenzierung gebrauchssprachlicher Textsorten, in: Gülich, Elisabeth/Raible, Wolfgang (Hrsg.): Textsorten. Differenzierungskriterien aus linguistischer Sicht (= Athenäum-Skripten Linguistik; Bd. 5), Frankfurt/Main, 113–124.
- Sandig, Barbara (1986): Stilistik der deutschen Sprache (= Sammlung Göschen; Bd. 2229), Berlin.
- Sandig, Barbara (2000): Text als prototypisches Konzept, in: Mangasser-Wahl, Martina (Hrsg.): Prototypentheorie in der Linguistik. Anwendungsbeispiele – Methodenreflexion – Perspektiven (= Stauffenburg-Linguistik), Tübingen, 93–112.

- Sandig, Barbara (2006): *Textstilistik des Deutschen* (= de Gruyter Studienbuch), Berlin. Rezensiert durch Feilke, Helmuth (2009), in: *Zeitschrift für Rezensionen zur germanistischen Sprachwissenschaft* 1/2, 258–265.
- Sandig, Barbara (2008): *Stil als kognitives Phänomen*, in: Fix, Ulla/Gardt, Andreas/Knape, Joachim (Hrsg.): *Rhetorik und Stilistik. Ein internationales Handbuch historischer und systematischer Forschung*. 1. Halbband (= *Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft*; Bd. 31), Berlin, 1106–1119.
- Sandig, Barbara (2009): *Handlung (Intention, Botschaft, Rezeption) als Kategorie der Stilistik*, in: Fix, Ulla/Gardt, Andreas/Knape, Joachim (Hrsg.): *Rhetorik und Stilistik. Ein internationales Handbuch historischer und systematischer Forschung*. 2. Halbband (= *Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft*; Bd. 31), Berlin, 1335–1347.
- Saussure, Ferdinand de (2001 [1931]): *Grundfragen der allgemeinen Sprachwissenschaft*. Herausgegeben von Charles Bally und Albert Sechehaye unter Mitwirkung von Albert Riedlinger. Übersetzt von Herman Lommel (= de Gruyter Studienbuch), Berlin.
- Schildhauer, Peter (2016): *The Personal Weblog. A Linguistic History* (= *Hallesche Sprach- und Textforschung*; Bd. 14), Frankfurt/Main.
- Schirnhöfer, Michaela (2010): *Textdesign von nicht-linearen Texten in der massenmedialen Kommunikation. Vorläufer, Erscheinungsformen und Wirkungen – Textfunktion zwischen Information und Appellation* (= *Europäische Hochschulschriften. Reihe I. Deutsche Sprache und Literatur*; Bd. 1996), Frankfurt/Main.
- Schmid, Hans-Jörg (1998): *Zum kognitiven Kern der Prototypentheorie*, in: *Rostocker Beiträge zur Sprachwissenschaft* 5 (1998), 9–28.
- Schmid, Hans-Jörg (2000): *Methodik der Prototypentheorie*, in: Mangasser-Wahl, Martina (Hrsg.): *Prototypentheorie in der Linguistik. Anwendungsbeispiele – Methodenreflexion – Perspektiven* (= *Stauffenburg-Linguistik*), Tübingen, 33–53.
- Schmitz, Ulrich (2003): *Deutsche Schriftsprache in hypermedialer Umgebung. Technisch motivierter Sprachwandel zwecks effizienter Ordnung komplexer Sinnfragmente*, in: *Zeitschrift für Germanistische Linguistik* 31/2, 253–273.

- Schmitz, Ulrich (2006): Schriftbildschirme. Tertiäre Schriftlichkeit im World Wide Web, in: Androutsopoulos, Jannis/Runkehl, Jens/Schlobinski, Peter/Siever, Torsten (Hrsg.): Neuere Entwicklungen in der linguistischen Internetforschung. Zweites internationales Symposium zur gegenwärtigen Forschung über computervermittelte Kommunikation. Universität Hannover. 4.-6. Oktober 2004 (= Germanistische Linguistik; Bd. 186/187), Hildesheim, 184–208.
- Schmitz, Ulrich (2007): Schlesen. Text-Bild-Gestalten in massenmedialer Kommunikation, in: Roth, Kersten Sven/Spitzmüller, Jürgen (Hrsg.): Textdesign und Textwirkung in der massenmedialen Kommunikation, Konstanz, 93–108.
- Schnupp, Peter (1992): Hypertext (= Handbuch der Informatik; Bd. 10.1), München.
- Schröder, Tilman (2013): Marketingstrategien auf Unternehmenswebsites im internationalen Vergleich. Eine hypertextlinguistische und kulturkontrastive Analyse kommerzieller Websites aus Deutschland, Frankreich, Spanien, Großbritannien und den USA (= Tübinger Beiträge zur Linguistik; Bd. 540), Tübingen.
- Schumacher, Peter (2009): Rezeption als Interaktion. Wahrnehmung und Nutzung multimodaler Darstellungsformen im Online-Journalismus (= Internet Research; Bd. 36), Baden-Baden.
- Schütte, Daniela (2004): Homepages im World Wide Web. Eine interlinguale Untersuchung zur Textualität in einem globalen Medium (= Germanistische Arbeiten zu Sprache und Kulturgeschichte; Bd. 44), Frankfurt/Main.
- Schwarz, Monika (1992): Einführung in die kognitive Linguistik (= UTB für Wissenschaft; Bd. 1636), Tübingen.
- Searle, John (1969): *Speech Acts. An Essay in the Philosophy of Language*, Cambridge.
- Searle, John (1976): *A Taxonomy of Illocutionary Acts* (Reprinted from *Minnesota Studies in the Philosophy of Science*, Vol. 6), Trier.
- Selting, Margret (1997): Interaktionale Stilistik: Methodologische Aspekte der Analyse von Sprechstilen, in: Selting, Margret/Sandig, Barbara (Hrsg.): *Sprech- und Gesprächsstile*, Berlin, 9–43.
- Sheperd, Michael/Watters, Carolyn (1998): The Evolution of Cybergenres, in: *Proceedings of the Thirty-First Hawaii International*

- Conference on Systems Sciences. Volume II. Digital Documents Track, 97–103.
- Siever, Christina Margrit (2015): Multimodale Kommunikation im Social Web. Forschungsansätze und Analysen zu Text-Bild-Relationen (= Sprache – Medien – Innovationen; Bd. 8), Frankfurt/Main.
- Sonnenhauser, Barbara (2012): Subjektivität der Sprache und sprachliche Subjektivität. Dargestellt am Beispiel des Makedonischen, Bulgarischen und Russischen (= Specimina Philologiae Slavicae; Bd. 170), München.
- Spillner, Bernd (1979): Vom Leser zum Autor. Versuch einer linguistischen Analyse von Günter Eichs Gedicht „Strandgut“, in: Jahrbuch für Internationale Germanistik XI, 148–153.
- Spillner, Bernd (1995): Stilsemiotik, in: Stickel, Gerhard (Hrsg.): Stilfragen (= Jahrbuch des Instituts für Deutsche Sprache 1994), 62–93.
- Spillner, Bernd (2009): Verfahren stilistischer Textanalyse, in: Fix, Ulla/Gardt, Andreas/Knape, Joachim (Hrsg.): Rhetorik und Stilistik. Ein internationales Handbuch historischer und systematischer Forschung. 2. Halbband (= Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft; Bd. 31), Berlin, 1739–1782.
- Spitzer, Leo (1928): Stilstudien (zwei Bände), München.
- Spitzmüller, Jürgen (2009): Typographisches Wissen. Die Oberfläche als semiotische Ressource, in: Linke, Angelika/Feilke, Helmuth (Hrsg.): Oberfläche und Performanz. Untersuchungen zur Sprache als dynamischer Gestalt (= Reihe Germanistische Linguistik; Bd. 283), Tübingen, 459–486.
- Stich, Alexandr (1974): Sprachnorm und Kodifizierung der Sprache in der sozialistischen Gesellschaft, in: Theoretische und empirische Probleme bei der Untersuchung der sprachlichen Kommunikation (II) (= Linguistische Studien; Reihe A; Arbeitsberichte 9), Berlin, 1–17.
- Stöckl, Hartmut (1997): Werbung in Wort und Bild. Textstil und Semiotik englischsprachiger Anzeigenwerbung (= Europäische Hochschulschriften. Reihe XIV. Angelsächsische Sprache und Literatur; Bd. 336), Frankfurt/Main.

- Stöckl, Hartmut (2004): Die Sprache im Bild – Das Bild in der Sprache. Zur Verknüpfung von Sprache und Bild im massenmedialen Text (= Linguistik – Impulse und Tendenzen; Bd. 3), Berlin.
- Stöckl, Hartmut (2006): Zeichen, Text und Sinn – Theorie und Praxis der multimodalen Textanalyse, in: Eckkrammer, Eva Martha/Held, Gudrun (Hrsg.): Textsemiotik. Studien zu multimodalen Texten (= Sprache im Kontext; Bd. 23), Frankfurt/Main, 11–36.
- Stöckl, Hartmut (2011): Sprache-Bild-Texte lesen. Bausteine zur Methodik einer Grundkompetenz, in: Diekmannshenke, Hajo/Klemm, Michael/Stöckl, Hartmut (Hrsg.): Bildlinguistik. Theorien – Methoden – Fallbeispiele (= Philologische Studien und Quellen; Bd. 228), Berlin, 45–70.
- Storrer, Angelika (2000): Was ist „hyper“ am Hypertext?, in: Kallmeyer, Werner (Hrsg.): Sprache und neue Medien. Jahrbuch des Instituts für deutsche Sprache 1999, Berlin, 222–249.
- Storrer, Angelika (2001a): Schreiben, um besucht zu werden. Textgestaltung fürs World Wide Web, in: Bucher, Hans-Jürgen/Püschel, Ulrich (Hrsg.): Die Zeitung zwischen Print und Digitalisierung, Wiesbaden, 173–205.
- Storrer, Angelika (2001b): Neue Medien – neue Stilfragen. Das World Wide Web unter stilistischer Perspektive, in: Jakobs, Eva-Maria/Rothkegel, Annely (Hrsg.): Perspektiven auf Stil (= Reihe Germanistische Linguistik; Bd. 226), Tübingen, 89–111.
- Storrer, Angelika (2003): Kohärenz in Hypertexten, in: Zeitschrift für germanistische Linguistik 31/2, 274–292.
- Storrer, Angelika (2004a): Hypertext und Texttechnologie, in: Knapp, Karlfried/Becker-Mrotzek, Michael/Deppermann, Arnulf/Göpferich, Susanne/Grabowski, Joachim/Klemm, Michael/Villinger, Claudia (Hrsg.): Angewandte Linguistik. Ein Lehrbuch, Tübingen, 207–228.
- Storrer, Angelika (2004b): Text-Bild-Bezüge und Nutzermetaphern im World Wide Web, in: Holly, Werner/Hoppe, Almut/Schmitz, Ulrich (Hrsg.): Sprache und Bild I. Mitteilungen des deutschen Germanistenverbandes 51/1, 40–57.
- Storrer, Angelika (2008): Hypertextlinguistik, in: Janich, Nina (Hrsg.): Textlinguistik. 15 Einführungen, Tübingen, 315–331.

- Storrer, Angelika (2009): Rhetorisch-stilistische Eigenschaften der Sprache des Internets, in: Fix, Ulla/Gardt, Andreas/Knape, Joachim (Hrsg.): Rhetorik und Stilistik. Ein internationales Handbuch historischer und systematischer Forschung, 2. Halbband (= Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft; Bd. 31), Berlin, 2211–2226.
- Storrer, Angelika (2013): Sprachstil und Sprachvariation in sozialen Netzwerken, in: Frank-Job, Barbara/Mehler, Alexander/Sutter, Tilmann (Hrsg.): Die Dynamik sozialer und sprachlicher Netzwerke. Konzepte, Methoden und empirische Untersuchungen an Beispielen des WWW, Wiesbaden, 331–366.
- Šukevičiūtė, Inga (2004): Interkulturelle Interferenzen im Bereich Wirtschaftskommunikation. Zur Analyse von Geschäftsbriefen im Vergleich Deutschland, Litauen und Russland (= Baltische Studien zur Erziehungs- und Sozialwissenschaft; Bd. 10), Frankfurt/Main.
- Survey Monkey (o.J.): <https://www.surveymonkey.de/>, zuletzt aufgerufen am 11.03.2017.
- Teichmann, Christine (2007): Die Hochschultransformation im heutigen Osteuropa. Kontinuität und Wandel bei der Entwicklung des postkommunistischen Universitätswesens (= Soviet and Post-Soviet Politics and Society; Bd. 72), Stuttgart.
- Teichmann, Christine (2008): Akademische Ausbildung in Russland an staatlichen Hochschulen: Auf Kosten des Staates oder gegen Gebühren, in: Russland-Analysen 162, 2–11.
- Teichmann-Nadiraschwili, Christine (2011): Zukunftsstrategie für die russischen Hochschulen: Klasse statt Masse, in: Russland-Analysen 228, 6–9.
- Tolcsvai Nagy, Gábor (1998): Quantity and Style from a Cognitive Point of View, in: Journal of Quantitative Linguistics 5/3, 232–239.
- Tolcsvai Nagy, Gábor (2005): A Cognitive Theory of Style (= Meta-Linguistica; Bd. 17), Frankfurt/Main.
- Tošović, Branko/Wonisch, Arno (Hrsg.) (2016): Interaktion von Internet und Stilistik, Internet und Stil, Graz.
- Uspenskij, Boris A. (1969): Semiotičeskie problemy stilja v lingvističeskom osveščeenii, in: Trudy po znakovym sistemam IV, Tartu, 487–501.
- Van Leeuwen, Theo (2005): Introducing Social Semiotics, London.

- Vater, Heinz (2001): Einführung in die Textlinguistik. Struktur und Verstehen von Texten (= UTB; Bd. 1660), München.
- Verbickaja, Ljudmila A. (2004): Negosudarstvennye vuzy v sovremennoj sisteme vysshego obrazovanija Rossii, in: Lomonossow. DAMU-Hefte 3/2004, 20–27.
- Von Stutterheim, Christiane (1994): Quaestio und Textaufbau, in: Kornadt, Hans-Joachim/Grabowski, Joachim/Mangold-Allwinn, Roland (Hrsg.): Sprache und Kognition. Perspektiven moderner Sprachpsychologie, Heidelberg, 251–272.
- Walsh, Gianfranco/Kilian, Thomas/Hass, Berthold H. (2011): Grundlagen des Web 2.0, in: Walsh, Gianfranco/Kilian, Thomas/Hass, Berthold H. (Hrsg.). Web 2.0. Neue Perspektiven für Marketing und Medien, Berlin, 3–19.
- Wawra, Daniela (2007): Beziehungsgestaltung und „Image-Building“. Das Hypertextdesign der Homepages von Angela Merkel, Tony Blair und George W. Bush, in: Roth, Kersten Sven/Spitzmüller, Jürgen (Hrsg.): Textdesign und Textwirkung in der massenmedialen Kommunikation, Konstanz, 267–289.
- Weidacher, Georg (2007): Politik der Hypermodalität, in: Roth, Kersten Sven/Spitzmüller, Jürgen (Hrsg.): Textdesign und Textwirkung in der massenmedialen Kommunikation, Konstanz, 247–266.
- Wenz, Kathrin (2012): Entstehung neuer Textsorten im Internet – Überlegungen am Beispiel von Weblogs, in: Bedijs, Kristina/Heyder, Karoline Henriette (Hrsg.): Sprache und Personen im Web 2.0. Linguistische Perspektiven auf YouTube, SchülerVZ & Co. (= Hildesheimer Beiträge zur Medienforschung; Bd. 1), Berlin, 153–170.
- Wenz, Kathrin (2017): «Bloguer sa vie». Französische Weblogs im Spannungsfeld zwischen Individualität und Gruppenzugehörigkeit (= VarioLingua. Nonstandard – Standard – Substandard; Bd. 49), Frankfurt/Main.
- Wilhelm, Raymund (2008): Diskurstraditionen, in: Haspelmath, Martin/König, Ekkehard/Oesterreicher, Wulf/Raible, Wolfgang (Hrsg.): Sprachtypologie und sprachliche Universalien. Ein internationales Handbuch. 1. Halbband (= Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft; Bd. 20), Berlin, 467–477.

- Wilhelm, Raymund (2015): Diskurstraditionen und einzelsprachliche Traditionen, in: Lebsanft, Franz/Schrott, Angela (Hrsg.): Diskurse, Texte, Traditionen. Modelle und Fachkulturen in der Diskussion (= Sprache in kulturellen Kontexten; Bd. 2), Bonn, 63–78.
- Wittgenstein, Ludwig (1953): *Philosophical investigations*, Oxford.
- Zankl, Sabrina (2009): *Wirtschaftssprachliche Textanalyse. Russischsprachige Firmenprofile im Internet*. Magisterarbeit, Fakultät für Sprach- und Literaturwissenschaften, Ludwig-Maximilians-Universität München. Münchner Beiträge zur Sprachwissenschaft (Slavistik) [https://epub.ub.uni-muenchen.de/11301/1/Zankl_Sabrina_Wirtschaftssprachliche_Textanalyse.pdf, zuletzt aufgerufen am 26.12.2016].
- Zankl, Sabrina (2013): Hypertexte: Neue Perspektiven für die Stilistik?, in: Sonnenhauser, Barbara/Trautmann, Caroline/Noel Aziz Hanna, Patrizia (Hrsg.): *Perspektiven* (= Diskussionsforum Linguistik in Bayern; Bd. 2), Bamberg, 51–63 [https://epub.ub.uni-muenchen.de/14616/1/Diskussionsforum_Perspektiven_neu.pdf, zuletzt aufgerufen am 26.12.2016].
- Zankl, Sabrina (2014): Semiotische Interaktion auf Websites: ein stilistischer Ansatz, in: Trautmann, Caroline/Noel Aziz Hanna, Patrizia/Sonnenhauser, Barbara (Hrsg.): *Interaktionen* (= Diskussionsforum Linguistik in Bayern; Bd. 3), Bamberg, 153–165 [<https://epub.ub.uni-muenchen.de/18992/1/DF%203%20Interaktionen%2010.3.14.pdf>, zuletzt aufgerufen am 26.12.2016].
- Zankl, Sabrina (2016): Stilwirkung im WWW: Ein linguistischer Beitrag zur Erforschung der Kommunikationsqualität von Websites, in: Holl, Daniel/Noel Aziz Hanna, Patrizia/Sonnenhauser, Barbara/Trautmann, Caroline (Hrsg.): *Variation und Typologie* (= Diskussionsforum Linguistik in Bayern; Bd. 5), Bamberg, 75–89 [https://epub.ub.uni-muenchen.de/28150/1/DF_2016_Variation_und_Typologie_neu.pdf, zuletzt aufgerufen am 26.12.2016].
- Żebrowska, Ewa (2013): *Text – Bild – Hypertext* (= Warschauer Studien zur Germanistik und zur Angewandten Linguistik; Bd. 10), Frankfurt/Main.

- Zernov, Vladimir A. (2004): Sovremennoe sostojanie i perspektivy razvitija negosudarstvennogo sektora vysshego obrazovanija Rossii, in: Lomonossow. DAMU-Hefte 3/2004, 9–19.
- Zhao, Jin (2008): Interkulturalität von Textsortenkonventionen. Vergleich deutscher und chinesischer Kulturstile: Imagebroschüren (= Forum für Fachsprachen-Forschung; Bd. 79), Berlin.

7 Anhang

7.1 Empirische Untersuchung I

7.1.1 Archivierung des Korpus_{basis} im Internet Archive

Website	WWW-Stammdresse	erste Archivierung	Anzahl der Archivierungen (Stand: 20.08.2016)
(1) MGU	http://www.msu.ru/	11.11.1996	1.752
(2) SPBGU	http://spbu.ru/	27.12.1996	1.342
(3) SPBGPU	http://www.spbstu.ru/	08.07.2000	1.187
(4) SFU	http://www.sfu-kras.ru/	07.03.2007	386
(5) TGU	http://www.tsu.ru/	12.12.1998	451
(6) KFU	http://kpfu.ru/	22.11.2011	219
(7) URFU	http://urfu.ru/	01.04.2012	444
(8) JUFU	http://www.sfedu.ru/	20.04.2007	301
(9) NNGU	http://www.unn.ru/	02.04.2001	226
(10) DVFU	https://www.dvfu.ru/	10.06.2006	676
(11) VGU	http://www.vsu.ru/	12.12.1998	435
(12) IRNITU	http://www.istu.edu/	17.01.1999	259
(13) PNIPU	http://pstu.ru/	05.10.2002	195
(14) TIU	http://www.tsogu.ru/ bzw. http://www.tyuiu.ru/	04.10.1999 bzw. 12.04.2016	490 bzw. 6
(15) BELGU	http://www.bsue.edu.ru/	06.12.2000	423

7.1.2 Korpus_{dia}

7.1.2.1 Jahr 2000

1-MGU, Startseite, Stand: 01.03.2000

<https://web.archive.org/web/20000301014729/http://www.msu.ru/russian/index.html> [zuletzt aufgerufen am 27.12.2017].

1-MGU, *Obščaja informacija*, Stand: 03.03.2000

<https://web.archive.org/web/20000303190609/http://www.msu.ru/russian/index.html?file=info/index.html> [zuletzt aufgerufen am 31.08.2016].

2-SPBGU, Startseite, Stand: 10.05.2000

<https://web.archive.org/web/20000510063746/http://www.spbu.ru/> [zuletzt aufgerufen am 27.12.2017].

2-SPBGU, *Istorija*, Stand: 20.08.2000

<https://web.archive.org/web/20000820083447/http://www.spbu.ru/About/> [zuletzt aufgerufen am 31.08.2016].

3-SPBGPU, Startseite/Intro, Stand: 16.08.2000

<https://web.archive.org/web/20000708213314/http://www.spbstu.ru/> [zuletzt aufgerufen am 27.12.2017].

3-SPBGPU, Startseite, Stand: 23.08.2000

https://web.archive.org/web/20000823070934/http://www.spbstu.ru/index_stu.html [zuletzt aufgerufen am 31.08.2016].

3-SPBGPU, *Struktura universiteta*, Stand: 19.09.2000

https://web.archive.org/web/20000919172122/http://www.spbstu.ru/structure_frame.html [zuletzt aufgerufen am 31.08.2016].

5-TGU, Startseite/Intro, Stand: 02.03.2000

<https://web.archive.org/web/20000302191116/http://www.tsu.ru/> [zuletzt aufgerufen am 31.08.2016].

5-TGU, Startseite, Stand: 02.09.2000

<https://web.archive.org/web/20000902060431/http://www.tsu.ru/> [zuletzt aufgerufen am 31.08.2016].

5-TGU, *Rektorat*, Stand: 23.02.2001

<https://web.archive.org/web/20010223174441/http://www.tsu.ru/admin/> [zuletzt aufgerufen am 27.12.2017].

- 11-VGU, Startseite/Intro, Stand: 06.12.2000
<https://web.archive.org/web/20001206134700/http://www.vsu.ru/> [zuletzt aufgerufen am 31.08.2016].
- 11-VGU, Startseite, Stand: 03.02.2001
<https://web.archive.org/web/20010203063800/http://www.vsu.ru/index.html> [zuletzt aufgerufen am 31.08.2016].
- 11-VGU, *Universitet*, Stand: 15.02.2001
<https://web.archive.org/web/20010215173640/http://www.vsu.ru/university/index.html> [zuletzt aufgerufen am 31.08.2016].
- 12-IRNITU, Startseite, Stand: 20.05.2000
<https://web.archive.org/web/20000520092533/http://istu.edu/> [zuletzt aufgerufen am 01.09.2016].
- 14-TJUMGNGU, Startseite/*O TjumGHGU*, Stand: 14.06.2000
<https://web.archive.org/web/20000614172346/http://www.tsogu.ru/> [zuletzt aufgerufen am 01.09.2016].
- 15-BELGU, Startseite, Stand: 06.12.2000
<https://web.archive.org/web/20001206210400/http://www.bsu.edu.ru/> [zuletzt aufgerufen am 01.09.2016].
- 15-BELGU, *Obščaja informacija*, Stand: 05.04.2001
<https://web.archive.org/web/20010405053632/http://www.bsu.edu.ru/Info/Default.asp> [zuletzt aufgerufen am 27.12.2017].

7.1.2.2 Jahr 2005

- 1-MGU, Startseite, Stand: 16.01.2005
<https://web.archive.org/web/20050116012028/http://www.msu.ru/> [zuletzt aufgerufen am 27.12.2017].
- 1-MGU, *Obščie svedenija*, Stand: 04.02.2005
<https://web.archive.org/web/20050204173755/http://www.msu.ru/info/> [zuletzt aufgerufen am 01.09.2016].
- 2-SPBGU, Startseite, Stand: 07.01.2005
<https://web.archive.org/web/20050107043320/http://www.spbu.ru/> [zuletzt aufgerufen am 01.09.2016].
- 2-SPBGU, *Administracija*, Stand: 07.12.2004
<https://web.archive.org/web/20041207231511/http://www.spbu.ru/Structure/> [zuletzt aufgerufen am 27.12.2017].

- 3-SPBGPU, Startseite/Intro, Stand: 12.01.2005
<https://web.archive.org/web/20050112051435/http://www.spbstu.ru> [zuletzt aufgerufen am 27.12.2017].
- 3-SPBGPU, Startseite/*Universitet segodnja*, Stand: 12.01.2005
<https://web.archive.org/web/20050112053235/http://www.spbstu.ru/index.html> [zuletzt aufgerufen am 01.09.2016].
- 5-TGU, Startseite, Stand: 06.02.2005
<https://web.archive.org/web/20050206032035/http://www.tsu.ru/> [zuletzt aufgerufen am 27.12.2017].
- 5-TGU, *Kontaktная informacija*, Stand: 12.12.2004
https://web.archive.org/web/20041212091959/http://www.tsu.ru/WebDesign/TSU/core.nsf/structurl/common_kontakt [zuletzt aufgerufen am 01.09.2016].
- 9-NNGU, Startseite, Stand: 25.09.2006
<https://web.archive.org/web/20060925112224/http://www.unn.ru/> [zuletzt aufgerufen am 02.09.2016].
- 9-NNGU: *Informacija ob NNGU*, Stand: 20.08.2007
<https://web.archive.org/web/20070820053743/http://www.unn.ru/?main=general&sub=brief> [zuletzt aufgerufen am 27.12.2017].
- 11-VGU, Startseite, Stand: 13.06.2005
<https://web.archive.org/web/20050613073826/http://www.vsu.ru/> [zuletzt aufgerufen am 02.09.2016].
- 11-VGU, *Universitet*, Stand: 08.05.2005
<https://web.archive.org/web/20050508152355/http://www.vsu.ru/university/index.html> [zuletzt aufgerufen am 02.09.2016].
- 12-IRNITU, Startseite, Stand: 03.04.2005
<https://web.archive.org/web/20050403173547/http://www.istu.edu/> [zuletzt aufgerufen am 02.09.2016].
- 12-IRNITU, *Administracija*, Stand: 10.04.2005
<https://web.archive.org/web/20050410193102/http://www.istu.edu/administration/index.htm> [zuletzt aufgerufen am 02.09.2016].

- 13-PNIPU, Startseite, Stand: 23.01.2005
<https://web.archive.org/web/20050123082005/http://pstu.ru/>
[zuletzt aufgerufen am 02.09.2016].
- 13-PNIPU, *Struktura*, Stand: 03.02.2005
<https://web.archive.org/web/20050203183001/http://pstu.ru/structure/> [zuletzt aufgerufen am 02.09.2016].
- 14- TJUMGNGU, Startseite, Stand: 25.01.2005
<https://web.archive.org/web/20050125155743/http://tsogu.ru/> [zuletzt aufgerufen am 02.09.2016].
- 15-BELGU, Startseite, Stand: 12.01.2005
<https://web.archive.org/web/20050112083327/http://www.bsu.edu.ru/> [zuletzt aufgerufen am 02.09.2016].
- 15-BELGU, *Informacija*, Stand: 26.12.2004
<https://web.archive.org/web/20041226103537/http://bsu.edu.ru/info/> [zuletzt aufgerufen am 02.09.2016].

7.1.2.3 Jahr 2010

- 1-MGU, Startseite, Stand: 05.02.2010
<https://web.archive.org/web/20100205220451/http://www.msu.ru/> [zuletzt aufgerufen am 02.09.2016].
- 1-MGU, *Obsčie svedenija*, Stand: 08.02.2010
<https://web.archive.org/web/20100208230905/http://www.msu.ru/info> [zuletzt aufgerufen am 02.09.2016].
- 2-SPBGU, Startseite, Stand: 07.02.2010
<https://web.archive.org/web/20100207225548/http://www.spbu.ru/> [zuletzt aufgerufen am 02.09.2016].
- 2-SPBGU, *Naš Universitet*, Stand: 11.02.2010
<https://web.archive.org/web/20100211143515/http://www.spbu.ru/about> [zuletzt aufgerufen am 02.09.2016].
- 3-SPBGPU, Startseite/Intro, Stand: 24.01.2010
<https://web.archive.org/web/20100124160953/http://www.spbstu.ru/> [zuletzt aufgerufen am 02.09.2016].
- 3-SPBGPU, Startseite/*Universitet segodnja*, Stand: 05.01.2010
<https://web.archive.org/web/20100105215020/http://www.spbstu.ru/index.asp> [zuletzt aufgerufen am 02.09.2016].

- 4-SFU, Startseite, Stand: 25.06.2010
<https://web.archive.org/web/20100625002755/http://sfu-kras.ru/> [zuletzt aufgerufen am 27.12.2017].
- 4-SFU, *O vuze*, Stand: 09.06.2010
<https://web.archive.org/web/20100609162236/http://www.sfu-kras.ru/about> [zuletzt aufgerufen am 02.09.2016].
- 5-TGU, Startseite, Stand: 18.01.2010
<https://web.archive.org/web/20100118135246/http://www.tsu.ru/> [zuletzt aufgerufen am 27.12.2017].
- 5-TGU, *Obščie svedenija*, Stand: 09.01.2010
<https://web.archive.org/web/20100109072842/http://www.tsu.ru/WebDesign/tsu/core.nsf/structurl/common> [zuletzt aufgerufen am 02.09.2016].
- 8-JUFU, Startseite, Stand: 27.01.2010
<https://web.archive.org/web/20100127112333/http://www.sfedu.ru/> [zuletzt aufgerufen am 27.12.2017].
- 9-NNGU, Startseite, Stand: 07.02.2010
<https://web.archive.org/web/20100207214821/http://www.unn.ru/> [zuletzt aufgerufen am 02.09.2016].
- 9-NNGU, *Informacija ob NNGU*, Stand: 14.01.2010
<https://web.archive.org/web/20100114233430/http://www.unn.ru/general/brief.html> [zuletzt aufgerufen am 02.09.2016].
- 10-DVFU, Startseite, Stand: 23.09.2011
<https://web.archive.org/web/20110923234846/http://dvfu.ru/> [zuletzt aufgerufen am 02.09.2016].
- 10-DVFU, *O DVFU*, Stand: 27.09.2011
<https://web.archive.org/web/20110927171351/http://dvfu.ru/about/history> [zuletzt aufgerufen am 02.09.2016].
- 11-VGU, Startseite, Stand: 07.01.2010
<https://web.archive.org/web/20100107063713/http://www.vsu.ru/> [zuletzt aufgerufen am 02.09.2016].
- 11-VGU, *Universitet*, Stand: 10.01.2010
<https://web.archive.org/web/20100110021742/http://www.vsu.ru/russian/university/index.html> [zuletzt aufgerufen am 02.09.2016].

- 12-IRNITU, Startseite, Stand: 27.05.2010
<https://web.archive.org/web/20100527085129/http://www.istu.edu/ru> [zuletzt aufgerufen am 02.09.2016].
- 12-IRNITU, *Rektor*, Stand: 27.05.2010
<https://web.archive.org/web/20100527095802/http://www.istu.edu/ru/about/golovnykh.html> [zuletzt aufgerufen am 02.09.2016].
- 13-PNIPU, Startseite, Stand: 09.08.2011
<https://web.archive.org/web/20110809145542/http://pstu.ru/> [zuletzt aufgerufen am 27.12.2017].
- 13-PNIPU, *Obščie svedenija*, Stand: 27.09.2011
<https://web.archive.org/web/20110927103203/http://pstu.ru/basic/information/> [zuletzt aufgerufen am 02.09.2016].
- 14-TJUMGNGU, Startseite, Stand: 05.01.2010
<https://web.archive.org/web/20100105203844/http://www.tsogu.ru/> [zuletzt aufgerufen am 02.09.2016].
- 14-TJUMGNGU, *Universitet*, Stand: 04.01.2010
<https://web.archive.org/web/20100104021054/http://www.tsogu.ru/university/> [zuletzt aufgerufen am 02.09.2016].
- 15-BELGU, Startseite/Intro, Stand: 06.01.2010
<https://web.archive.org/web/20100106014143/http://www.bsu.edu.ru/> [zuletzt aufgerufen am 02.09.2016].
- 15-BELGU, Startseite, Stand: 26.07.2010
<https://web.archive.org/web/20100723105930/http://www.bsu.edu.ru:80/bsu/> [zuletzt aufgerufen am 27.12.2017].
- 15-BELGU, *Informacija*, Stand: 23.07.2010
<https://web.archive.org/web/20100726082830/http://www.bsu.edu.ru/bsu/info/> [zuletzt aufgerufen am 02.09.2016].
- 7.1.2.4 Jahr 2016
- 1-MGU, Startseite, Stand: 26.08.2016
<https://web.archive.org/web/20160826165208/http://www.msu.ru/> [zuletzt aufgerufen am 28.12.2017].
- 1-MGU, *Obščie svedenija*, Stand: 02.09.2016
<https://web.archive.org/web/20160902093336/http://www.msu.ru:80/info> [zuletzt aufgerufen am 28.12.2017].

- 2-SPBGU, Startseite, Stand: 26.08.2016
<https://web.archive.org/web/20160826165206/http://spbu.ru/>
[zuletzt aufgerufen am 28.12.2017].
- 2-SPBGU, *Naš Universitet*, Stand: 27.08.2016
<https://web.archive.org/web/20160827160358/http://spbu.ru:80/about-us.html> [zuletzt aufgerufen am 28.12.2017].
- 3-SPBGPU, Startseite, Stand: 26.08.2016
<https://web.archive.org/web/20160826232354/http://www.spbstu.ru:80/> [zuletzt aufgerufen am 27.12.2017].
- 3-SPBGPU, *Universitet*, Stand: 02.09.2016
<https://web.archive.org/web/20160902004004/http://www.spbstu.ru:80/university> [zuletzt aufgerufen am 28.12.2017].
- 4-SFU, Startseite, Stand: 26.08.2016
<https://web.archive.org/web/20160826165400/http://www.sfu-kras.ru/> [zuletzt aufgerufen am 28.12.2017].
- 4-SFU, *O vuze*, Stand: 06.08.2016
<https://web.archive.org/web/20160806154415/http://about.sfu-kras.ru:80/> [zuletzt aufgerufen am 27.12.2017].
- 5-TGU, Startseite, Stand: 24.08.2016
<https://web.archive.org/web/20160824071202/http://www.tsu.ru:80/> [zuletzt aufgerufen am 27.12.2017].
- 5-TGU, *Universitet*, Stand: 27.08.2016
<https://web.archive.org/web/20160827110039/http://www.tsu.ru:80/university> [zuletzt aufgerufen am 28.12.2017].
- 6-KFU, Startseite, Stand: 26.08.2016
<https://web.archive.org/web/20160826165438/https://kpfu.ru/> [zuletzt aufgerufen am 28.12.2017].
- 6-KFU, *Sajt rektora*, Stand: 16.08.2016
<https://web.archive.org/web/20160816075408/http://kpfu.ru/rector> [zuletzt aufgerufen am 27.12.2017].
- 7-URFU, Startseite, Stand: 26.08.2016
<https://web.archive.org/web/20160826075647/http://urfu.ru/>
[zuletzt aufgerufen am 28.12.2017].
- 7-URFU, *Ob universitete*, Stand: 21.08.2016
<https://web.archive.org/web/20160821053157/http://urfu.ru:80/ru/about/> [zuletzt aufgerufen am 28.12.2017].

- 8-JUFU, Startseite, Stand: 26.08.2016
<https://web.archive.org/web/20160826071333/http://www.sfedu.ru/> [zuletzt aufgerufen am 28.12.2017].
- 8-JUFU, *Universitet*, Stand: 02.09.2016
<https://web.archive.org/web/20160902004004/http://www.spbstu.ru:80/university%20> [zuletzt aufgerufen am 28.12.2017].
- 9-NNGU, Startseite, Stand: 26.08.2016
<https://web.archive.org/web/20160826165208/http://www.unn.ru/> [zuletzt aufgerufen am 28.12.2017].
- 9-NNGU, *Ob universitete*, Stand: 02.09.2016
<https://web.archive.org/web/20160902052542/http://www.unn.ru:80/site/about> [zuletzt aufgerufen am 28.12.2017].
- 10-DVFU, Startseite, Stand: 26.08.2016
<https://web.archive.org/web/20160826165328/https://www.dvfu.ru/> [zuletzt aufgerufen am 28.12.2017].
- 10-DVFU, *Universitet*, Stand: 06.08.2016
<https://web.archive.org/web/20160806191523/https://www.dvfu.ru/about/> [zuletzt aufgerufen am 28.12.2017].
- 11-VGU, Startseite, Stand: 11.08.2016
<https://web.archive.org/web/20160826165213/http://www.vsu.ru/> [zuletzt aufgerufen am 04.09.2016].
- 11-VGU, *Istorija*, Stand: 26.08.2016
<https://web.archive.org/web/20160811051515/http://www.vsu.ru/russian/university/history.html> [zuletzt aufgerufen am 04.09.2016].
- 12-IRNITU, Startseite, Stand: 26.08.2016
<https://web.archive.org/web/20160826180252/http://www.istu.edu/> [zuletzt aufgerufen am 27.12.2017]./
- 12-IRNITU, *Ob universitete*, Stand: 30.07.2016
<https://web.archive.org/web/20160730184951/http://www.istu.edu:80/sveden/default> [zuletzt aufgerufen am 28.12.2017].
- 13-PNIPU, Startseite, Stand: 26.08.2016
<https://web.archive.org/web/20160826180154/http://pstu.ru/> [zuletzt aufgerufen am 28.12.2017].

- 13-PNIPU, *Univerzitet*, Stand: 21.08.2016
<https://web.archive.org/web/20160821133516/http://pstu.ru/manage/rectorat/> [zuletzt aufgerufen am 28.12.2017].
- 14-TIU, Startseite, Stand: 21.08.2016
<https://web.archive.org/web/20160821201058/http://www.tyuiu.ru/> [zuletzt aufgerufen am 28.12.2017].
- 14-TIU, *Svedenija ob obrazovatel'noj organizaciji*, Stand: 23.08.2016
<https://web.archive.org/web/20160823030309/http://www.tyuiu.ru:80/sveden/> [zuletzt aufgerufen am 28.12.2017].
- 15-BELGU, Startseite, Stand: 26.08.2016
<https://web.archive.org/web/20160826165254/http://www.bsu.edu.ru/bsu/> [zuletzt aufgerufen am 28.12.2017].
- 15-BELGU, *Informacija*, Stand: 01.09.2016
<https://web.archive.org/web/20160901115437/http://www.bsu.edu.ru/bsu/info/today/> [zuletzt aufgerufen am 28.12.2017].

7.2 Empirische Untersuchung II

7.2.1 Korpus_{syn}

7.2.1.1 Bewertung des Zutreffens der typischen Performanzmerkmale pro Website (Skala: 1 bis 5)

Merkmal	Website														
	1-MGU	2-SPBGU	3-SPBGPU	4-SFU	5-TGU	6-KFU	7-URFU	8-JUFU	9-NINGU	10-DVUFU	11-VGU	12-IRNITU	13-PNIPU	14-TIU	15-BELGU
1) verschiedene navigatorische Zugänge zum Inhalt	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	5	5	5
2) Navigations- und Orientierungshilfen	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	3	3	5	5	5
3) kurze, inhaltlich abgeschlossene Informationseinheiten auf allen Ebenen	3	4	3	4	2	4	2	2	5	4	3	3	5	5	3
4) Querverweise auf Mikro- bzw. Mesoebene	3	2	5	5	2	3	2	4	3	5	2	2	2	2	5
5) Anpassungsmöglichkeiten der formalen Textpräsentation durch Funktionalitäten	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	3	3	5	3	5
6) personalisierte Bereiche	1	5	1	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5
7) Angabe von Kontaktmöglichkeiten	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
8) flächenmäßige (quantitative) Dominanz nonverbaler Elemente	4	2	5	5	5	5	5	4	5	5	2	5	3	2	2
9) (operativ-) funktionale nonverbale Gestaltung	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
10) (operativ-) funktionale paraverbale Gestaltung	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5
11) Einbindung verschiedener nonverbaler Zeichenarten	5	1	5	5	5	5	2	5	5	4	4	3	3	3	3
Durchschnittswert	4,0	3,6	4,5	4,8	4,4	4,5	4,0	4,4	4,6	4,7	3,1	3,9	4,4	4,1	4,4

7.2.1.2 Bewertung des Zutreffens der typischen Performanzmerkmale pro Merkmal (Skala: 1 bis 5)

Merkmal	Website														Durchschnittswert	
	1-MGU	2-SPBGU	3-SPBGPU	4-SFU	5-TGU	6-KFU	7-URFU	8-JUFU	9-NNGU	10-DVUFU	11-VGU	12-IRNITU	13-PNIPU	14-TIU		15-BELGU
1) verschiedene navigatorische Zugänge zum Inhalt	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	5	5	5	4,6
2) Navigations- und Orientierungshilfen	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	3	3	5	5	5	4,5
3) kurze, inhaltlich abgeschlossene Informationseinheiten auf allen Ebenen	3	4	3	4	2	4	2	2	5	4	3	3	5	5	3	3,5
4) Querverweise auf Mikro- bzw. Mesebene	3	2	5	5	2	3	2	4	3	5	2	2	2	2	5	3,1
5) Anpassungsmöglichkeiten der formalen Textpräsentation durch Funktionalitäten	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	3	3	5	3	5	4,1
6) personalisierte Bereiche	1	5	1	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5	4,2
7) Angabe von Kontaktmöglichkeiten	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4,9
8) flächenmäßige (quantitative) Dominanz nonverbaler Elemente	4	2	5	5	5	5	5	4	5	5	2	5	3	2	2	3,9
9) (operativ-) funktionale nonverbale Gestaltung	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4,9
10) (operativ-) funktionale paraverbale Gestaltung	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	4,8
11) Einbindung verschiedener nonverbaler Zeichenarten	5	1	5	5	5	5	2	5	5	4	4	3	3	3	3	3,9

7.2.1.3 Bewertung des Zutreffens der typischen Performanzmerkmale pro Website, doppelte Gewichtung zentraler Merkmale (Skala: 1 bis 5)

Merkmal	Website														
	1-MGU	2-SPBGU	3-SPBGPU	4-SFU	5-TGU	6-KFU	7-URFU	8-JUFU	9-NNGU	10-DVFU	11-VGU	12-IRNITU	13-PNIPU	14-TIU	15-BELGU
1) verschiedene navigatorische Zugänge zum Inhalt	8	8	10	10	10	10	10	10	10	10	4	8	10	10	10
2) Navigations- und Orientierungshilfen	10	10	10	10	10	8	8	8	10	10	6	6	10	10	10
3) kurze, inhaltlich abgeschlossene Informationseinheiten auf allen Ebenen	3	4	3	4	2	4	2	2	5	4	3	3	5	5	3
4) Querverweise auf Mikro- bzw. Mesoebene	3	2	5	5	2	3	2	4	3	5	2	2	2	2	5
5) Anpassungsmöglichkeiten der formalen Textpräsentation durch Funktionalitäten	8	8	10	8	8	10	8	8	10	8	6	6	10	6	10
6) personalisierte Bereiche	2	10	2	10	10	10	10	10	6	10	6	10	10	10	10
7) Angabe von Kontaktmöglichkeiten	10	10	10	10	10	8	10	10	10	10	10	10	10	10	10
8) flächenmäßige (quantitative) Dominanz nonverbaler Elemente	4	2	5	5	5	5	5	4	5	5	2	5	3	2	2
9) (operativ-) funktionale nonverbale Gestaltung	10	6	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
10) (operativ-) funktionale paraverbale Gestaltung	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	4	10	10	10	10
11) Einbindung verschiedener nonverbaler Zeichenarten	5	1	5	5	5	5	2	5	5	4	4	3	3	3	3
Durchschnittswert	4,1	3,9	4,4	4,8	4,6	4,6	4,3	4,5	4,7	4,8	3,2	4,1	4,6	4,3	4,6

7.2.1.4 Ergebnis: Korpus_{syn}

12-IRNITU, Stand: 26.08.2016

<https://web.archive.org/web/20160826180252/http://www.istu.edu/> [zuletzt aufgerufen am 27.12.2017].

11-VGU, Stand: 26.08.2016

<https://web.archive.org/web/20160826165213/http://www.vsu.ru/> [zuletzt aufgerufen am 04.09.2016].

4-SFU, Stand: 26.08.2016

<https://web.archive.org/web/20160826165400/http://www.sfu-kras.ru/> [zuletzt aufgerufen am 28.12.2017].

7.2.2 Fragebogen, Umfrageergebnisse

Der Fragebogen und eine detaillierte Darstellung der Umfrageergebnisse ist auf dem Server der Universitätsbibliothek der Ludwig-Maximilians-Universität unter der Adresse <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:bvb:19-216626> abrufbar.

Die Nutzung der globalen Informations- und Kommunikationsplattform *World Wide Web* ist aus unserem Alltag längst nicht mehr wegzudenken. Neben verschiedensten Akteuren weltweit sind auch Universitäten und Hochschulen, die sich in einem zunehmend intensiven Wettbewerbsumfeld behaupten müssen, durch virtuelle Präsenzen, *Websites*, online vertreten.

Am Beispiel der Internetauftritte 15 russischer Hochschulen untersucht die Autorin die Entwicklung der Website-Performanz von 2000 bis 2016 und zeigt auf, wie diese sich in experimentellen Stadien nach und nach von einem am Umgang mit Printmedien verhafteten Textverständnis lösten und mit dem Erproben und Festigen WWW-adäquater Handlungsstrategien immer mehr zu dynamischen, zielgruppensensitiven Vermittlungsinstanzen zwischen Hochschule und Website-Besuchern wurden.

Inwiefern die untersuchten Websites den textsortenspezifischen Erwartungen der Zielgruppe im Jahr 2016 entsprechen und welche Wirkung sie auf sie ausüben, überprüft die sich daran anschließende Rezipientenstudie zur semiotisch-kommunikativen Qualität der Website-Performanz, die als Stil gefasst wird. Letztere liefert dabei nicht nur konkrete Erkenntnisse für die Qualitätssicherung der Websites russischer Hochschulen, sondern schlägt gleichzeitig einen praxistauglichen methodischen Leitfaden zur empirischen Untersuchung der Website-Wirkung vor, den auch andere Institutionen zur Evaluation und Optimierung ihres Internetauftritts im Sinne eines wirksamen Selbstmarketing-Instruments nutzen können.

23,40 €

ISBN 978-3-95925-075-7

