

Beat Suter

**ohne Titel**

2000-06-20

<https://doi.org/10.25969/mediarep/17371>

Veröffentlichungsversion / published version  
Zeitschriftenartikel / journal article

**Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:**

Suter, Beat: ohne Titel. In: *Dichtung Digital. Journal für Kunst und Kultur digitaler Medien*. Nr. 12, Jg. 2 (2000-06-20), Nr. 5, S. 1–2. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/17371>.

**Nutzungsbedingungen:**

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

**Terms of use:**

This document is made available under a creative commons - Attribution - Share Alike 4.0/ License. For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Von Beat Suter

Nr. 12 – 20.06.2000

Der Cyberspace, wie er sich heute präsentiert, ist als eine "offene Baustelle" zu verstehen, auf der haufenweise kreative Prozesse ablaufen. Hyperfictions mit ihren experimentellen Konzeptionen gehören zu den neuen Türmen und Verliesen, die auf dieser Baustelle in einem ungewöhnlichen, ständigen Auf- und Abbauen entstehen. Hyperfiction und Netzliteratur sollten deshalb vorläufig unter dem Aspekt des Experimentellen betrachtet werden. Die entstehenden literarischen Entwürfe und Hybridformen eröffnen ein spannendes und weites Experimentierfeld, das neue Grenzziehungen verlangt, seine Konturen jedoch noch herausarbeiten muss.

1. Text im Internet nimmt keine eindeutig prioritäre Stellung mehr ein, so könnte man meinen, wenn man all die Bildchen, Animatiönchen, Filmchen und "E-Commerce-Angebote" betrachtet. Denn der Text hat sich mittlerweile brav neben Bild, Ton und Animation als gleicher Partner eingereiht. Doch die "Klickibunti" allein machen noch keinen gelungenen Abend. Wie wichtig Text im Netz noch immer ist, zeigt sich in einer neuen Studie der Augenfixierungen von Online-Nachrichten-Lesern.

Die Stanford University hat im Poynter Project die Augenbewegungen von Online-News-Lesern untersucht und nach 24 000 Mausclicks und 600 000 Augenfixierungen festgestellt, dass die Mehrheit der Leser sich zuerst auf Text fixiert und nicht auf Bilder. Erstaunlich auch, dass 75 Prozent der Leser die ganze Textlänge eines Online-Artikels lesen, Zeitungsleser brechen viel öfter ihre Lektüre ab. Die Folgerung: Text ist im Internet nach wie vor viel wichtiger als oft angenommen wird.

2. Der Hyperfiction-Autor ist ein universaler Künstler: Schriftsteller, Programmierer und Gestalter in einem. Ein Universalgenie wie im 18. Jahrhundert? Er beherrscht nicht nur das theoretische Instrumentarium der neuesten Kommunikations- und Medientheorien, sondern ist stark praxisorientiert und verknüpft sowohl computertechnologische als auch soziale und künstlerisch-ästhetische Kompetenz.

Hinzuzufügen ist hier vielleicht noch: Der Autor hat teilweise auch keine Wahl; er muss die wichtigsten Tools kennenlernen und mit ihnen umgehen können, will er denn vorwärts kommen – und sobald er einmal damit

begonnen hat, kann er nicht mehr aufhören, denn nun muss er mit den Software-Entwicklungen Schritt halten.

3. Hyperfiction als Genre steckt in einer experimentellen Frühphase und sollte immer unter dem Aspekt des Experimentellen betrachtet werden. Man darf schlichtweg nicht mit dem althergebrachten Verständnis an die Sache gehen, dass mit den Hyperfictions perfekte, abgeschlossene Meisterwerke entstehen, sondern muss immer Offenes, Unfertiges und Experimentelles erwarten, bzw. man muss eine Verlagerung der Erwartung einkalkulieren, nämlich vom Autor weg zum Leser oder Nutzer hin.
4. Pauschal formuliert begegnen wir heute in den Hyperfictions einem Sender als Herausgeber oder Produzenten, der mittels Schreiben und Programmieren das Regelwerk und die narrativen Möglichkeiten des virtuellen Fiktionsraumes entwickelt, und einem Empfänger, der als "Performer" eine aktive Rolle einnimmt und eine Geschichte "nachschreibt".