

# Wissenserwerb, Navigationsverhalten und Blickbewegungen bei Text und Hypertext

*Anja Naumann<sup>1</sup>, Jacqueline Waniek & Josef F. Krems*

Studien, die Text und Hypertext hinsichtlich Wissenserwerb und Informationssuche vergleichen, berichten recht unterschiedliche Befunde. In Bezug auf den Wissenserwerb schneidet der lineare Text jedoch tendenziell besser ab als der Hypertext oder zumindest gleich gut. Probleme bei Hypertexten bereiten größtenteils die Orientierung, die Navigation und die Schwierigkeit, einen Überblick über das gesamte Material zu erhalten.

Ziel unserer Forschung ist es daher, ein Design für Hypertexte herauszuarbeiten, das dem Leser eine bestmögliche Hilfe zur Orientierung und zum Aufbau adäquater Wissensstrukturen bietet.

In einer ersten Untersuchung dazu wurden selbst konstruierte Hypertexte mit elektronischen linearen Texten hinsichtlich Wissenserwerb, Navigationsverhalten und Blickbewegungen verglichen. Im ersten Telexperiment lasen 28 Versuchspersonen je einen linearen Text und einen Hypertext mit unterschiedlichem Inhalt, und im zweiten Telexperiment beantworteten weitere 28 Versuchspersonen Suchfragen mit Hilfe je eines Hypertextes und eines linearen Textes.

Wie vermutet ist beim Lesen des Hypertextes der Wissenserwerb geringer und es werden mehr Orientierungs- und Navigationsprobleme berichtet als beim Lesen des linearen Textes. Auch die Blickbewegungen weisen darauf hin, daß die Navigation vom eigentlichen Text ablenkt. Bei der gezielten Informationssuche hingegen unterscheiden sich beide Textarten nicht hinsichtlich der Beantwortung der Fragen, der dafür benötigten Zeit und des Wissenserwerbs. Für den linearen Text werden hier, im Gegensatz zum reinen Lesen des Textes, mehr Orientierungs- und Navigationsprobleme berichtet.

Die Ergebnisse zeigen einen deutlichen Gestaltungsbedarf für Hypertexte auf. Weiterhin scheint der Hypertext für die gezielte Informationssuche besser geeignet zu sein als für das reine Lesen von orientierenden Texten mit geringem Vorwissen, wofür der lineare Text geeigneter zu sein scheint.

Stichworte: Hypertext, Wissenserwerb, Navigation, Blickbewegungen

---

<sup>1</sup> TU Chemnitz, Philosophische Fakultät, Allgemeine Psychologie I und Arbeitspsychologie, 09107 Chemnitz, Tel. 0371-531-6338

[anja.naumann@phil.tu-chemnitz.de](mailto:anja.naumann@phil.tu-chemnitz.de)