

4.5 Digitalizität

Während die Anforderungen an Lesende digitaler Texte im Begriff der *digital literacy* zusammengefasst werden, bezeichnet der Term *Digitalizität* das Digitalsein digitaler Phänomene. Im Rahmen der literaturwissenschaftlichen Betrachtung betrifft dies das Wesen digitaler Texte. Bestehende Ansätze beziehen die *Digitalizität* auf die Distributions- oder Produktionsbedingungen des Textes. Reinhard Döhl unterscheidet zwischen »Netztexten, für das Netz geeigneten Texten, und Texten im Netz«,⁶⁵ von »digitaler und digitalisierter«⁶⁶ Literatur sprechen Schmidt-Bergmann/Liesegang. Texte, die im Internet erfolgreich sind, d.h. gelesen werden, weisen häufig folgende Merkmale auf: Nützlichkeit der enthaltenen Information, schnelle Publikations- und Reaktionsoptionen, aufgehobene Trennung von spezialisierten Autorschaften und lesendem Publikum, Integration von Multimedia- und Verknüpfungskomponenten sowie einen unabgeschlossenen Kommunikationsprozess, der vor dem Produkt priorisiert wird.⁶⁷ Einen Eigenschaftskatalog, anhand dessen die Eigenständigkeit digitaler Medien und Texte gegenüber Printmedien und -texten graduell bestimmt werden kann, bieten Kuhn/Hagenhoff an. Dieser wurde in Kapitel 1.4.4. vorgestellt. Dort werden die materiellen Objekteigenschaften am Eingabegerät, in der Bildschirmtechnologie sowie in der Datenverarbeitung verortet.⁶⁸

Das Digital-Sein eines Textes ergibt sich nicht daraus, dass er auf einem Display dargestellt wird, sondern aus den ihm eingeschriebenen Eigenschaften, die digitale Lesemedien ausmachen. Internettexte, zu denen ebenso digitalisierte Texte zählen, können nicht mit digitalen Texten gleichgesetzt werden. Gemeinsam ist ihnen jedoch, dass sie dem entsprechen, was in der Internet-Ökonomie als digitale Güter bezeichnet wird: »immaterielle Mittel zur Bedürfnisbefriedigung, die aus Binärdaten bestehen und sich mit Hilfe von Informationssystemen entwickeln, vertreiben oder anwenden lassen.«⁶⁹ Aus den vorhergehenden Betrachtungen und aus den Merkmalen digitaler Güter nach Clement/Schreiber⁷⁰ ergeben sich folgende Attribute der Digitalizität:

Digitale Texte sind immateriell. Basierend auf der Trennung von Material und Zeichen können digitale Texte keinem einzigen Objekt oder Medium zugeordnet

⁶⁵ Döhl, »Vom Computertext zur Netzkunst«, hier: S. 41.

⁶⁶ Vgl. Schmidt-Bergmann/Liesegang, »Glossar«, hier: S. 168.

⁶⁷ Vgl. Molthagen-Schnöring, »Digitale Medien«, hier: S. 79.

⁶⁸ Vgl. Kuhn/Hagenhoff, »Digitale Lesemedien«, hier: S. 371.

⁶⁹ Clement, Reiner, Schreiber, Dirk, *Internet-Ökonomie: Grundlagen und Fallbeispiele der digitalen und vernetzten Wirtschaft*, Berlin/Heidelberg 2013, S. 44.

⁷⁰ Vgl. ebd., S. 44ff.

werden. Sie basieren auf Code und Algorithmen, die materielle Abhängigkeiten aufweisen, selbst jedoch nicht direkt gegriffen werden können.

Digitale Texte sind nicht abnutzbar. Sie erscheinen mit jedem Öffnen aufs Neue unversehrt. Beschädigungen des Trägermaterials oder des Codes betreffen nicht die Abnutzung der Textoberfläche. Durch seine Immateriellität kann der digitale Text weder verschleißen noch altern. Wird ein Text veröffentlicht, gilt er gegenüber seinen nachfolgenden Reproduktionen nicht als gealtert oder abgenutzt.

Digitale Texte können nur beschränkt wahrgenommen werden. Die Gesamtheit des Umfangs und der Aufbau der Textstruktur sind für digital Lesende nicht von vornherein ersichtlich. Dies führt zu einer Unverfügbarkeit der Textstruktur. Mithilfe der Kenntnis von Programmiersprachen kann über das reverse engineering die Struktur komplex verzweigter Texte ermittelt werden. Der Umfang wird Lesenden erst im Lektüreprozess deutlich, indem die Elemente des (Hyper-)Textes in der Rezeption linear nacheinander wahrgenommen werden. Die Dreidimensionalität des physischen Buches, in der die Buchseiten aus verschiedenen Blickwinkeln und in Form des Buchschnitts sichtbar werden, lässt sich digital nicht reproduzieren.⁷¹ Dem Einwand, digitale Texte ließen sich nur mit dem Seh- und Hörsinn wahrnehmen, wird die physische Materialität der digitalen Lesegeräte entgegengesetzt. Diese ersetzen die haptische Erfahrung des Buches nicht, sondern führen als eigenständige Medien zu einer anderen haptischen und olfaktorischen Leseerfahrung. Obgleich der digitale Text immateriell ist, sind es die digitalen Lesemedien durchaus nicht. Ihre materialgebundenen Faktoren variieren nicht mit jedem Text, wie bereits ausführlich im Zusammenhang mit fehlendem Objektwechsel und ausbleibender Signalwirkung diskutiert wurde.⁷²

Digitale Texte verfügen über eine flexible Darstellung. Die typographische Gestaltung und die Anordnung der Sinneinheiten lassen sich verändern. Die mühelose Anpassung der Textgröße, des Kontrastes, der Farbgebung und der Einsatz textbearbeitender Werkzeuge sind ein Alleinstellungsmerkmal des Digitalen.

Digitale Texte lassen sich leicht reproduzieren. Ihre Beschaffenheit lässt die Erstellung von Kopien innerhalb von Sekunden zu. Die technische Reproduzierbarkeit des Kunstwerks bzw. des (literarischen) Textes erreicht damit ein zeitlich beschleunigtes Stadium.

⁷¹ In eBooks und bspw. in *Zeit für die Bombe* wird der Lesefortschritt anhand eines Balkens angegeben, der sich mit fortschreitender Lektüre färbt.

⁷² Vgl. Kap. 2.6.