



Universität Hamburg

DER FORSCHUNG | DER LEHRE | DER BILDUNG

Institut für Germanistik

Jan Horstmann & Mareike Schumacher

Social Media, YouTube und Co: Multimediale,
multimodale und multicodeierte Dissemination
von Forschungsmethoden in forTEXT

forTEXT
Literatur digital erforschen

CATMA
FOR UNDOGMATIC
TEXTUAL MARKUP
AND ANALYSIS



Die forTEXT-Webseite

[e] Routinen ▾ Ressourcen ▾ Tools Über forTEXT ▾

forTEXT
Literatur digital erforschen

Digitale Textanalyse – leicht gemacht

Wir bieten einsteigerfreundlich aufbereitete Methodenbeschreibungen, Textsammlungen und Tools – von Digitalisierung über Annotation zu Interpretation und Visualisierung von Literatur. Außerdem finden Sie hier Materialien zum Selbstlernen und zum Lehren an Uni und Schule.

Die forTEXT-Elemente

In forTEXT werden Ihnen verschiedene [Routinen](#), [Ressourcen](#) und [Tools](#) angeboten, erklärt und bewertet. Die folgende Grafik zeigt Ihnen die aktuelle Verteilung unserer Inhalte.

Kategorie	Prozent
Routinen	42,9%
Textsammlungen Tagsets Glossar Videos	28,6%
Tools	

Neuigkeiten

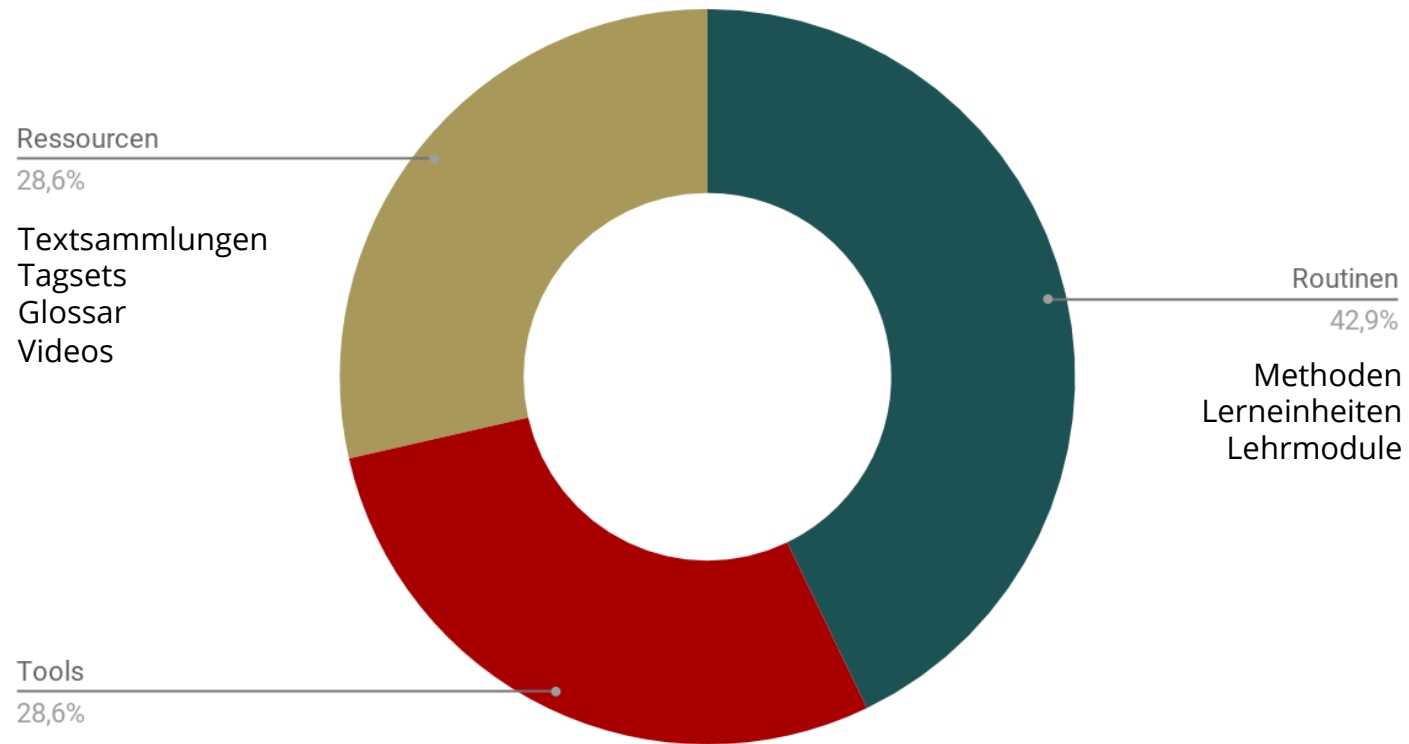
forTEXT und CATMA unterwegs
In den vergangenen Wochen waren wir auf Workshops an den Universitäten Frankfurt, Mainz und Basel vertreten und sind mit den unterschiedlichsten Forscher*innen in einen spannenden Austausch getreten.
[Weiterlesen](#)

Metaphernworkshop in Basel (8.-9.11.2018)
Das forTEXT-Team wird auf dem Workshop „Finding Metaphor in Discourse“ an der Uni Basel (8.-9. November 2018) über empirisierende Hermeneutik sprechen und in die praktische Arbeit mit dem Textannotations- und -analysetool CATMA einführen.
[Weiterlesen](#)

DH-Workshop in Mainz (26.10.2018)
"Named Entity Recognition (NER) and Digital Text Annotation and Analysis with CATMA"
Die forTEXTler Jan Horstmann und

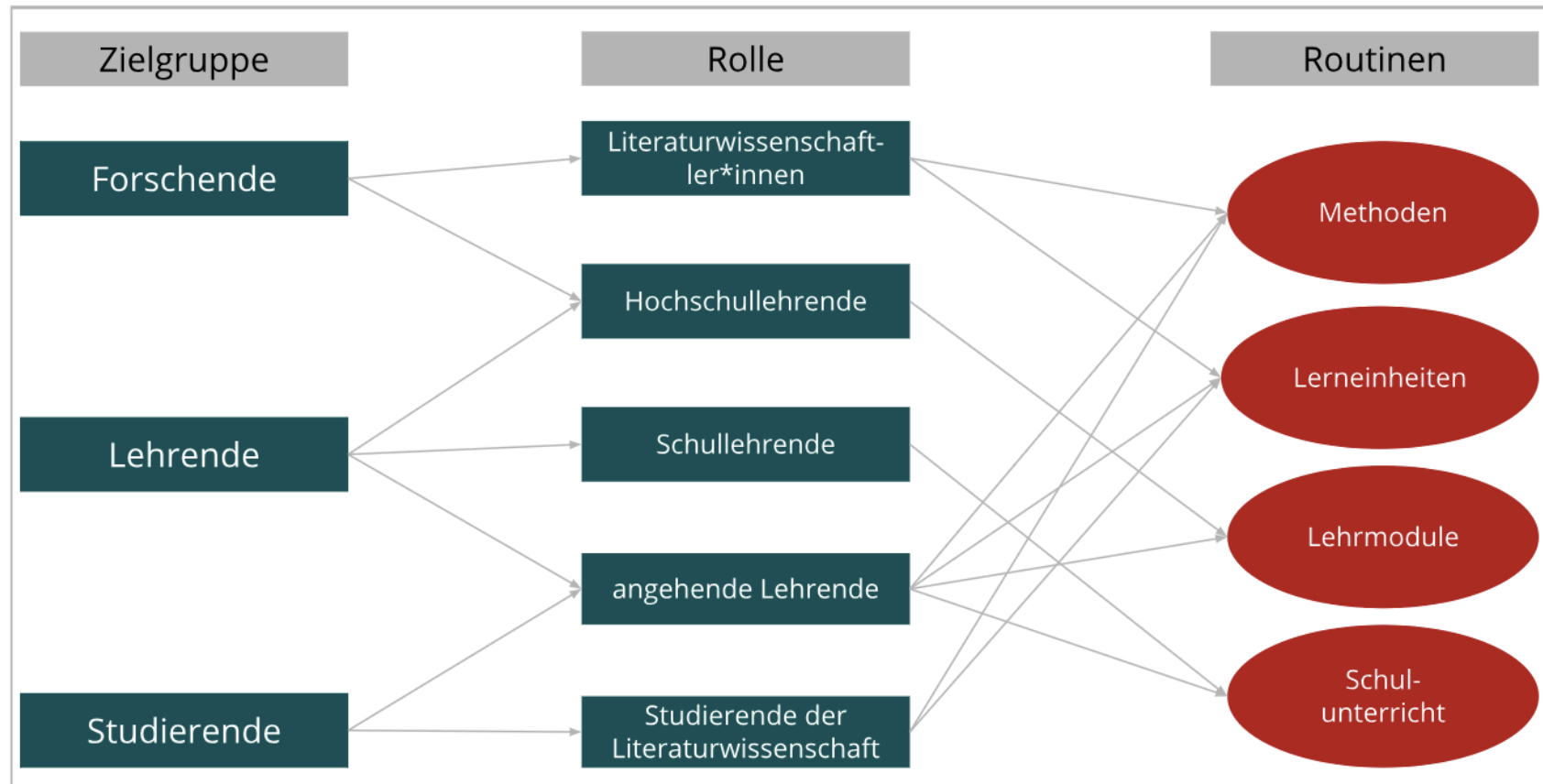
<https://fortext.net>

forTEXT: Routinen, Ressourcen und Tools

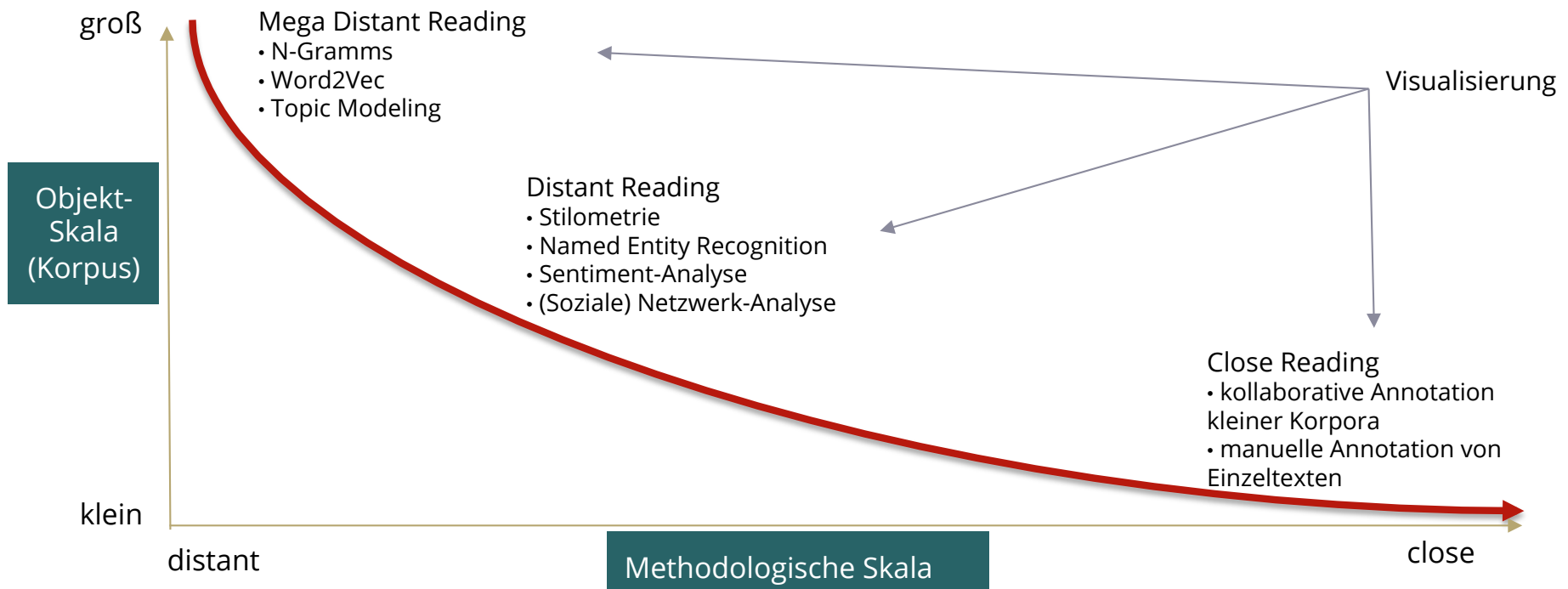


→ interaktives Empfehlungssystem

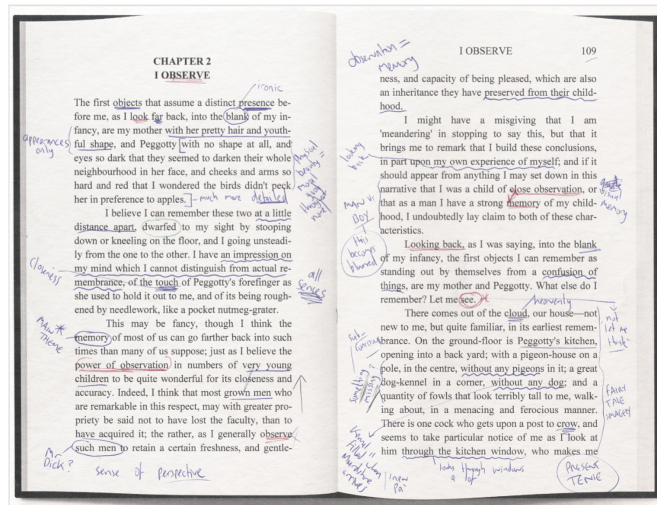
forTEXT-Routinen: Zielgruppen und Rollen



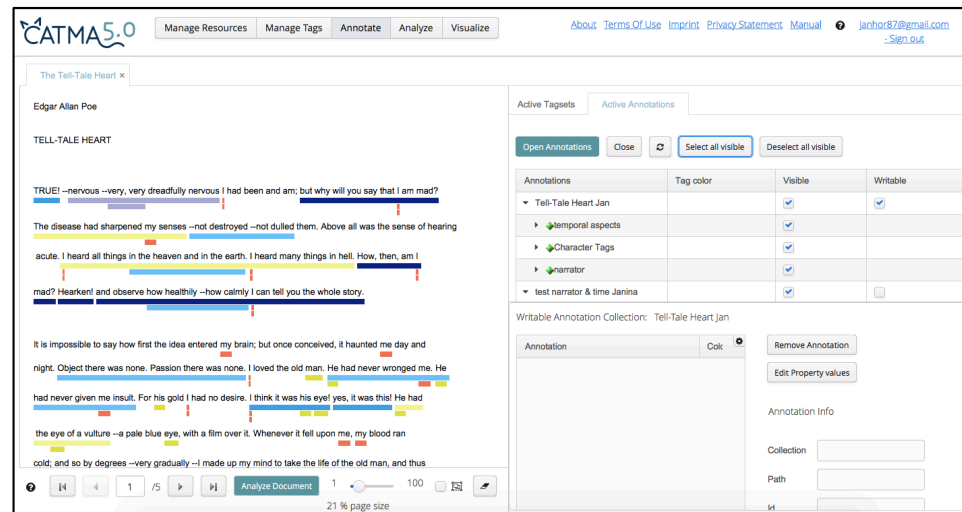
Skalierbare digitale Methoden



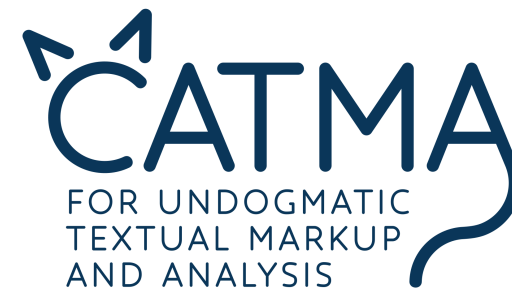
Annotation als Ausgangspunkt



(vgl. Kehoe und Gee 2013)

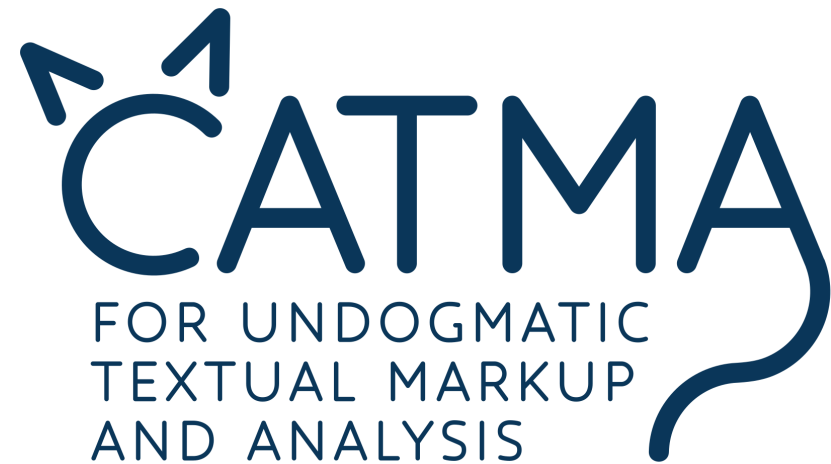


<http://catma.de>



Annotation in CATMA

- manual annotation
- half-automatic annotation
- automatic Annotation



forTEXT-Social-Media-Strategie: Ziele und Beweggründe

Übergeordnete Social Media Ziele:

- Digital Humanities im Allgemeinen und forTEXT im Besonderen sichtbar machen
- Wissenschaftskommunikation des Forschungsfeldes stärken
- Wissenschaftlichen Dialog der Digital Humanities öffnen

=> Entwicklung einer multimedialen, multimodalen und multiple codierten Social Media Strategie

PCMag UK | Reviews | Education | Opinion

Digital Humanities: The Most Exciting Field You've Never Heard Of

BY WILLIAM FENTON 13 JAN 2017, 4:38 P.M.

Its presence at the Modern Language Association convention showed just how prevalent the field is becoming.

f t in p 2 SHARES

AUTODIDACT The digital humanities is the most exciting field you haven't heard of—unless you happen to work on a college or university campus.

For everyone else, I'll risk censure and offer the pithiest definition I can muster: digital



forTEXT multimedial



forTEXT multimodal

Modus als semiotische Einheit:

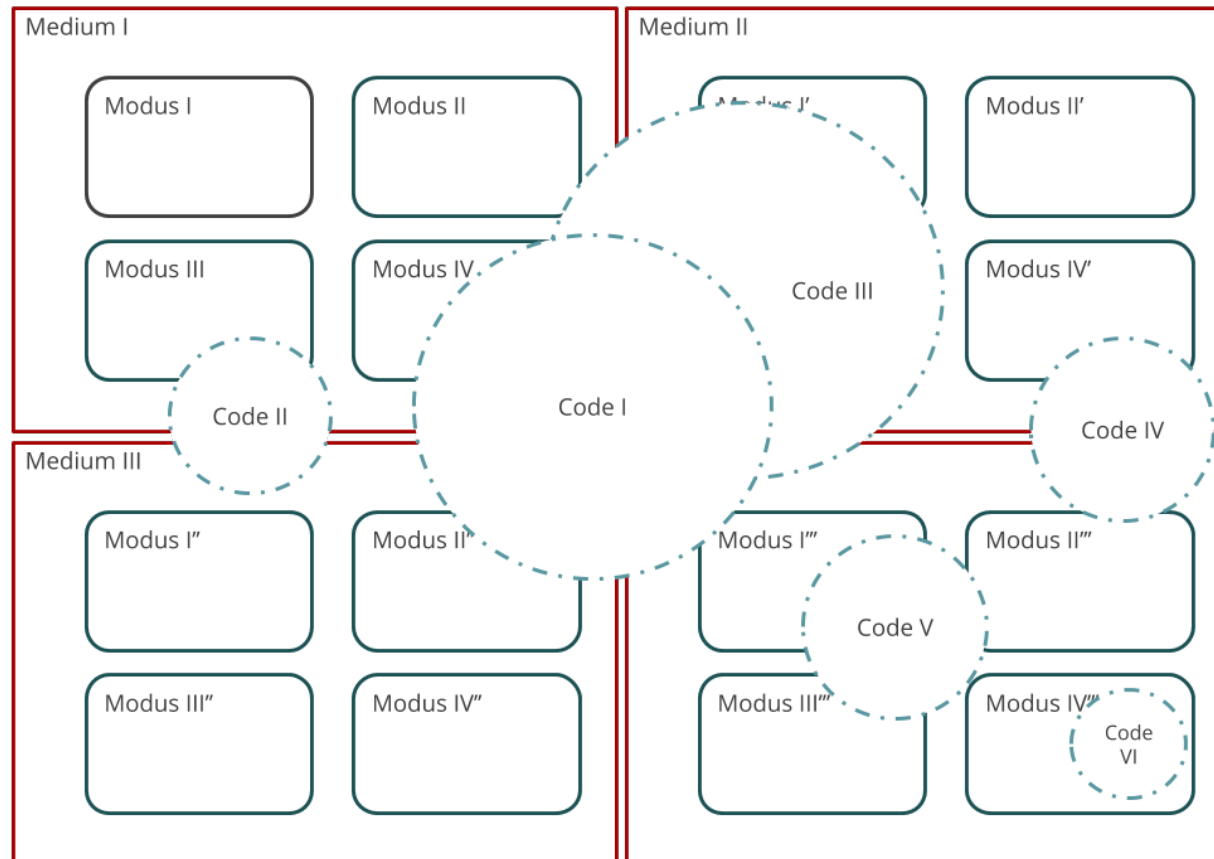
- Design: Einheitliches Farbschema mit gedeckten Farben
- Sprache und Stimme:
 - Wissenschaftssprache Deutsch (in weiterer Projektphase auch andere Sprachen),
 - informelles Deutsch auf YouTube
 - informelles Deutsch mit @-Ansprache und Hashtags auf Twitter
- Bildlichkeit: Zwischen Repräsentation und Visualisierung

Kulturelle Codes

Inhaltliche Elemente, die auf einem gemeinsamen Referenzrahmen aufbauen

- Zielgruppenspezifische Codierung: Fokus auf literatur- bzw. textwissenschaftliches Interesse
- Medienspezifische Codierung: „Sie“-Ansprache auf der Webseite, „Du“-Ansprache auf YouTube und Twitter
- Enge Verknüpfung von Modus und kultureller Codierung: Gedecktes Farbschema = Seriosität
- Variable Verknüpfung von Modus und kultureller Codierung: Eine Stimme kann sowohl die „Sie“- als auch die „Du“-Ansprache nutzen und damit unterschiedlich wirken

Das forTEXT-Disseminationssystem



forTEXT Webseite

- Basis multimedialer Web-Strategie
- In sich multimedial angelegt
- Alle grundlegenden Modi finden sich hier bereits
 - Design: Gedecktes Farbschema, serifenlose Schrift, Verbindung von Tradition und Moderne
 - Sprache: Wissenschaftssprache Deutsch
 - Stimme: Mehrstimmig aber immer formal
 - Bildlichkeit: Eigene Visualisierungen und gegenstandsneutrale Abbildungen

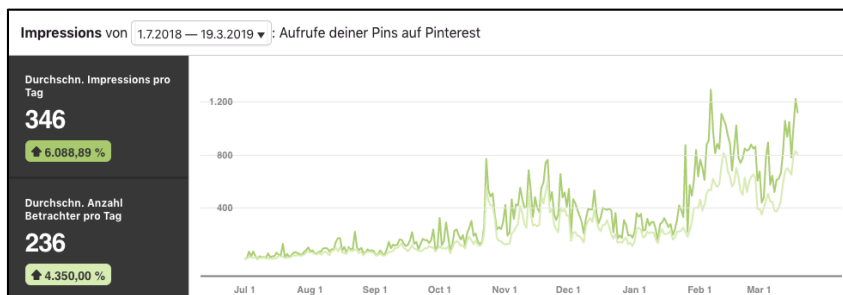
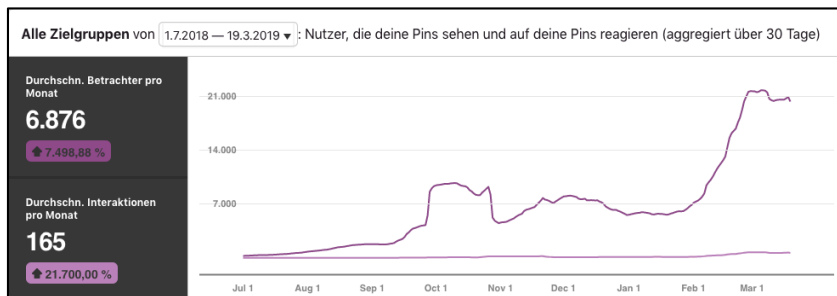



YouTube



<https://www.youtube.com/watch?v=v0kmgAyxdpQ&frags=pl%2Cwn>

Pinterest






forTEXT - Digital Humanities
20,4Tsd. Betrachter pro Monat

Hamburg
www.fortext.de


Bei forTEXT dreht sich alles um digitale Literaturwissenschaften. Wir sammeln alles zum Thema Digital Humanities - von der Einführung bis zur neuesten Forschung

Übersicht
Pinnwände
Pins
Ausprobiert
Follower
Ich folge
Personalisiert ▾


27 Pinnwände




Text Mining
59 Pins



forTEXT-Artikel
43 Pins



Digital Humanities - Was ist ...
82 Pins



Digital Humanities Methoden
104 Pins

Pinterest Zielgruppe

Kategorien und Interessen

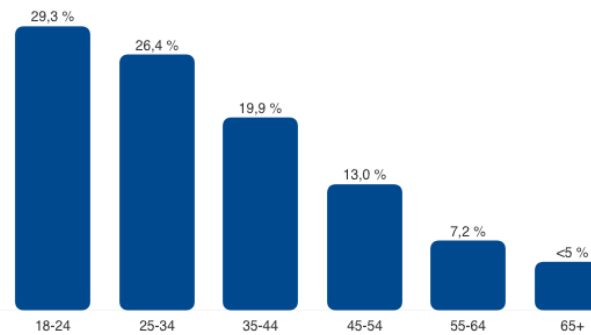
Die beliebtesten Kategorien und dazugehörige Interessen für diese Zielgruppe

Kategorie	Affinität ↓	% der Zielgruppe
bildung	1,53x	95,4 %
zitate	1,50x	40,7 %
reise	1,46x	41,0 %
kunst	1,42x	72,8 %
entertainment	1,33x	73,9 %
mode für männer	1,28x	7,8 %
tiere	1,12x	16,1 %

Bildung Interessen		
Interessensgebiet	Affinität	% der Kategorie-Zielg...
unterrichtsfächer	1,06x	99,0 %
wissenschaft	1,48x	81,2 %
kunstunterricht	1,75x	55,0 %
angewandte wissenschaft	3,10x	36,9 %
technologie	3,96x	30,9 %
bildungsniveau	1,39x	20,7 %

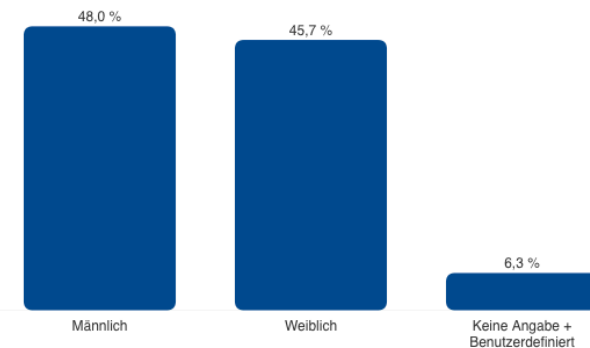
Alter

Die Altersverteilung deiner Zielgruppe



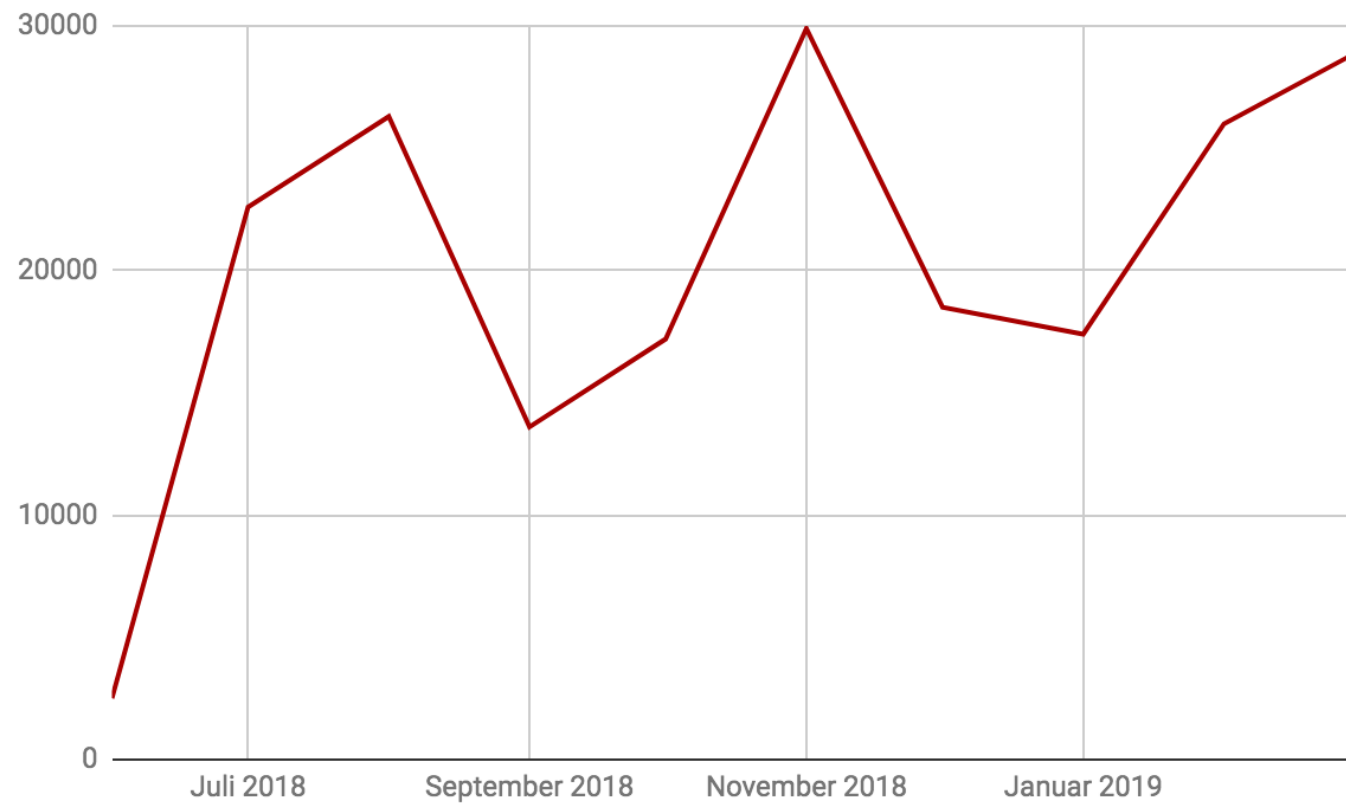
Geschlecht

Die Geschlechtsverteilung deiner Zielgruppe



Twitter

- Austausch mit der DH Community
- Platzieren der forTEXT Inhalte
- Positionierung und Vernetzung von forTEXT als DH-Forschungs-Projekt



forTEXT – Wissenschaftskommunikation in Social Media



- Beitrag zu wissenschaftsjournalistischen Debatten
- Wissenschafts-PR mit Schwerpunkt auf wissenschaftlichem Nachwuchs (Lehre)



- Wissenschaftlicher Dialog mit der DH Community
- Wissenschafts-PR



- Wissenschafts-PR
- Ansprache einer sehr jungen Zielgruppe



- Wissenschafts-PR
- Zweitverwertung

Übertragbarkeit und allgemeine Aspekte einer Social Media Strategie



- Multimedialität, Multimodalität und multiple kulturelle Codierungen bieten unterschiedlichen Zielgruppen Ansatzpunkte
- Jedes genutzte Medium sollte in seinen Spezifika genutzt werden
- Jeder Kanal, der begonnen wird, sollte regelmäßig in gleichbleibender Frequenz mit neuen Inhalten versehen werden
- Jeder Aspekt der Wissenschaftskommunikation sollte gleich stark bewertet werden
- Online-Medien sollten strategisch genutzt werden, damit sie für die Wissenschaftskommunikation besonders fruchtbar sind

Danke!

forTEXT: fortext.net

CATMA: catma.de

Follow us on ...



Twitter: @fortext_catma

YouTube: forTEXT & CATMA

Pinterest: forTEXT - Digital Humanities

Facebook: @forTEXTundCATMA

