

Transformationen im Zusammenspiel von Bild und Text in Online-Reiseführern: Schlussfolgerungen für die Didaktik von *Beatrice Wilke*

Abstract

This paper intends to investigate the interplay of text and image in contemporary forms of travel literature: modern travelogues and travel guides. Attention will mainly be given to on-line guides as well as websites for tourism purposes, such as city portals.

The effects of intermediality on the configuration of tourist destinations in modern tourist guides and in particular in the new media will be discussed with the use of different examples such as the city of Hamburg: narrative descriptions from the 18th Century will be compared to websites of today, in order to study the specific transformations affecting language, layout, etc. The paper will also put forward several didactic recommendations which can be useful in teaching German as a foreign language.

In diesem Beitrag wird das Zusammenspiel von Text und Bild in zeitgenössischen Formen der Reiseliteratur untersucht, wobei das Augenmerk insbesondere auf Online-Reiseführer sowie touristische Webseiten im World Wide Web wie Stadtportale etc. gerichtet ist. Nach einem kurzen geschichtlichen Überblick über die Entwicklung des Genres Reiseliteratur, einer Beschreibung der Textsorte Reiseführer und seiner Struktur, wird anhand eines Fallbeispiels der Stadt Hamburg betrachtet, wie sich das Aufkommen von Text-Bild-Medien konkret auf das Erscheinungsbild touristischer Reiseziele in modernen Reiseführern, insbesondere in den neuen Medien, ausgewirkt hat: Eine narrative Reisebeschreibung aus dem 18. Jahrhundert wird modernen Websites gegenübergestellt, wobei ausgeleuchtet wird, welche Transformationen sich im Einzelnen (im Bereich der Sprache, des Layouts etc.) beobachten lassen. Abschließend wird aufgezeigt, wie zeitgenössische Formen der Reiseliteratur für den modernen Fremdsprachenunterricht genutzt werden können.

I

Kurzer Abriss über die historische Entwicklung des Genres Reiseliteratur

Das Genre *Reiseliteratur* existierte schon in antiker Zeit, denn gereist wurde schon immer und auch darüber geschrieben. Während Reiseberichte zwischen dem 16. und 18. Jahrhundert noch dazu dienten, über enzyklopädisches Wissen Auskunft zu geben und sich an Landesbeschreibung und Statistik orientierten, kamen Ende des 18. Jahrhunderts auch literarische Mischformen auf, bei denen in die sachlichen Texte zunehmend auch unterhaltsame Passagen eingebettet wurden. Diese Reiseberichte wurden mehr und mehr ein Mittel, um individuelle Erfahrungen zu erzählen. Nach und nach verloren die Texte ihren rein wissenschaftlichen Vermittlungsanspruch, wurden vergnüglich und lehrreich zugleich und damit zu Unterhaltungsliteratur für Adel und Bürgertum¹.

Nach 1840 entwickelte sich die Reiseliteratur allmählich in zumindest zwei Richtungen weiter. Der klassische Reisebericht in Prosa, dessen Blütezeit zwischen 1750 und 1840 liegt, verlor an Bedeutung und wurde zu einem eher nebensächlichen Genre, das zwar bis heute fortbesteht, jedoch eher selten noch hohe Verkaufszahlen erreicht. Reiseführer und daneben seit einiger Zeit mediale Reisehilfen und -anregungen, die in schematisierter Form die zu absolvierenden Reiserouten festschreiben, die zu bewundernden Objekte festlegen, und das zu Erlebende mit dem zu Erwartenden verbinden, sind zum *de facto* Reisebegleiter und -planer für den Urlaub geworden. Kurzum: «Die Reisebeschreibung wurde zur Textform, die Individualreisende auf ihre “temporären Wanderschaften” vorbereitete und Daheimbleibende unterhielt und informierte»². Dieser literarische Typus besteht bis heute in Form von zeitgenössischen Reiseberichten und Reiseführern weiter und sollte bei Verwendung eines erweiterten Genrebegriffs auch Fernsehdokumentationen, DVDs, Videos, Audioguides, Multimedia-Guides und Webseiten umfassen³.

2

Die Textsorte Reiseführer

Was versteht man eigentlich unter dem Begriff touristischer Reiseführer?

a) Den Reiseführer können wir als ein Handbuch zum Beraten und Hinweisen auf bestimmte Inhalte für die Reisenden definieren. Das ist eine Textsorte, die eine bestimmte formale und inhaltliche Struktur hat, und die sich an die Benutzer des touristischen Angebots wendet⁴.

b) A guide book is a book for tourists or travelers that provides details about a geographic location, tourist destination, or itinerary. It is the written equivalent of

a tour guide. Many travel guides now take the form of travel websites rather than printed books.

Dies sind jedoch nur zwei der zahlreichen Definitionen, die man in der Fachliteratur oder in Nachschlagewerken finden kann. Reiseführer gelten als Gebrauchs- und Ratgeberliteratur, die jedoch nach circa zwei Jahren an Aktualität verliert. Für viele Reisende sind sie oft der erste Kontakt mit einem fremden Land oder Gebiet, einer fremden Kultur. Neben Informationen über Sehenswürdigkeiten, Geschichte, Kultur, Geographie, Klima und Lebensverhältnisse des Reiselandes weisen Reiseführer außerdem auf Übernachtungs- und Einkaufsmöglichkeiten, das gastronomische Angebot, Unterhaltung usw. hin und enthalten nützliche Telefonnummern und Adressen. Nicht selten beinhalten moderne Reiseführer Stadt- und Stadtteilpläne, eine Landkarte der Zielgegend oder sogar kleine Wörterbücher mit wichtigen Wörtern und Formulierungen, die helfen sollen, Sprachbarrieren zu überwinden. Die meisten Reiseführer haben die Form eines praktischen Handbuches, sind illustriert, einige setzen überwiegend auf das Visuelle und enthalten nur wenig Text. Außerdem gibt es heute Reiseführer in der DVD-Ausgabe, in Form von Multimedia-Guides und natürlich im Internet, also Online-Reiseführer sowie virtuelle Stadtportale etc. Verleger denken jetzt auch an verschiedenen Zielgruppen von Touristen: Unterschiedliche Reise- und Spezialführer fokussieren spezifische Reiseaspekte, von Abenteuer- über Camping- bis hin zu Gourmetreisen, oder sie sind an Reisende mit höherem oder schmalere Reisebudget gerichtet. Reiseführer zielen darauf ab, gebündelte Informationen über das betreffende Reiseziel an Interessierte weiterzugeben, Neugier und Verständnis für fremde Kulturen zu wecken und zu fördern. Sie vermitteln aber auch Klischees und Stereotype oder brechen diese auf bzw. überwinden sie. Auf jeden Fall prägen sie den touristischen Blick, indem sie Sehenswertes von vermeintlich Unwichtigem unterscheiden, Ähnlichkeiten und Unterschiede hervorheben oder beiseite lassen.

Einen Wandel erfuhr die Reiseliteratur durch den deutschen Buchhändler Karl Baedeker, der den ersten modernen Reiseführer im heutigen Sinne verfasste, und das Reisen als Form des Vergnügens zu einer Institution machte. Der erste Band seiner *Rheinreise* aus dem Jahre 1839 erzielte einen derartigen Erfolg, dass der Name Baedeker bis ins 20. Jahrhundert im deutschsprachigen Raum allgemein als Synonym für einen Reiseführer galt. 1939 wurden in Frankreich bereits Reiseführer mit mehrfarbigen Illustrationen produziert und nach dem Zweiten Weltkrieg nahm ihre Anzahl und Popularität stetig zu. Zu den namhaftesten Verlegern der Informationsliteratur für Touristen, ganz besonders der Reiseführer, zählen heute *Baedeker*, *ADAC*, *Lonely Planet Online*, *Shell*, *Michelin*, *Polyglott*, *Marco Polo*, um nur einige Namen zu nennen.

Einen fundamentalen Meilenstein für die Entwicklung des modernen Reiseführers stellt die Erfindung der Fotografie im Jahr 1826 dar. Sie ermöglicht fortan eine authentisch wirkende mediale Berichterstattung, dient aber auch «der Dokumentation, der Vervielfältigung, der Veranschaulichung und der Verbreitung von Wissen»⁵. Wir leben heute in einer digitalen Welt, in der wir ständig von Text-Bild-Konglomeraten umgeben sind. Wir sind an Texte gewöhnt, in denen visuelle und sprachliche Zeichen interagieren. Der «Übergang von einer weitestgehend schriftorientierten Kultur zu einer Kultur der Bild- bzw. Telepräsenz und der audiovisuellen Diskurse»⁶ vollzieht sich im Wechsel vom 19. zum 20. Jahrhundert mit der Etablierung von «Text-Bild- bzw. Bild-Text-Medien»⁷ und lässt sich auch am Erscheinungsbild der Reiseführer nachvollziehen: In modernen Reiseführern ist der Trend zur Visualisierung unübersehbar. Die rein narrative bilderlose Reisebeschreibung mündete allmählich in ein mit Bildern und Karten versehenes Reisehandbuch, welches sich zunehmend von bildungsbürgerlichen Ansprüchen entfernte, und dem Touristen ein Urlaubsziel so zeigen wollte, wie man es sich als Reisender vorstellt. Das Aussehen, der Inhalt und vor allem die Sprache der Reiseführer haben sich im Laufe der Zeit verändert und sich auf die Vorlieben und Bedürfnisse ihrer Nutzer eingestellt.

3

**Auswirkungen des Aufkommens von Text-Bild-Medien
auf das Erscheinungsbild touristischer Reiseziele in modernen
Reiseführern, insbesondere in den neuen Medien**

Vukonić definiert den Reiseführer als «ein spezifisches graphisches Werbemittel, das in dieser Form nur auf dem touristischen Markt erscheint [...]»⁸, und spricht damit, wie Krpan hervorhebt, zwei wichtige Aspekte an: Zum einen hängen der Stellenwert und der Erfolg eines Reiseführers von der Auswahl und Qualität der Bilder ab sowie von deren Zusammenspiel mit dem Text; zum anderen spielt der Reiseführer als «Textsorte [...] eine Rolle im wirtschaftlichen bzw. touristischen Leben eines Landes [...] [, da er] ein sehr populäres Mittel der touristischen Werbung [darstellt]»⁹.

Das zwanzigste Jahrhundert war das Jahrhundert der Bilder. Neue Technologien für das Erstellen und Übertragen von Bildern in den Massenmedien haben zu einem Paradigmenwechsel in den Humanwissenschaften geführt, dem *Pictorial Turn*¹⁰, der auch als *Iconic Turn*¹¹ bezeichnet wird. Folglich ist *Intermedialität*¹² seit einigen Jahren zu einem Schlüsselbegriff der Medien- und Kulturwissenschaft geworden¹³. Multimodale Medien, einschließlich Online-Reiseführer sowie Webseiten für

touristische Zwecke, die Text, Bild, Animation und Ton in einem einzigen Kommunikat oder einer «Sehfläche»¹⁴ kombinieren, repräsentieren daher ein Forschungsgebiet *par excellence* für intermediale Beziehungen und Konfigurationen.

Der zuvor erwähnten Definition Vukonićs zufolge verfolgt der Reiseführer neben seiner Werbefunktion auch literarische und ästhetische Ziele. Dem illustrativen Material kommt nicht weniger Bedeutung zu als dem Text. Oftmals sind es gerade die Quantität und Qualität des Bildmaterials, die uns zum Kauf eines Reiseführers verleiten. Die Relevanz der Bilder ist durch einen psychologischen Faktor bedingt, dass nämlich die Bilder bzw. Fotos eine tiefere emotionale Wirkung ausüben und eine größere Stichthaltigkeit und Objektivität in der Präsentationsweise aufweisen als der Text. Bild und Text sollen in Reiseführern als eine Einheit wahrgenommen werden, weil Touristen einen Ort oder ein Land nicht nur wegen seiner landschaftlichen Schönheit und Sehenswürdigkeiten bereisen, sondern sich auch der geistigen Kultur eines Volkes nähern möchten. Daher ist das Bild ein grundlegender Bestandteil jedes Reiseführers, dessen Ziel es ist, nicht nur Informationen zu liefern, sondern auch gut aufgebaute, in einem ansprechenden Stil geschriebene Texte¹⁵.

Einst war es die geschriebene Sprache, mittels derer in der Reiseliteratur nicht nur statische, sondern auch dynamische Bilder geschaffen wurden, wie in folgendem Textauszug aus der *Beschreibung von Hamburg* des deutschen Schriftstellers und Aufklärers Freiherr Adolph von Knigge aus dem Jahr 1790 deutlich wird¹⁶. Es handelt sich um einen Reisebericht über die Hansestadt, in der Knigge nicht nur seine positiven Impressionen wiedergibt und über Hamburgs Klima, seine geographische Lage, die Lebensverhältnisse, den Hafen usw. informiert, sondern auch Sozialkritik an sanitären Einrichtungen wie Krankenhäusern und -anstalten übt, im Gegensatz zu modernen Reiseführern, die imageschädigende Einblicke in das Zielland oder die Zielregion vermeiden:

Dem Fremden, dem dergleichen neu ist, gewährt, wenn er von Harburg her, über den Strom, der dort eine Meile breit ist, nach Hamburg *fährt* und nun den beiden vereinigten Städten *nabe kommt*, der Anblick so unzähliger großer und kleiner Schiffe, die in dem Hafen, vor demselben und längs dem Ufer hin, teils *stilliegen*, teils *ein- und ausfahren*, ein entzückend schönes Schauspiel. Und dann im Hafen selber das *Gewirr* dieser Fahrzeuge, der kleinen Nachen: die *Beschäftigungen* der Matrosen auf den Schiffen, aus allen Himmelsgegenden; der erste Eintritt in das *Getümmel* der Stadt, wo niemand müßig zu sein scheint; die *Geschäftigkeit*, welche da herrscht; die Menge der Waren, die, teils in den Kaufmannsladen einzeln ausgesetzt, teils in Ballen, da und in den Schiffen und in den Gewölben und Packhäusern und auf den Plätzen stehen und liegen, bereit, alle nur ersinnlichen, wahren und eingebildeten Bedürfnisse zu befriedigen¹⁷.

Hier ergibt sich ein animiertes Bild des Hamburger Hafens: Bewegung und Handlung werden durch aktive Verben wie *fahren*, *nabekommen*, *stilliegen*, *ein- und ausfahren* erzeugt, während die Betriebsamkeit und Hektik der im Hafengebiet arbeitenden Menschen mit Substantiven wie *Gewirr*, *Beschäftigungen*, *Getümmel*, *Geschäftigkeit* evoziert werden. Dieses Exzerpt zeigt deutlich, dass eine starke visuelle Komponente in Knigges Sprache vorhanden ist. Die Leser können sich die beschriebene Szene bildlich vor Augen führen. Darstellungstechniken wie Kamerawinkel, Perspektive, Farben, Beleuchtung oder Bildausschnitte werden durch Schriftsprache erzeugt und Bildinhalte verbalisiert, wodurch der Text zugleich verbal als auch visuell wird.

In den heutigen modernen Reiseführern wie zum Beispiel dem Online-Portal der Stadt Hamburg (www.hamburg.de) (vgl. Abbildung 1), die eine auf komplexen intersemiotischen Beziehungen zwischen Sprache, visuellen Elementen, Ton etc. basierende Form von multimodaler und multimedialer Kommunikation darstellt, bedarf es weder vieler Worte noch langer komplizierter Satzkonstruktionen, um dem Besucher einen Eindruck des Hafens darzubieten.

Neben konventionalisierten typographischen Gestaltungselementen, wie etwa die visuelle Hervorhebung durch Schriftgröße und Fettdruck,

ABBILDUNG 1
Hamburg.de



(<www.hamburg.de> am 4.11.2010)

ersetzen Fotos, Audio- und Videoclips oder auch Live-Video unter Zuhilfenahme von Webcams viel Text und lassen die Besucher unmittelbar am Zeitgeschehen teilnehmen: Sie können zu jeder Tages- und Nachtzeit virtuell am Treiben im Hamburger Hafen teilnehmen, und werden zu Zeugen von Live-Events wie beispielsweise der Jubiläumsfeier anlässlich des Hafengeburtstags der Hansestadt im Jahr 2010. Auch werden die Informationen detaillierter. Während Knigge noch von großen und kleinen Schiffen spricht, erhält der Besucher des Online-Stadtportals Hamburgs präzise Hinweise über die derzeit im Hafen liegenden Schiffe, den Schiffstyp, die Geschwindigkeit usw., wie in der Abbildung 2 erkennbar ist.

ABBILDUNG 2
Hamburg.de



(<www.hamburg.de/live-webcam> am 29.4.2012)

Auch Töne, Geräusche, Perspektiven und Beobachtungspunkte mussten zu Knigges Zeiten noch mit sprachlichen Mitteln nachempfunden werden, wie im nachstehenden Textabschnitt deutlich wird; Aufgaben, die heutzutage kostengünstig und ohne großen Aufwand von einer einfachen Videokamera und einem Mikrophon übernommen werden:

Am lebhaftesten herrscht die Tätigkeit nun freilich in der Gegend des Hafens; aber sie verbreitet sich von da her auch in alle Teile der Stadt, die von Kanälen

durchschnitten ist, herrscht auf den Märkten und Plätzen und in und um den öffentlichen Gebäuden und den unzähligen Kaufmannshäusern, wo bis in die späte Nacht hinein Geschäfte getrieben, Waren und Lebensmittel gekauft und verkauft werden. Das *Geschrei der Männer und Weiber*, die dergleichen auf den Straßen *ausrufen* und *aussingen*, *unterhält ein immerwährendes Getöse*, und das Gedränge der Einheimischen und Fremden in allen Gassen gleicht, wenn man ihm *von den Türmen der Stadt* herunter zusieht, *dem Wallen der Meereswogen* gegeneinander, die man *von einem hohen Felsen herab* erblickt.

Der Text enthält eine konkrete, lebendige Lexik, metaphorische Ausdrücke, explizite Verweise oder Anspielungen auf materielle Bilder oder unmittelbare sinnliche Erfahrungen und wird dadurch zu einem nahezu synästhetischen Erlebnis.

Natürlich hat sich auch die Sprache verändert, was sich vor allem auf der syntaktischen und lexikalischen Ebene bemerkbar macht. Während es einst – wie bei Knigge – eines komplizierten hypotaktischen Stils bedurfte, um möglichst detailgetreue Informationen zu liefern, dominiert heute meistens ein parataktischer Stil in den Online-Reiseführern, denn Bilder ersetzen, ergänzen und verknappen Text. In multimodalen Texten werden «Kohäsion und Kohärenz [...] mehr durch visuelle als durch sprachliche Mittel erzielt»¹⁸, wie Schmitz betont. «Design hat Vorrang vor Grammatik»¹⁹, d.h. Letztere wird teilweise überflüssig und traditionelle Syntaxstrukturen lockern sich auf. Was in der Sprachgeschichte Gültigkeit besitzt, gilt auch für multimediale und multimodale Kommunikation: Überflüssig gewordene Teile des Diskurses entfallen. Ähnlich wie in der mündlichen Kommunikation, wo Sprache mit Ellipsen arbeitet, weil die Gesprächsteilnehmer neben Worten mit Gestik, Mimik und Blickkontakt kommunizieren, interagiert Sprache in der multimodalen Kommunikation ebenfalls mit anderen semiotischen Ressourcen und kommt daher mit wenig Text aus. Text im Zusammenspiel mit anderen Zeichensystemen tendiert, insbesondere auf dicht gefüllten Computerbildschirmen, zu Kürze: «einfache Module statt komplexer Strukturen, [...] analytischer statt synthetischer Sprachbau»²⁰. Je raffinierter die visuelle Gestaltung der Sehfläche ausfällt, desto häufiger übernehmen Bilder einige der kommunikativen Funktionen, die früher die Sprache in der Bedeutungskonstruktion zu leisten hatte. Grammatik und Design teilen sich hier diese Aufgabe: «Design entlastet Grammatik [und] Grammatik kann folglich einfacher (weniger komplex) werden»²¹.

Reiseführer wollen ein breites Publikum ansprechen, denn heute reist fast jeder. Daher wird ein Sprachstil verwendet, der der Sprache der Besucher der jeweiligen Reiseregion angemessen ist, keine elitäre Sprache für wenige Auserwählte. Neben überwiegend einfachen Satzkonstruktionen treten aktuelle Tendenzen der deutschen Gegenwartssprache in den Be-

schreibungen auf. Um dies zu beobachten, genügt es, die Startseite des *Marco Polo Online-Reiseführers* über Hamburg anzuklicken (vgl. Abbildung 3).

ABBILDUNG 3
marcopolo.de



(<<http://www.marcopolo.de/europa/deutschland/hamburg/hamburg.html>> am 4.11.2010)

In der Übersicht der zu besichtigenden Highlights, die dem Besucher empfohlen werden, treten Anglizismen auf (wie *Top-Highlights*, *View Point-Hafencity* und *Honeymooner*), jugendsprachliche Ausdrucksweisen wie z.B. *auf dem Wasserbahnhof ist immer viel los*, witzige Sponti-Sprüche (wie *Der Kiez ist tot – lange lebe der Kiez*); und in der sich am Ende der Webseite befindenden Sektion FORUM kommen sogar Elemente der gesprochenen Sprache vor wie Assimilationen (*gibt's* statt *gibt es*) oder dialektale Ausdrücke wie die für Norddeutschland typische Grußformel *Moin, moin* (vgl. Abbildung 4).

Bereits die Startseite des Online-Reiseführers vermittelt den Eindruck, dass es sich um eine Sprache des Kommunizierens mit der allgemeinen Öffentlichkeit handelt: Sie erscheint spontan, aktuell und trendy und reflektiert auf diese Weise die deutsche Gegenwartssprache mit ihren charakteristischen Merkmalen. Auffällig ist außerdem der häufige Gebrauch von Adjektiven im Superlativ wie *weltgrößten*, *größten*, *wichtigsten*, *grünste*, *schönsten*, Adjektiven wie *toll*, *großartig*, *glücklich*, *liebevoll*, und Ausdrü-

ABBILDUNG 4
marcopolo.de



(<<http://www.marcopolo.de/europa/deutschland/hamburg/hamburg.html>> am 11.5.2010)

cken wie *mit viel Liebe zum Detail, am Herzen liegen, Oase, ein Restaurant, in dem alles stimmt, weißes Schlösschen*: Schlüsselwörter, die die Stadt Hamburg rundum positiv konnotieren und sicherlich auch ein wenig idealisieren. Vergessen wir nicht, dass moderne Reiseführer Werbemittel sind und ihre Verleger dazu neigen, Negatives über das Zielland bzw. die Zielregion auszusparen²².

4 Schlussfolgerungen für die Didaktik

Multimediale und multimodale Kommunikation im und durch das World Wide Web ist Teil unseres Alltags geworden. Tatsächlich bildet die Art von Texten, in denen die geschriebene Sprache vorherrscht (sogenannte *monomodale* Texte), in zunehmendem Maße eher die Ausnahme statt die Regel²³. In den letzten Jahrzehnten zeigt sich immer deutlicher, dass für das Verstehen der Kommunikationsmuster und -formen um uns herum die Analyse der Sprache allein nicht ausreicht. Es ist unmöglich geworden, Sprache von anderen Formen der Sinnstiftung wie zum Beispiel Abbildungen zu isolieren. Informationsformen proliferieren, die eine Herausforderung für unsere Lehrmethoden darstellen, wenn wir die Bedürfnisse

der Lernenden nach multimodaler Alphabetisierung bzw. «visueller Literalität»²⁴ befriedigen wollen. Online-Reiseführer und Webseiten für touristische Zwecke bilden daher eine ausgezeichnete didaktische Ressource für die Analyse des semiotischen Miteinanders verschiedener Zeichensysteme in der Unterrichtspraxis.

Ballstaedt²⁵ und Sass²⁶ weisen darauf hin, dass komplexe moderne Text-Bild-Medien noch nicht ausreichend Eingang in Lehrbücher gefunden haben, und die visuelle Gestaltung multimodaler Texte noch nicht gezielt als Lehr- und Lerngegenstand für den modernen Deutsch- oder Fremdsprachenunterricht vorgesehen ist. Die Fokussierung der multimodalen Textanalyse im Unterricht würde es den Lernenden erleichtern, die verschiedenen Möglichkeiten des Zusammenspiels unterschiedlicher Kommunikationsmodi in modernen Diskurswelten zu verstehen und eine kritische Auseinandersetzung im Umgang mit visuellen Informationen fördern. Zudem würde dies, wie Sass betont, nicht nur die Schulung der traditionellen vier Fertigkeiten (Leseverstehen, Hörverstehen, Schriftlicher Ausdruck und Mündlicher Ausdruck) fördern, sondern auch die Ausbildung einer fünften Fertigkeit, die bislang ignoriert wurde: «das Seh-Verstehen oder genauer gesagt [das] Hör-Sehverstehen»²⁷.

Aber auch andere Ansätze, die im Fremdspracherwerb Anwendung finden und von konstruktivistischen Konzeptionen und Theorien ausgehen und mit ihnen im Einklang stehen – wie zum Beispiel CALL (Computer-Assisted Language Learning), WELL (Web-Enhanced Language Learning) oder REAL (Rich environments for active learning)²⁸ –, empfehlen den Gebrauch multimedialer und multimodaler Kommunikationsformen im Unterricht. Der einschlägigen Fachliteratur zufolge leistet der Einsatz konstruktivistischer Ansätze im pädagogischen Umfeld beim aktiven Lernen und Wissenstransfer einen nicht zu unterschätzenden Beitrag. Trotz möglicher Risiken wie «Orientierungsverlust (*lost in hyperspace*) und kognitiver Überforderung (*cognitive overload*)»²⁹ stimmen die meisten Studien darin überein, dass das World Wide Web «die universalste, dichteste und reichhaltigste technische Kommunikationsform»³⁰ darstellt, und sein Einsatz in Lernprozessen von Vorteil ist, da es bisher ungeahnte Möglichkeiten bietet.

Der Einsatz von multimodalen Texten (wie Online-Reiseführern und virtuellen Stadt-Portalen) eröffnet neue Welten für Sprachenlerner. Räumliche Entfernungen werden kaum als solche wahrgenommen, Realität wird simuliert, Landesgrenzen werden aufgehoben: Sprachliches Lernen wird auf diese Weise zu interkulturellem Lernen und landeskundlichem Lernen, genauer gesagt zu *erlebter Landeskunde*³¹, zugleich. Es scheint, als ob Webseiten eine authentischere Wirkung als Text auf die Lernenden haben. So wird zum Beispiel Landeskunde zu einem fast greifbaren Erlebnis,

eine simulierte Reise in die reale Welt. Online-Reiseführer und touristische Webseiten sind für den Fremdsprachenerwerb förderlich, nicht nur, weil sie stets aktualisiert werden und authentische Sprache vermitteln, sondern vor allem, weil die Modalität des Reisens anregend wirkt und die Forderung erfüllt, dass Lernen Spaß machen sollte. Reisen, wenn auch nur virtuell, motiviert die Lernenden und ermöglicht es ihnen, andere Länder und Kulturen per Mausclick auf interessante und abwechslungsreiche Weise zu entdecken³².

Darüber hinaus besteht kein Zweifel, dass Bilder mnemonische Funktionen erfüllen. Die Verwendung multimodaler Texte in Lernprozessen haben den Vorteil, alle Rezeptionskanäle gleichzeitig zu aktivieren, da die Informationsaufnahme über mehrere Modalitäten erfolgt. Beim "Lesen" multimodaler Texte sortieren und verarbeiten wir unterschiedlich kodierte Informationen. Alle Wahrnehmungen, d.h. «sprachliche und materielle Bilder»³³, werden dann in der kognitiven Verarbeitung zu einer einheitlichen Gestalt integriert, dem «mentalen Bild»³⁴. Dies haben wir unserer neurologischen und kognitiven Disposition für multimodale Informationsverarbeitung zu verdanken, die für die Leichtigkeit, mit der wir mit multimodalen Artefakten umgehen, verantwortlich ist. Von daher kann die Einbindung von Online-Reiseführern und touristischen Webseiten in den Fremdsprachenunterricht das Lernen und Verstehen begünstigen.

Neben der Schulung der fünften Fertigkeit, des Hör-Sehverstehens, und den bereits genannten Vorteilen, bieten sich Online-Reiseführer und touristische Webseiten wie das Cityportal Hamburgs für Deutschlernende außerdem an, Tendenzen der aktuellen deutschen Gegenwartssprache kennen zu lernen. Dazu zählen beispielsweise Anglizismen, Ökonomisierungs- und Reduktionsprozesse in der Sprache, die sich vor allem auf der syntaktischen Ebene multimodaler Texte erkennen lassen, und der Einfluss der gesprochenen Sprache auf die geschriebenen Texte. Denn heute, im Zeitalter digitaler Medien, entwickelt sich eine Schriftlichkeit, die Merkmale assimiliert, die man sonst in der mündlichen Kommunikation gewohnt ist³⁵.

5 Schluss

In der Entwicklung der Reiseliteratur bis zum Aufkommen der modernen Reiseführer lässt sich ein langsamer Trend zu einer stärkeren Diversifizierung in Bezug auf Inhalt und Komplexität beobachten, was nicht nur der enormen Zunahme möglicher Reiseziele und der Verringerung der Entfernungen, die dank der modernen Transportmittel herbeigeführt wurde, zuzuschreiben ist, sondern auch der rasanten Entwicklung in der Kom-

munikationstechnologie. Am Beispiel von Internetseiten für touristische Zwecke und Reiseführern im World Wide Web wird klar, dass multimodale Texte die herkömmlichen monomodalen und bimodalen Textformen nicht ersetzen, sondern, im Gegenteil, diese ergänzen und erweitern. Multimodale Texte erschließen Lernenden und Lehrenden neue Potenziale, da sie alle sensorischen Modalitäten gleichzeitig stimulieren, und sollten daher im Fremdsprachenunterricht genutzt werden. Die Bedeutung bildlicher und sprachlicher Elemente eines Textes entsteht immer erst durch einen Prozess der Wechselwirkung zwischen allen an der Bedeutungskonstruktion beteiligten semiotischen Ebenen, auch wenn es vorkommt, dass dabei ein Zeichensystem im Vergleich zu den anderen dominiert. Die beiden Redensarten "seeing is believing" sowie "Ein Bild sagt mehr als tausend Worte" bringen die kommunikative Effizienz und Unmittelbarkeit visueller Repräsentationen treffend auf den Punkt³⁶.

6

Anlage:

Beschreibung von Hamburg (1790)

Hamburg liegt, nebst Altona, das mit ihm beinahe nur eine Stadt ausmacht, wie Sie wissen, längs dem Ufer der Elbe hin, in einer, freilich nicht mit den Rheingegenden zu vergleichenden, aber doch sehr schönen, fruchtbaren, durch den Fleiß der Menschen herrlich angebauten Ebene; das Land, rund umher, kündigt Wohlstand und Behaglichkeit der Einwohner an. Dem Fremden, dem dergleichen neu ist, gewährt, wenn er von Harburg her, über den Strom, der dort eine Meile breit ist, nach Hamburg fährt und nun den beiden vereinigten Städten nahe kommt, der Anblick so unzähliger großer und kleiner Schiffe, die in dem Hafen, vor demselben und längs dem Ufer hin, teils stilliegen, teils ein- und ausfahren, ein entzückend schönes Schauspiel. Und dann im Hafen selber das Gewirr dieser Fahrzeuge, der kleinen Nachen^a; die Beschäftigungen der Matrosen auf den Schiffen, aus allen Himmelsgegenden; der erste Eintritt in das Getümmel der Stadt, wo niemand müßig zu sein scheint; die Geschäftigkeit, welche da herrscht; die Menge der Waren, die, teils in den Kaufmannsladen einzeln ausgesetzt, teils in Ballen, da und in den Schiffen und in den Gewölben und Packhäusern und auf den Plätzen stehen und liegen, bereit, alle nur ersinnlichen, wahren und eingebildeten Bedürfnisse zu befriedigen. – Diese Szenen, diese Zeugnisse der rastlosen menschlichen Betriebsamkeit und der Vorteile des gesellschaftlichen Lebens, wirken gewaltsam auf ein Herz, das nicht durch langjährige Gewohnheit, in großen Seestädten dergleichen zu sehn, für diese Eindrücke abgestumpft ist. Diese Art von Empfindung kann man aber auch nur in Seestädten haben. Am lebhaftesten herrscht die Tätigkeit nun freilich in der Gegend des Hafens; aber sie verbreitet sich von da her

a. Nachen: Kahn.

auch in alle Teile der Stadt, die von Kanälen durchschnitten ist, herrscht auf den Märkten und Plätzen und in und um den öffentlichen Gebäuden und den unzähligen Kaufmannshäusern, wo bis in die späte Nacht hinein Geschäfte getrieben, Waren und Lebensmittel gekauft und verkauft werden. Das Geschrei der Männer und Weiber, die dergleichen auf den Straßen ausrufen und aussingen, unterhält ein immerwährendes Getöse, und das Gedränge der Einheimischen und Fremden in allen Gassen gleicht, wenn man ihm von den Türmen der Stadt herunter zusieht, dem Wallen der Meereswogen gegeneinander, die man von einem hohen Felsen herab erblickt.

Ich hatte erwartet, das gemeine Volk grob und unbändig zu finden; das Gegenteil davon ist mir sehr aufgefallen. Mit Geduld und Freundlichkeit wird man von jedem, an den man sich wendet, um nach etwas zu fragen oder sich den Weg zeigen zu lassen, zurechtgewiesen. Ein Karrenführer, den ich frage, wie ich am nächsten nach dieser oder jener Straße komme, wird mich: „Mein Bester!“ nennen, und eine Magd, der ich für eine ähnliche Gefälligkeit danke, wird mir antworten: „Ein so kleiner Dienst sei des Danks nicht wert“. Kultur und eine Art von Eleganz im Ausdruck herrschen in den niedrigsten Ständen und geben sogar der groben plattdeutschen Sprache eine gewisse Anmut. Das weibliche Geschlecht, selbst in diesen Klassen, hält auf Reinlichkeit im Anzuge, Sittsamkeit im Betragen, ist freundlich, aber nicht vertraulich, und hat nichts von jenen anlockenden, frechen und buhlerischen Manieren, die in einigen Städten, besonders im südlichen und westlichen Teil von Deutschland, den Fremden so auffallen. Die Polizei kann zum Muster für andere große Städte dienen. Sicherheit in der Nacht wie am Tage, in den engsten, abgelegensten Gassen; Reinlichkeit der Straßen, soviel das bei der Menge von Menschen, Wagen und Karren möglich ist; gute Erleuchtung, durch Laternen bewirkt, die nicht etwa nur ein paar Stunden zum Staate, sondern die ganze Nacht hindurch brennen; eine außerordentliche Menge von Nachtwächtern, welche unaufhörlich die Straßen durchstreichen; die besten Feueranstalten – mit einem Wort: für alles, was in dies Fach schlägt, ist in Hamburg mit großem Aufwande gesorgt. Überhaupt müssen diese öffentlichen Anstalten, nebst dem Unterhalte der ungeheuren Menge von Brücken, der Kanäle, der wirklich ziemlich unnützen Festungswerke, mit den dazugehörigen Gebäuden und dergleichen, sehr große Summen kosten. Dies alles wird von den verschiedenen Departements und Kollegien, woraus der sehr stark besetzte Magistrat besteht, verwaltet, und als eine Eigenheit, die den Hamburgern gewiß Ehre macht, muß ich anmerken, daß hier nicht, wie in manchen andern Reichsstädten, gewisse Familien ein vorzügliches Privilegium haben, soviel Weisheit zu besitzen, als in einer obrigkeitlichen Person wohnen muß, sondern daß Leute von Talenten, Arbeitsamkeit und anerkannter Rechtschaffenheit, ohne Unterschied ihrer Geburt, dazu gewählt werden; ja! – in diesem Augenblick besteht der größte Teil der Ratsglieder aus Fremden. Übrigens darf kein Einheimischer ein Amt von der Art ausschlagen, wenn das Zutrauen seiner Mitbürger es ihm anträgt. Doch ich verliere mich in der Betrachtung von Gegenständen, die für eine Dame wenig Interesse haben; kommen wir zu dem Hauptpunkt, wovon Sie Nachricht zu erhalten wünschen, zu der Lebensart in Hamburg!

Ich kann nicht sagen, daß ich es, nämlich immer in Vergleichung mit andern niedersächsischen Städten, hier sehr teuer finde. Außer der Gemächlichkeit, daß man hier, wie in allen großen Handelsstädten, durchaus leben darf, wie man will, und daß man für sein Geld alles und in der möglichsten Güte bekommen kann, sind auch wirklich die eigentlich nötigen Nahrungsmittel nicht übertrieben kostbar. Der Wein und die Spezereiwaren^b sind es ebensowenig, weil nicht, wie in Fürstenländern, ein Impost^c darauf gelegt ist, wovon Müßiggänger ernährt und Spielwerke bezahlt werden. In den Wohnungen der Bürger aller Klassen herrscht eine auffallende, doch nicht bis zum holländischen Puppenglanz getriebne Reinlichkeit; die Hausflure sind mit schwarz- und weißem Marmor getafelt, und in manchen Küchen sieht es geschmückter aus als in andern Städten in den Besuchszimmern. Man hält in Hamburg viel auf soliden Aufwand, nicht aber auf eine Menge von Bedienten. Es gibt hier sehr schöne, selbst prächtige Equipagen^d, aber viele der reichsten Leute fahren in kostbaren Kutschen, ohne einen Lakaien dazu zu verdammen, hintenauf zu stehn, Langeweile zu haben und sich die Knochen durcheinanderschütteln zu lassen. Hier weiß man nichts von jenem lächerlichen Unterschied der Stände, der in den Residenzen Leute trennt, die zueinander passen würden, und Menschen vereinigt, die nichts Gleiches haben als die zufällige ähnliche Art der Abstammung. In den Häusern der fremden Gesandten haben Kaufmann und Edelmann und die Gattinnen von beiden Umgang, aber freilich sieht man denn auch hier Kaufleute, die als Hofmarschälle jedem Hof Ehre machen und als Minister in jedem Staat sich auszeichnen würden, trifft Bürgerfrauen an, neben denen manche hochadlige Dame wie ein Kammerkätzchen aussehen würde.

Der Kaufmann sucht, um den Abend der Geselligkeit widmen zu können, seinen Morgen zu verlängern; deswegen speist, den Sonntag ausgenommen, fast niemand vor zwei, halb drei Uhr zu Mittag; das hat die Folge, daß man des Abends auch selten vor zehn bis elf Uhr sich an den Tisch setzt. Um ein Uhr des Mittags geht jeder Handelsmann, dessen Kredit nicht zweideutig ist, und jeder Fremde, den die Neugier dahinlockt, auf die Börse. Dies ist ein Saal im Erdgeschoß, der auf einer Seite, wo er auf Säulen ruht, offen ist. An ihn stößt ein ganz unbedeckter, mit Schranken umgebener Platz. Beide Versammlungsorter sind um diese Mittagszeit vollgepfropft von teils geschäftigen, teils müßigen, zuhörenden Menschen. Es werden da Geschäfte abgetan, Nachrichten mitgeteilt und erfragt, Spekulationen gemacht, und zwischendurch wird ein wenig gekannegießert. Ein dumpfes Getöse, wie von unzähligen Bienenschwärmen, läßt sich hören, und hier, wie überhaupt, unterscheidet sich der Millionär nicht im mindesten durch seine Kleidung von dem ärmsten Bürger, und mancher, der den Wert eines Fürstentums in seiner Brieftasche trägt, geht in Hamburg in einem Rock herum, auf dessen Physiognomie^e man ihm keinen Dukaten borgen würde.

b. Spezereiwaren (lat. -it.): Gewürze, hier: Lebensmittel.

c. Impost (lat.): Verbrauchssteuer.

d. Equipage (franz.): Luxuswagen.

e. Physiognomie (griech.): Aussehen.

Vor Tisch versammelt sich alles in den Kaffeehäusern, deren eine Menge in der Gegend der Börse liegt. Dort werden Zeitungen mit großem Eifer gelesen, denn wen interessieren mehr als den Kaufmann die Schritte der gekrönten Häupter, Krieg, Frieden und Politik überhaupt? Dabei raucht man ein Pfeifchen und frühstückt. Die Gespräche in diesen öffentlichen Versammlungsortern gewähren freilich dem Negozianten^f mehr Unterhaltung als dem Gelehrten und dem zu seinem Vergnügen Reisenden; aber der Ton ist doch da sehr verschieden, je nachdem sich eine gewisse Gattung von Menschen nach diesem oder jenem Kaffeehause hingewöhnt hat. Man findet doch auch hier Gelegenheit, manche angenehme Bekanntschaft zu machen und zu erneuern, manches lehrreiche Gespräch zu führen, und Leute, die weit voneinander entfernt wohnen, treffen hier zusammen und können, wenn sie sich etwas zu sagen haben, ziemlich gewiß sein, um die gewöhnliche Stunde einander da zu finden.

Ich sollte Ihnen noch etwas von einigen öffentlichen Anstalten sagen; aber ich fürchte, das wird Ihnen Langeweile machen. Nur soviel: Für Erziehung der Jugend und Ermunterung des Fleißes wird hier patriotisch gesorgt, und um die Anstalt zur Bildung junger Kaufleute in der Handlungsakademie erwirbt sich der redliche und geschickte Professor Büsch, nebst seinem Gehilfen Ebeling, ein unsterbliches Verdienst. Für Versorgung der Armen sind gleichfalls die rühmlichsten Vorkehrungen getroffen, und noch habe ich in dieser großen Stadt nicht einen einzigen Straßenbettel gesehen. Nicht so gut sieht es mit der Einrichtung für Kranke aus, und auf dem Pesthofe, der außer der Stadt liegt, werden Wahnsinnige und andre Leidende keineswegs so verpflegt, wie ich es wünschen möchte. Vielleicht wird die Obrigkeit aber auch hierauf bald ihr genaueres Augenmerk richten.

Es bleibt dabei, das Leben in einer großen Stadt hat doch unendliche Vorzüge. Welche Lebhaftigkeit hier herrscht! Wie alles so ins Große geht! Wie mir's anfangs so neu vorkam!

(in: *Texte Deutsch*, Westermann, 1979)

Anmerkungen

1. Vgl. U. Ilg, „...ein Zeugnis nach dem Augenschein ist höher zu schätzen als zehn vom Hörensagen...“: *Text und Bild in Reiseberichten des 16. Jahrhunderts aus Amerika und dem Osmanischen Reich*, in U. Ilg (Hrsg.), *Text und Bild in Reiseberichten des 16. Jahrhunderts. Westliche Zeugnisse über Amerika und das Osmanische Reich*, Marsilio, Venezia 2008, S. 11-8.

2. B. Bönisch-Brednich, *Reiseberichte. Zum Arbeiten mit publizierten historischen Quellen des 18. und 19. Jahrhunderts*, in S. Götsch, A. Lehmann (Hrsg.), *Methoden der Volkskunde: Positionen, Quellen, Arbeitsweisen der Europäischen Ethnologie*, 2. überarb. und erw. Aufl., Reimer, Berlin 2007, S. 125-39, hier S. 127f.

3. Ebd.

f. Negoziant (lat.): Kaufmann.

4. T. Krpan, *Formale und inhaltliche Struktur der Reiseführer*, in "TRANS. Internet-Zeitschrift für Kulturwissenschaften", 17/2010 (http://www.inst.at/trans/17Nr/2-8/2-8_krpan.htm).
5. E. Straßner, *Text-Bild-Kommunikation – Bild-Text-Kommunikation*, Niemeyer, Tübingen 2002, S. 3.
6. Ebd., S. 1.
7. Ebd.
8. B. Vukonić, *Turistička propaganda*, Školska knjiga, Zagreb 1973, S. 80, zit., in Krpan, *Formale und inhaltliche Struktur der Reiseführer*, zit.
9. Krpan, *Formale und inhaltliche Struktur der Reiseführer*, zit.
10. Im Jahr 1992 sprach sich Mitchell für eine bildliche Wende in den Geisteswissenschaften aus als ein Zeichen der immer umfangreicher werdenden visuellen Kultur. Vgl. W. J. T. Mitchell, *The Pictorial Turn*, in Mitchell, *Picture Theory*, University of Chicago Press, Chicago-London 1994, S. 11-34.
11. Gottfried Böhm prägte den Ausdruck ikonische Wendung (*iconic turn*) im wissenschaftlichen Diskurs zum Umgang mit Bildern und Texten. Vgl. G. Boehm, *Die Wiederkehr der Bilder*, in Ders. (Hrsg.), *Was ist ein Bild*, Fink, München 1994, S. 11-38.
12. Seit ihren Anfängen diene *Intermedialität* als Oberbegriff und wurde vielfach definiert. In diesem Beitrag soll der Definition Rajewskys gefolgt werden, nach der «intermediality may serve foremost as a generic term for all those phenomena that [...] in some way take place between media. "Intermedial" therefore designates [in a broad sense] those configurations which have to do with a crossing of borders between media, and which thereby can be differentiated from intramedial phenomena as well as from transmedial phenomena [...]». I. O. Rajewsky, *Intermediality, Intertextuality, and Remediation: A Literary Perspective on Intermediality*, in "intermédialités", 6/2005.
13. Vgl. A. Deppermann, A. Linke, *Einleitung: Warum "Sprache intermedial"?*, in A. Deppermann, A. Linke (Hrsg.), *Sprache intermedial. Stimme und Schrift, Bild und Ton*, De Gruyter, Berlin-New York, 2010, S. VII-XIV.
14. U. Schmitz, *Schrift an Bild im World Wide Web. Articulirte Pixel und die schweifende Unbestimmtheit des Vorstellens*, in Deppermann, Linke (Hrsg.), *Sprache intermedial. Stimme und Schrift, Bild und Ton*, zit., S. 383-418, hier S. 385.
15. Vgl. Krpan, *Formale und inhaltliche Struktur der Reiseführer*, zit.
16. In: *Texte Deutsch*, Westermann 1979, S. 240-50. Der komplette Textauszug ist diesem Beitrag angehängt (6. Anlage).
17. Die Hervorhebungen durch Kursivschreibung wurden von der Verfasserin vorgenommen.
18. Schmitz, *Schrift an Bild im World Wide Web*, zit., S. 404.
19. Ebd.
20. Ebd., S. 405.
21. Ebd.
22. Vgl. Krpan, *Formale und inhaltliche Struktur der Reiseführer*, zit.
23. Vgl. H. Stöckl, *Die Sprache im Bild – Das Bild in der Sprache. Zur Verknüpfung von Sprache und Bild im massenmedialen Text. Konzepte, Theorien, Analysemethoden*, Walter De Gruyter, Berlin-New York 2004, S. 5.
24. A. Sass, *Filme im Unterricht – Sehen(d) lernen*, in "Deutsch als Fremdsprache", 36/2007 (Sehen(d) lernen), S. 5-13, hier S. 7.
25. Vgl. S.-P. Ballstaedt, *Text-Bild-Kompositionen im Unterrichtsmaterial*, in "Der Deutschunterricht", 4/2005 (Sehflächen lesen), S. 61-70.
26. Vgl. Sass, *Filme im Unterricht – Sehen(d) lernen*, zit.
27. Ebd., S. 7.
28. Vgl. hierzu beispielsweise Kasseler Forschergruppe (Hrsg.), *Lernumgebungen auf dem Prüfstand: Zwischenergebnisse aus den Forschungsprojekten*, University Press, Kassel 2008.

29. Schmitz, *Schrift an Bild im World Wide Web*, zit., S. 398.
30. Ebd.
31. Vgl. hierzu M. Biechele, A. Padrós, *Didaktik der Landeskunde*, Fernstudieneinheit 31, Langenscheidt, Berlin-München 2003.
32. Vgl. hierzu B. Wilke, *D-A-CH. Eine virtuelle Entdeckungsreise durch die deutschsprachigen Länder*, Aracne, Roma 2004.
33. Stöckl, *Die Sprache im Bild – Das Bild in der Sprache*, zit., S. 46.
34. Ebd.
35. Vgl. beispielsweise C. Dürscheid, *Medienkommunikation im Kontinuum von Mündlichkeit und Schriftlichkeit. Theoretische und empirische Probleme*, in "Zeitschrift für Angewandte Linguistik" (zFAL), 38, Peter Lang, 2003, S. 35-54.
36. Vgl. Stöckl, *Die Sprache im Bild – Das Bild in der Sprache*, zit., S. 4.