

Baumann, Tania (Hrsg.): **Reiseführer – Sprach- und Kulturmittlung im Tourismus. Le guide turistiche – mediazione linguistica e culturale in ambito turistico.** Bern: Peter Lang, 2018 (Linguistic Insights). – ISBN 978-3-0343-3402-0. 259 Seiten, € 69,00.

Besprochen von **Géraldine Bengsch**: London / Großbritannien

<https://doi.org/10.1515/infodaf-2021-0017>

Der von Tania Baumann herausgegebene Band der Reihe *Linguistic Insights* vereint auf Deutsch, Italienisch und Englisch verfasste Studien zum Thema ‚Reiseführer‘. In der Einleitung erklärt die Herausgeberin, wie sie das Wort versteht und es in dem Werk verwendet wird. Dabei wird die doppelte Bedeutung, also ‚Buch‘ und ‚Person‘, hervorgehoben. Im ersten Teil liegt der Fokus auf dem Reiseführer als Buch, während Teil zwei und drei weitergefasste Definitionen erlauben. Was die Beiträge klar vereint, ist die Faszination, die alle Autoren für den Tourismus und dessen sprachliche Besonderheiten hegen und die sie sehr deutlich kommunizieren.

In dem ersten Beitrag behandelt Maria Thurmair Reiseführer und ihre Variationen als Textsorte bezüglich Kommunikationssituation, Textfunktion und sprachlicher Merkmale. Klar strukturiert erläutert Thurmair die Relevanz der umsatzstarken Publikationen und wie sie im stetig wandelbaren Tourismus positioniert sind. Der Einführungstext verschafft dem Leser eine Übersicht über die Anforderungen, die ein Reiseführer zu bedienen versucht, etwa als Orientierung zur Planung, realistischer Ratgeber und beschreibender Führer oder auch als Quelle für Hintergrundinformationen zum Zielort. Sie veranschaulicht anhand von Rezipienten, Produzenten und Medium (hier: Reiseführer für Frauen, Audio-Reiseführer und Ausgaben der *Gebrauchsanleitung für ...*), dass die Grundform der Textsorte unverändert bleibt, adressatenspezifische Werke jedoch mit Veränderungen des Inhalts und autorenpezifische Werke mit Veränderungen der Textfunktion einhergehen.

Tania Baumann vergleicht die große Rolle von Bewertungs- und Emotionalisierungsstrategien anhand eines Paralleltext-Korpus von deutschen und italienischen Reiseführern. Baumann unterscheidet explizite und implizite Bewertungsstrategien und zeigt, dass diese oft arbiträr erscheinen und auf der Autorität des Reiseführers basieren. Diese Bewertungen dienen nicht nur zur Orientierung der Leser, sondern werden auch in Form bewertender Lexik innerhalb des Texts verwendet, um den positiven Eindruck des Ziels auf den Leser zu verstärken. Es zeigt sich hier, dass eine multilinguale Leserschaft der einzelnen Studien angenommen wird, da Beispiele in der Originalsprache, ohne Übersetzung, einge-

fügt werden – diese Annahme findet sich auch in den anderen Beiträgen wieder, die auf die gleiche Weise mit Zitaten ihrer Daten umgehen.

Im ersten italienischsprachigen Beitrag des Buches untersucht Lorenzo Devilla diskursanalytisch französische Sardinien-Reiseführer im Vergleich zu dem italienischen *Guida verde*. Devilla setzt seinen analytischen Fokus auf die verwendeten persuasiven Strategien, die etwa die Exotisierung des Reiseziels durch die Verwendung sardischer Wörter verstärken, um die Reiseintention des Rezipienten zu erhöhen.

Ebenfalls auf Italienisch beschreiben Elena Errico und Sara Chessa Aspekte der interkulturellen Kommunikation anhand einer Fallstudie zu Andalusien-Reiseführern. Hierzu vergleichen sie die englische Version des *National Geographic Traveler* mit seinen italienischen und spanischen Adaptionen. Durch Kritische Diskursanalyse zeigen sie, dass die Reiseführer trotz angeblicher neutraler Betrachtung ein stark verzerrtes und stereotypisches Bild zeichnen, obwohl sie laut Verlag an ein kulturell interessiertes Publikum gerichtet sind. Dies findet sich in der Originalversion und der italienischen Übersetzung, nicht aber in der spanischen. Wörter werden als Identitätsmarker der Region im Text verwendet, um den Erkennungswert bei den Lesern zu erhöhen. Die Autoren machen mit ansprechenden Beispielen deutlich, dass, obwohl die Texte bewusst von modernen Ländern sprechen, sie gleichzeitig an einem stereotypen Bild festhalten.

Im letzten, ebenfalls auf Italienisch verfassten Beitrag des ersten Teils untersucht Francesca Boarini italienische Übersetzungen der *Baedeker*-Reiseführer Deutschland, Österreich sowie Schweiz, die in Kooperation mit dem italienischen De Agostini Verlag entstanden. Wie schon bei Errico und Chessa fällt auch hier auf, dass die Texte sich selbst eine Authentizität zuschreiben. Dabei richtet sich ihr Interesse auf Übersetzungsstrategien (Ergänzung, Tilgung, Verdichtung, Umschreibung), die die Führer an ein neues Publikum anpassen. Die Analyse zeigt, dass die Änderungen nicht auf ein anderes Vorwissen der neuen Leserschaft bezogen sind, sondern auf die Erwartungen des Zielpublikums an den italienischen Verlag und dessen Produkte.

Der zweite Teil entfernt sich von Reiseführern zu Textsorten, die zu dem tourismusspezifischen Textsortennetz passen, wie etwa Werbung oder Reisejournalismus. Gudrun Held schreibt auf Italienisch über touristische Printwerbung in Anzeigen und ihren Bezug zum Genre Reiseführer aus pragma-semantischer Perspektive. Trotz der oftmals dominierenden Bildkomponente bleibt die sprachliche Komponente von zentraler Bedeutung, hier gezeigt durch das proximale Adverb *hier*. In ihrem Korpus hat dieses Wort mehrere Funktionen, etwa als Index zwischen Bild und Text oder als auffordernde Komponente, und bezieht den Rezipienten in den Kontext der Destination mit ein. Als multimodale Studie umfassen die Beispiele, die sie verwendet, nicht nur Texte, sondern auch Werbe-

bilder. Dabei greift sie auf ihre mehr als 15-jährige Erfahrung auf dem Gebiet zurück, was sich in der Dichte der Interpretation widerspiegelt.

Antonio Pinna schreibt auf Englisch über Affekt im Reisejournalismus. Er verwendet das *Sassari Newspaper Article Corpus* (SNAC), um die Valenz und Intensität emotionaler Reaktionen auf bestimmte Schlüsselwörter verschiedener Themenbereiche, wie etwa ‚Reise‘, zu ergründen. Dieser Themenbereich enthält die höchsten Werte positiver Emotionen in Bezug auf die sprachliche Konstruktion des Reiseziels. Pinna zeigt, dass Reisejournalisten und Reiseführerautoren einen wichtigen Beitrag zu der Vermittlung von Kulturverständnis zwischen Ziel und Tourist haben. Dabei verlässt sich Pinna nicht auf eine Analysemethode, sondern kombiniert Korpuslinguistik mit deskriptiver und inferentieller Statistik. Darüber hinaus benutzt er noch die Programmiersprache *Perl*. Um dem Leser seine Vorgehensweise darzulegen, verwendet er nicht sein Programm, sondern *Pseudocode*. Dieser dient nicht der maschinellen Interpretation, sondern der Veranschaulichung eines Algorithmus. Pinna schafft es tatsächlich, all seine Analyseansätze in dem Kapitel unterzubringen, jedoch erscheint es, dass die einzelnen Ansätze dadurch etwas zu kurz kommen.

Mit seinem Beitrag zu sozialer Netzwerkanalyse bedient David Brett eine relativ neue Methodik – jedenfalls im Bereich der Sprachwissenschaften. Die auf Englisch verfasste Studie zu Kollokationen im Reisejournalismus enthält daher nicht nur eine kurze Beschreibung der verwendeten Praktiken, sondern auch eine Einführung für den Leser in die Prinzipien der Netzwerkanalyse sowie in die verwendete Softwareapplikation. Brett erklärt dem Leser, wie Netzwerke zu lesen sind, was grundsätzlich sehr zu begrüßen ist. Allerdings gibt es in seinen Darstellungen hierbei einige Unklarheiten, etwa seit wann Netzwerke das Interesse der Wissenschaftler geweckt haben (Caldarelli & Catanzaro 2012). So erläutert er zum Beispiel einen der Algorithmen der Softwareapplikation *Gephi*, *ForceAtlas 2*, und wie er ungeeignet für die Analyse linguistischer Daten sei – ein Gegenbeispiel findet sich etwa in Mercer (2014). Er gibt allerdings nicht an, welchen Algorithmus er stattdessen verwendet. Trotz dieser Punkte zeigt Brett sehr deutlich, wie Methodik sich entwickelt und neue Einblicke verschafft. Wie Pinna verwendet Brett das SNAC und richtet sein Interesse auf Anzahl und Frequenz typischer Reise-Kollokationen. Durch die Einbindung der sozialen Netzwerkanalyse in die traditionelle Korpuslinguistik zeigt er, dass sich die Analyse multidimensional gestalten lässt.

Der dritte Teil mit dem Schwerpunkt ‚Touristische Kommunikation‘ beginnt mit Miriam Ravetto und ihrem Beitrag zu Wortsuchaktivitäten (Interaktion, Thema, Wissen, Sprache) in Touristenführungen. Auf Deutsch verfasst, vergleicht Ravetto Deutsch und Italienisch als Fremdsprachen in Begegnungen zwischen nicht-muttersprachlichen Führern und muttersprachlichem Publikum. Im Gegen-

satz zu anderen Beiträgen verwendet Ravetto GAT 2-Konventionen für die Transkription ihrer Daten und stellt Lesern eine Übersetzung bereit.

Stefania Gandin befasst sich auf Italienisch mit dem Theorie-zu-Praxis-Prozess bei Reiseführern (hier: Schüler und Studierende) in sardischen Städten auf einer Veranstaltung, die den Besuch historisch interessanter Gebäude anleitet. Nach Abschluss des theoretischen und praktischen Teils sind Teilnehmer in der Lage, die Führungen autonom durchzuführen. Gandin stellt den Prozess, den die Teilnehmer durchlaufen, für den Leser deskriptiv dar, so dass die Beispiele, wie etwa die Vokabelliste oder der organisatorische Leitfaden, übernommen und in anderen Kontexten angewandt werden könnten.

Fiorenzo Toso beschließt den Sammelband mit seinen Ausführungen zu Minderheitssprachen und Tourismus. Am Beispiel Sardinien zeigt er, wie die dort vertretenen Minderheitssprachen, wie Katalanisch, einen Einfluss auf den Tourismus haben. Dieser zeigt sich bei Touristen, die aus entsprechenden Ursprungsregionen, also etwa Katalonien, anreisen. Darüber hinaus wird die lokale Sprache verwendet, um touristische Produkte zu bewerben, dies lässt einen exotisierenden Eindruck entstehen, der auch in anderen Teilen des Buchs beschrieben wird.

Die Studien in diesem Sammelband zeigen die Vielfältigkeit des Genres ‚Reiseführer‘ und seine Bedeutung in interkultureller Vermittlung. Sie veranschaulichen sehr deutlich, dass Tourismus und seine Komponenten fest in unserem Leben verankert sind und sehr spezifische Einblicke in die Schaffung kulturellen Verständnisses liefert. Die Beiträge richten sich nicht nur an Sprach- und Kulturwissenschaftler, sondern sind auch für Tourismuswissenschaftler geeignet, die ihre Disziplin aus einer anderen Perspektive sehen möchten. Dabei sollte hervorgehoben werden, dass die Autoren der einzelnen Studien ihr Verständnis der Besonderheiten der Tourismusbranche deutlich wiedergeben. Damit sind die Ergebnisse der einzelnen Arbeiten für Theorie als auch Praxis relevant.

Dass die Arbeiten in einer von drei Sprachen verfasst wurden, verringert eventuell die potenzielle Leserschaft, die alle Beiträge verstehen können – obwohl man natürlich auch genau das Gegenteil behaupten könnte: Beiträge in anderen Sprachen sprechen eine weitere Leserschaft an.

## Literatur

Caldarelli, Guido; Catanzaro, Michele (2012): *Networks: A Very Short Introduction*. Oxford: Oxford University Press.

Mercer, Sarah (2014): „Social Network Analysis and Complex Dynamic Systems“. In: Dörnyei, Zoltán; MacIntyre, Peter D.; Henry, Alastair (Hrsg.): *Motivational dynamics in language learning*. Bristol: Multilingual Matters, 73–82.