

Begleitmaterial Station 7

Jeder spricht in vielen Sprachen

Ziel:

Sprachliche Repertoires sichtbar machen

Idee und Hintergrund

Spracherwerb ist ein lebenslanger Vorgang. Alle Sprachformen ergeben das sprachliche Repertoire einer Person. Dieses ist Teil der Identität und ist geprägt von unserer Herkunft und unserem sozialen Umfeld.

Kompetenzen

- Die Lernenden/Studierenden können die Vielfalt ihrer eigenen Sprachlichkeit und Kulturalität darstellen und hinsichtlich ihrer Funktionalität und Bewertung beschreiben.
- Die Lernenden/Studierenden kennen Methoden, um die individuelle sprachbiografische Entwicklung und um lebensweltliche Mehrsprachigkeit darzustellen.



Basisinformation

Themen

a. Jeder Mensch verfügt über ein bestimmtes sprachliches Repertoire, das sich im Lauf des Lebens stets weiterentwickelt und dementsprechend vielfältig ist. Denn nicht nur Menschen, die zum Beispiel neben Deutsch noch eine oder mehrere weitere Sprache sprechen, sind mehrsprachig, sondern wir alle verwenden in unserem Alltag verschiedene Formen unserer Sprache, je nachdem wo wir uns befinden und mit wem wir sprechen. Wir reden zu Hause anders als in der Schule oder bei der Arbeit. Außerdem gibt es in vielen Berufen Fachsprachen mit speziellen Ausdrücken.

b. So wie man das sprachliche Repertoire einer Person beschreiben kann, so kann man auch das sprachliche Repertoire einer Klasse/Gruppe darstellen. Die Grafik zeigt die verschiedenen Domänen der Sprachverwendung von Kindern: zu Hause, in der Schule, beim Einkaufen, im Internet. Damit sind gleichzeitig formelle (Schule) und informelle (Internet, zu Hause) Kontexte thematisiert. In die freien Flächen tragen die Lernenden die Sprachen ein, die sie im jeweiligen Kontext verwenden - nicht nur Nationalsprachen, sondern auch andere sprachliche Varietäten wie z.B. Dialekte etc. So werden die reichen sprachlichen Ressourcen der Klasse/Gruppe als bunte Landschaft von Sprachen sichtbar.

Terminologie

Sprachenrepertoires/ Register:

Spracherwerb ist ein lebenslanger Vorgang, denn Sprache verändert sich mit neuen Lebenssituationen und entwickelt sich beständig weiter.

Sprachverwendungsprofile zeigen, dass jeder Mensch in unterschiedlichen Situationen unterschiedliche Sprachen oder Sprachformen verwendet. Die einzelnen Sprachformen, die sich in ihrer Funktion unterscheiden, nennt man Register. Die Sprachwahl ist sowohl von gesellschaftlichen Rahmenbedingungen als auch von emotionalen Einstellungen abhängig. Die gesamten sprachlichen Ausdrucksmöglichkeiten, die ein Mensch zur Verfügung hat, bilden sein sprachliches Repertoire.

Fachsprache:

Sprache mit der Funktion einer präzisen und differenzierten Kommunikation über meist berufsspezifische Sachbereiche und Tätigkeitsfelder (z. B. Mathematik, Medizin, Technik). Eine Fachsprache ist von sprachlichen Mitteln gekennzeichnet, die in einem fachlich begrenzten Kommunikationsbereich verwendet werden, um die Verständigung der dort tätigen Fachleute zu gewährleisten. Fachsprachen ermöglichen eine effiziente Verständigung, die Inhaltswiedergabe hebt sich vom Alltagsgebrauch ab. Die Fachsprache weist spezifische Terminologie/spezifischen Wortschatz auf.

Aktivitäten

Die folgenden Aktivitäten laden dazu ein, individuelle und gesellschaftliche Mehrsprachigkeit sichtbar zu machen.

☰ Plakat und Roll-up sind vom Aufbau gleich. In beiden Fällen empfiehlt sich die Arbeit mit Post-it (bei Aktivität 1).

<p>Aktivität 1 Sprachenlandschaft</p>	<p>Erstellen Sie gemeinsam eine Sprachenlandschaft: Machen Sie sichtbar, welche Sprachen Sie in/an verschiedenen „Handlungs-/Lebensräumen“ verwenden. Sie können auch Sprachen ergänzen, die Sie selbst an diesen Orten nicht verwenden, die Ihnen aber dort begegnen</p>	
<p>Aktivität 2 Sprachporträts machen mehrsprachige Repertoires sichtbar</p>	<p>Sprachporträts zeigen, wie vielfältig und individuell sprachliche Repertoires sind: Gestalten Sie Ihr eigenes Sprachporträt! Sie finden im Material einige Beispiele für Sprachporträts und Vorlagen.</p>	<p>Material zu Aktivität 2: Vorlagen und Beispiele: http://maledive.ecml.at/Studymaterials/Individual/Visualisinglanguage/repertoires/tabid/3611/language/de-DE/Default.aspx</p>
<p>Aktivität 3 Sprachverwendungsprofile</p>	<p>Sprachverwendungsprofile machen sichtbar, in welchen Kontexten jemand seine/ihre sprachlichen Repertoires verwendet: Erstellen Sie Ihr eigenes Sprachverwendungsprofil! Auch dazu finden Sie einige Beispiele und eine Vorlage im Material</p>	<p>Material zu Aktivität 3: Fragebogen http://maledive.ecml.at/Portals/45/SOC_Sprachverwendung_Fragebogen_DE.pdf Beispielprofile: http://multilingual.uni-graz.at/verwendungsprofile/34/kazuko-56.html</p>
<p>Aktivität 5 Linguistic landscape - Lebensweltliche Mehrsprachigkeit erforschen (Alltag/Freizeit)</p>	<p>Wie wird Mehrsprachigkeit in Ihrem Lebensumfeld - sichtbar? Recherchieren Sie sprachliche „Fundstücke“ in Ihrer alltäglichen Umgebung und dokumentieren Sie die Ergebnisse Ihrer Spurensuche (Fotos, Gegenstände) als eine Art „Linguistic landscape“.</p>	<p>Material zu Aktivität 4: Linguistic landscape am Beispiel der Stadt Graz http://multilingual.uni-graz.at/projekte/25/linguistic-landscape-graz.html</p>
<p>Aktivität 6 Lernräume sind mehrsprachig</p>	<p>Recherchieren Sie auf der aktuellen Website des BMB zum Thema Migration und Schule: Wie muss/kann Schule professionell auf die Vielfalt der Lernenden im Hinblick auf sprachliche und kulturelle Vielfalt reagieren? Erstellen Sie mit Ihren wichtigsten Ergebnissen eine Kurzpräsentation</p>	<p>Material zu Aktivität 5: Website-Recherche: www.schule-mehrsprachig.at Projektbeispiel: http://www.zusammen-reden.at/cms/cms.php</p>

Station 7

Arbeitsblätter zu den Aktivitäten

Material zu Aktivität 5

Linguistic Landscape – Beispielfotos und Analysen

Station 7 – Aktivität 5: Linguistic Landscape

Folgende Kriterien können zur Analyse Ihrer sprachlichen Fundstücke herangezogen werden:

- Wie ist eine Aufschrift gestaltet (einsprachig / mehrsprachig)?
- Welche Sprachen kommen (nicht) vor?
- Handelt es sich bei den Inhalten um symbolische oder informative Sprachverwendung?
- Was ist der Inhalt einer Aufschrift? (Verbot / Information / Werbung / Topographische Aufschrift / etc.)
- Wer zeichnet für die Autorenschaft verantwortlich? (Offizielle Stelle (top-down) / Einzelperson (bottom-up) / Firma (Ethno-Marketing))
- Wer sind die Adressaten? (Lokale Bevölkerung / Touristen / bestimmte Zielgruppen)
- Was fällt an der graphischen Gestaltung auf? (Verwendung von bestimmten Farben und/oder Schrifttypen, unterschiedliche Schriftgrößen etc.)

Es folgen Beispielfotos mit kurzen Analysen (alle Fotos: <http://multilingual.uni-graz.at/projekte/linguistic-landscape-graz.html>)



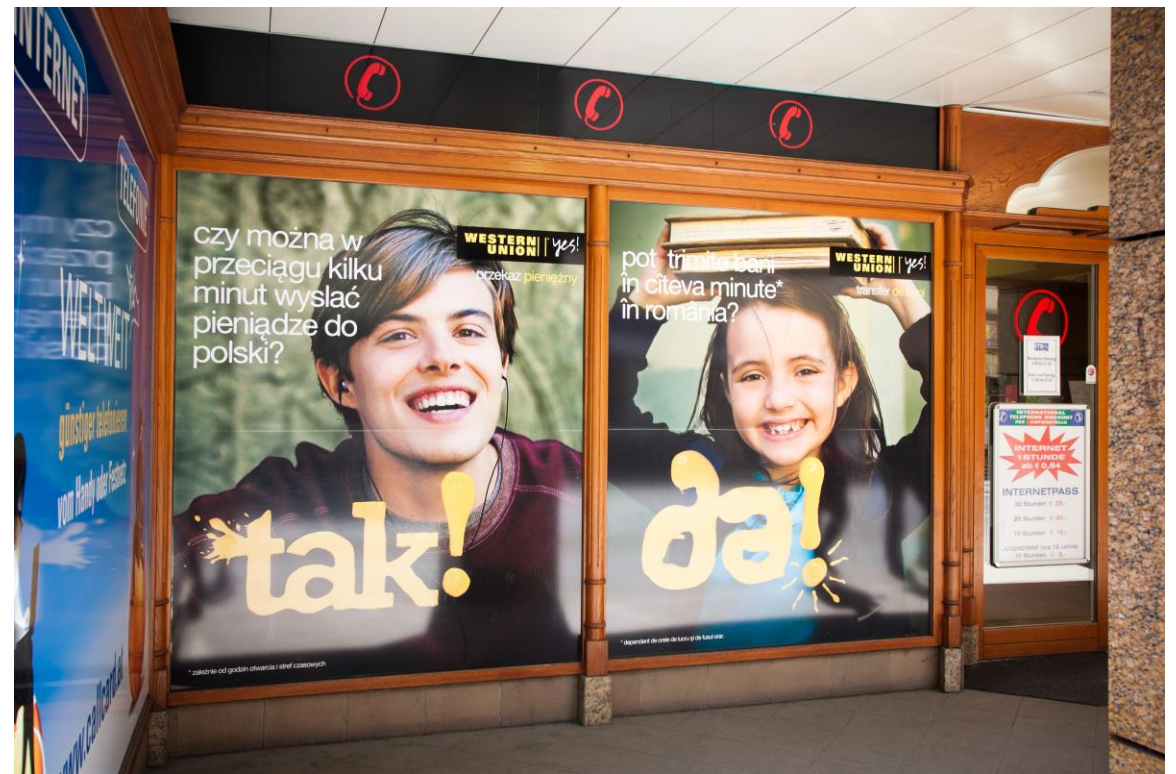
Auf beiden Schildern ist die Beschriftung in Deutsch und Türkisch angeführt, während auf dem linken Bild die deutsche Version oben steht, ist auf dem rechten Bild der türkische Text oben und etwas größer dargestellt. In beiden Fällen werden deutschsprachige und türkischsprachige Zielgruppen angesprochen. Die Schilder wurden jeweils von Ladenbesitzern angebracht. In beiden Fällen handelt es sich um informative Sprachverwendung, einmal um über Öffnungszeiten zu informieren, einmal um Werbung für Produkte zu machen.



Diese Schilder wurden von offiziellen Stellen angebracht um Stau an einer Ampel zu verhindern (links) bzw. auf ein Verbot hinzuweisen (rechts). Somit handelt es sich in beiden Fällen um informativen Sprachgebrauch. In beiden Fällen findet man neben Deutsch eine weitere Sprache: auf dem linken Schild ist der Hinweis oben auf Kroatisch angeführt, auf dem Schild oben das Verbot auf Ungarisch. In beiden Fällen waren wohl bestimmte Anlässe für die Sprachwahl verantwortlich (das Einkaufszentrum in der Nähe der linken Tafel wird von zahlreichen Kunden aus Kroatien besucht; das Schild oben steht am Zufahrtsweg zum Grazer Sturzplatz, wo der zu entsorgende Hausrat häufig schon vor dem Sturzplatz an ungarischsprachige Personen übergeben wurde).



Dieses Schild enthält Begrüßungen in vielen verschiedenen Sprachen. Es ist als Zusatztafel zu einem Hinweisschild auf das Österreichische Sprachenkompetenzzentrum angebracht. Die Sprachverwendung ist symbolisch und weist auf die Inhalte des oberhalb erwähnten Instituts hin bzw. zeigt es Offenheit für Sprachenvielfalt und Mehrsprachigkeit. Die Tafel richtet sich an alle Vorbeikommenden, d.h. die lokale Bevölkerung als auch an Touristen. Die Sprachenauswahl ist so gestaltet, dass möglichst viele verschiedene Sprachen vorkommen, die Farbauswahl für die einzelnen Sprachen ist wohl zufällig gewählt.



Diese beiden Beispiele unterscheiden sich von den vorigen indem sie einsprachig, in einer anderen Sprache als Deutsch gestaltet sind. In beiden Fällen richten sich die Angebote an nicht-deutschsprachige Zielgruppen, der Sprachgebrauch ist informativ. Im Beispiel links spricht eine Fahrschule nicht-deutschsprachige Kunden mit der Botschaft an, dass Fahrstunden auf Türkisch absolviert werden können. Oben wirbt eine Firma die Geldtransfers ins Ausland abwickelt auf Polnisch und Rumänisch für ihre Dienste. Diese Bilder können als Beispiele für „Ethnomarketing“ betrachtet werden: in beiden Fällen ist die Werbung sprachlich so gestaltet, dass bestimmte Kundengruppen erreicht werden.