

## **Prüfung intra- und transkulturelle Kommunikation**

**Termin: April 2020**

Der Ausgangstext wurde leicht gekürzt aus dem *Standard Album* vom 15./16. 2. 2020 entnommen und ist von Amira Ben Saoud.

**Gestalten Sie für die nachfolgend formulierten Situationen Texte in Ihren drei Arbeitssprachen basierend auf den Informationen des Ausgangstextes. Achten Sie darauf, Ihre Zieltexte in Makro- und Mikrostruktur dem Auftrag entsprechend zu texten und dabei den jeweiligen kulturellen Kontext und sämtliche Aspekte der Kommunikationssituation zu berücksichtigen. Ihre Texte sollen ca. 250 Wörter umfassen. Die Beurteilung der Zieltexte erfolgt basierend auf dem PIK-Beurteilungsraster.**

### Auftrag 1 – Textproduktion A-Sprache (ca. 250 Wörter):

Im Rahmen eines Studienganges für Literatur an einer Universität in einem Land Ihrer A-Sprache befasst sich eine Lehrveranstaltung mit dem Thema "Neue Formen der Literaturrezeption und Literaturkritik". Verfassen Sie eine Beschreibung des Inhaltes dieser Lehrveranstaltung für das kommentierte Vorlesungsverzeichnis, in der das Social Reading und dessen Auswirkung auf die Literaturkanons vorgestellt werden.

### Auftrag 2 – Textproduktion B-Sprache (ca. 250 Wörter):

Eine Erwachsenenbildungsinstitution / Volkshochschule in einem Land Ihrer B-Sprache bietet einen Workshop über Social Reading an, der sich an ältere, nicht technik-affine, aber literaturinteressierte Menschen richtet. In ihrem Veranstaltungskatalog bewirbt die Institution diesen neuen Kurs mit einer ganzseitigen Anzeige. Verfassen Sie jenen Teil dieser Anzeige, der die Ziele und Inhalte dieses Workshops beschreibt.

### Auftrag 3 – Textproduktion C-Sprache (ca. 250 Wörter):

Auf der Website eines Buchverlages in einem Land Ihrer C-Sprache informieren Sie in der Rubrik "New Trends" in Ihrer Funktion als Mitglied der Marketing-Abteilung Leser\*innen und Buchhändler\*innen über neue Kommunikationsformen in der Welt des Lesens und begrüßen die Vorzüge von virtuellen Buchclubs. Verfassen Sie diesen Web-Artikel.

# SELBSTVERSUCH

## Lesezirkel: Vom Internet zum Lesen gezwungen

**Alle zwei Wochen ein neues Buch fertiglesen? Geht! Wie digitale Buchclubs dabei helfen, wieder mehr zu lesen. Eine Übersicht der besten virtuellen Lesezirkel**

Amira Ben Saoud

Ein Blick in mein Excel-Sheet, und ich weiß, dass ich seit 29. Juli 2019 5575 Seiten gelesen habe. 19 Bücher waren es insgesamt, das Geschlechterverhältnis der Autoren ist bis jetzt ziemlich ausgeglichen. Die meisten, nämlich fünf, kommen aus den USA. Sechs der Bücher waren Sachbücher, dreizehn belletristischer Natur.

Ich könnte aus dieser Tabelle, die den Namen #Gruppendrucklesen trägt und auf die neben mir auch 20 weitere Leute Zugriff haben, noch allerhand Facts herauslesen – über meine Lesegeohnheiten und auch die der anderen.

Jeder der Teilnehmer hat nämlich seinen eigenen Excel-Reiter, wo er die von ihm gelesenen Bücher mit Zusatzinfos und Kurzrezension einträgt. 26 Bücher im Jahr soll man schaffen. Ausschauen kann man sich die Lektüre selbst.

Ich schaue kurz bei den anderen rein, um mich zu vergewissern, dass ich eh noch gut im Rennen bin. Bin ich, puh, ziemlich gleich auf mit Anna (liest gern Feministisches) und Bernd (interessiert sich für Sammelbände über Mediengeschichte, aber auch Rilke). Beide kenne ich persönlich nicht wirklich gut. Wir sind nämlich vor allem ein digitaler Leseklub, der sich nicht realiter zum Diskurs trifft.

### Mehr lesen

Dass es uns in dieser Form gibt, haben wir dem Internet zu verdanken – und einer gemeinsamen Freundin, Magdalena Hiller, die im Sommer 2019 beim New Yorker Onlinemagazin *Man Repeller* auf einen Text mit dem Titel "My little trick for reading more books" gestoßen ist.

Nicht gefeit vor der Anziehung von "Klick mich!"-Headlines, wollte es Magdalena wissen: Wie ist es Edith Young, der Autorin des Artikels, in einer Zeit voller digitaler Ablenkung gelungen, wieder mehr zu lesen? Auf der Suche nach einem System für ihr Vorhaben stieß Young auf den Hashtag #52BooksIn52Weeks, der auf Instagram immerhin 50.000 Ergebnisse ausspuckt.

Diesen nutzen Menschen, um die Welt darüber zu informieren, was sie lesen, wie sie es finden und ob sie es empfehlen würden – genauso wie sie Fotos ihrer Workouts, Urlaube und ihres Essens auf der Plattform teilen. Immer nach der Devise: "Pic or it didn't happen": Wenn es kein Bild davon gibt, ist es nicht passiert.

### Gemeinschaftsgefühl

Doch jede Woche ein Buch zu lesen war Young dann doch zu steil. Die Hälfte, also 26 im Jahr, müssten für den Anfang reichen. Die Autorin wollte ihr Leseunterfangen nicht allein bestreiten, also gründete sie den digitalen Buchclub via Excel-Sheet. Es funktionierte – für Young, ihre Freunde und nun in leicht adaptierter Form auch für uns.

Der Erfolg dieser Methode lässt sich leicht erklären. Einerseits wurde die Sache als "Challenge" gestaltet, kein Teilnehmer von #Gruppendrucklesen will sein Gesicht vor den

Mitlesern verlieren. Dazu kommt trotz digitaler Abwicklung ein Gemeinschaftsgefühl, man stöbert gerne in den Listen der anderen herum, lässt sich fürs nächste Buch inspirieren.

## **Zwischen zwei Polen**

Unser Klub liegt genau zwischen zwei Polen. Auf der einen Seite stehen die klassischen Lesezirkel, bei denen sich nach alter Salontradition Gleichgesinnte an einem Ort versammeln, um über ein Buch zu diskutieren, das alle gelesen haben.

Auf der anderen Seite florieren anonyme Online-Leseplattformen, -Websites und -Apps zum Katalogisieren von Büchern, die aber via Kommentar oder Rezensionsfunktion Austausch ermöglichen. Dass diese Online-Leseplattformen ohne Web nicht möglich wären, ist logisch. Aber auch der klassische Lesezirkel profitiert von den Potenzialen des Internets.

Ob Doodle, Meetup oder Whatsapp-Gruppe zur Organisation: Das Internet erleichtert nicht nur die Kommunikation, die sozialen Medien attraktivieren das Lesen wieder. So teilten Millennial-Flüsterer Mark Zuckerberg und Ex-Präsident Barack Obama ihre Lektüre öffentlichkeitswirksam mit ihren Followern.

Doch es sind in erster Linie weibliche Hollywood-Stars und Influencerinnen, die Online-Lesegruppen betreiben, denn beim Kaufen und Lesen haben die Frauen statistisch gesehen die Nase vorn. Ihre Empfehlungen können sich stark auf Buchverkäufe auswirken.

## **Die neue Form der Buchrezension**

"Social Reading" nennt man den Austausch der Leserschaft, der dezidiert im Internet stattfindet. Und der führt zu einer Neubetrachtung von Werken und Autoren, zu einer demokratisierten Form der Buchrezension. So ist die größte demografische Gruppe, die auf *goodreads* aktiv ist, weiblich, unter 35 Jahre alt – und sie findet oft ganz andere Titel lesenswert als jene, die oft von männlichen Literaturjournalisten im fortgeschrittenen Alter rezensiert werden.

Auch wenn die Plattformen und deren User oft im Verdacht stehen, leicht verdaulicher Unterhaltungsliteratur mit appetitlichen Buchcovern den Vorzug vor den Klassikern zu geben, lässt sich ganz wertfrei beobachten, dass sich in diesen Gruppen andere, parallele Literaturkanons bilden, die durchaus Einfluss auf den Buchmarkt haben.

So ist derzeit das Lesen von Autorinnen, kategorisiert unter dem Hashtag #Frauenlesen, schwer beliebt. Die auch von der arrivierten Kritik anerkannte Margaret Atwood wurde mit *The Testaments* von den *goodreads*-Lesern bei deren "Awards" in der Kategorie Best Fiction 2019 gewählt. Dass seit 2017 auf der Frankfurter Buchmesse auch die besten Buchblogger ausgezeichnet werden, zeigt, dass die Branche die rezensierenden Amateure auf dem Schirm hat.

Dass Online-Plattformen nicht dazu dienen, Stilanalysen vorzunehmen oder Autor und Werk zu verorten – und damit ist nicht gemeint, die Bücher nach Farben geordnet in ein Billy-Regal zu stellen –, ist offensichtlich.

Sie vermögen es aber, das Lesen zu demokratisieren, Kanons zumindest zu hinterfragen oder den eigenen Geschmack zu kultivieren. Die Ironie an den Internet-Lesegruppen besteht darin, dass sie Menschen wie mir dabei helfen, weniger im Internet zu sein. Und stattdessen mehr zu lesen.

874 Wörter