

AUSSTELLUNG LINGUISTIC LANDSCAPES- MEHRSPRACHIGKEIT FROM BELOW



Linguistic Landscapes ermöglichen nicht nur einen Einblick in die Vielfalt von Sprachen, sondern spiegeln auch die sozialen Strukturen einer Stadt oder eines Stadtteils wieder. Wir erkennen an den gesammelten Daten die soziale und damit auch die linguistische Zusammensetzung eines Stadtgebietes. Wer kommuniziert mit wem in welcher Sprache?

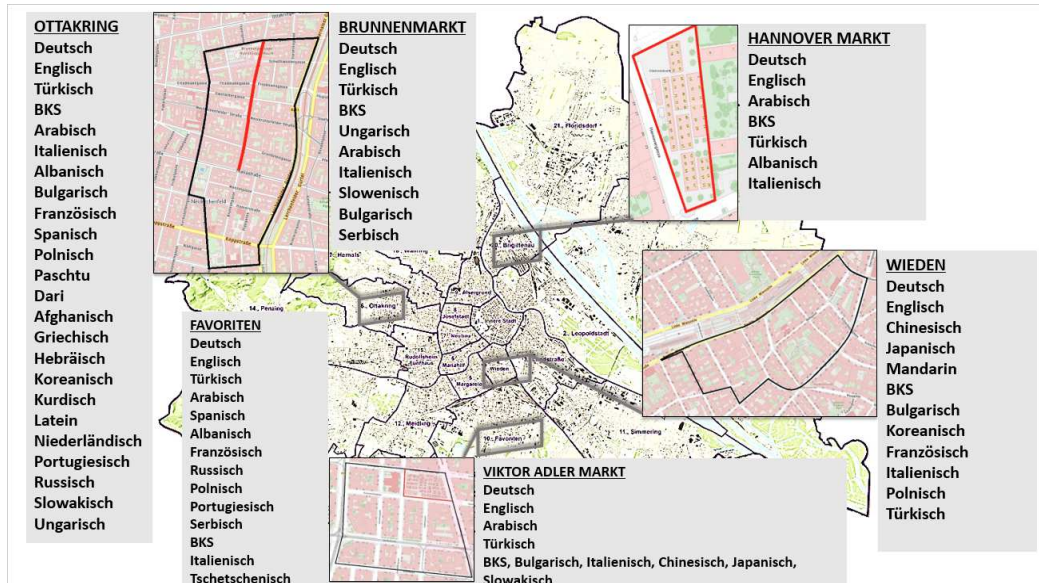


Linguistic Landscapes laden zu einer neuen Perspektive auf unsere mehrsprachige Umwelt ein. Sie sind ein Abenteuer des „genauen und detaillierten Blicks“.

„Signs in social space tell us a lot about the users of the space, how users interacts [sic!] with signs, how users influence and are influenced by them; they so start telling stories about the cultural, historical and social backgrounds of a certain space“
(Blommaert 2013: 41)

Linguistic Landscapes sind eine Möglichkeit die Mehrsprachigkeit einer Stadt bzw. eines Stadtteils sichtbar zu machen. Aufschriften in Geschäften, Restaurants, Produktbezeichnungen auf dem Markt aber auch Graffiti zeigen die sprachliche Lebendigkeit und deuten an, wer was wo schreiben darf und kann.

Mehrsprachige Landkarte Wien



OTTAKRING



Bild Nr. 1

Mehrsprachiger Aushang am Schaufenster einer Apotheke mit der Information, dass die Mitarbeiter*innen Englisch, Albanisch, Türkisch, Spanisch und Serbisch-Kroatisch sprechen können.

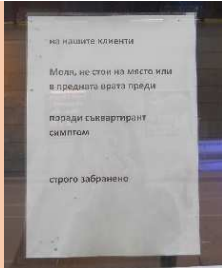


Bild Nr. 2

Aushang auf Bulgarisch am Schaufenster eines türkischen Lebensmittelladens.
Übersetzung: Für unsere Klienten Bitte stehe nicht am Platz/ in der vorderen Türe vorne.
Auf Grund des Mitbewohners Symptom streng verboten!



Bild Nr. 3

Mehrsprachiger Aushang am Schaufenster eines städtischen Kindergartens mit der Aufforderung die Türe immer geschlossen zu halten in folgenden Sprachen: Deutsch, Türkisch, Bosnisch/Kroatisch, Englisch und Serbisch.



Bild Nr. 4

Aufschrift auf Deutsch und Türkisch an der Änderungsschneiderei.



Bild Nr. 5

Aufforderung auf Deutsch und Türkisch an einem Restaurant angebracht.



Bild Nr. 6

Ein Werbeplakat in Urdu angebracht an einer Imbissstube.



Bild Nr. 7

Aushang in Paschtu/Dari am Schaufenster eines Geschäfts.



Bild Nr. 8

Wegweiser auf Deutsch und Türkisch an der Türe eines Bars/Restaurants angebracht.



Bild Nr. 9

Eine Aufforderung/Information an einer Imbissbude in deutscher und türkischer Sprache. Das letzte Zeichen konnten wir keiner Sprache zuordnen.

WIEDEN



Bild Nr. 10

Geschäftsschild (Z & D Küchen Markt) mit chinesischem Schriftzeichen und deutscher Sprache.



Bild Nr. 11

Geschäftsschild (Suntravel Reisebüro) mit chinesischem Schriftzeichen und Deutsch. Das Label ist auf Englisch.



Bild Nr. 12

Geschäftsschild mit chinesischem Schriftzeichen und lateinischer Schrift mit Ausführungen auf Deutsch.



Bild Nr. 13

Ein Hinweisschild mit chinesischem Schriftzeichen an der Hauswand eines Lebensmittelladens angebracht.

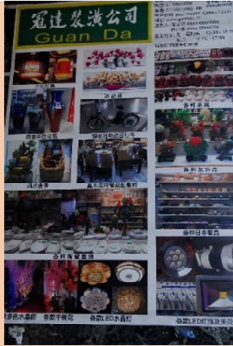


Bild Nr. 14

Produktplakat mit chinesischer Aufschrift an einem Haushaltsgeschäft angebracht.



Bild Nr. 15

Eine Tafel mit chinesischer Aufschrift vor einem Restaurant.



Bild Nr. 16

Geschäftsschild (Deutschzentrum für Chinesen) mit chinesischem Schriftzeichen und deutscher Aufschrift.



Bild Nr. 17

Geschäftsschild (Chinazentrum für Sprache und Kultur) mit chinesischem Schriftzeichen und deutscher Aufschrift.



Bild Nr. 18

Geschäftsschild (Verein für chinesische Literatur) mit chinesischem Schriftzeichen und deutscher Aufschrift. Das Label ist auf Englisch.





Bild Nr. 19

Geschäftsschild (Zeitung für Chinesen in Europa) mit chinesischem Schriftzeichen und deutscher Aufschrift. Das Label ist auf Englisch.



Bild Nr. 20

Geschäftsschild eines Handwerksbetriebs mit chinesischem Schriftzeichen und einem weiteren Zeichen, das nicht eindeutig zuzuordnen ist.



Bild Nr. 21

Geschäftsschild eines chinesischen Lebensmitteladens mit chinesischem Schriftzeichen und deutscher Sprache.

3 MÄRKTE

Der Marktplatz ist der öffentliche Bereich, indem die sprachlichen Ressourcen der sich darin befindenden Personen durch die Dynamik von Raum und Mobilität zusammentreffen. Laut Pennycook und Otsuji sind hier die Sprachen „blended, sorted, created, used for new purposes, taken up, tossed aside, learned and renewed.“ (Pennycook and Otsuji 2015:30)



Bild Nr. 22

Aufnahme vom Hannover Markt.

Produktbezeichnung auf Serbisch und die Produktbeschreibung auf Deutsch.



Bild Nr. 23

Aufnahme vom Hannover Markt. Aushang auf Deutsch und Farsi an einem Imbisstand.



Bild Nr. 24

Aufnahme vom Hannover Markt. Mehrsprachige Schaufenstergestaltung eines Lebensmitteladens.



Bild Nr. 25

Aufnahme vom Hannover Markt. Aushang mit Produktbezeichnung auf Albanisch und Türkisch.



Bild Nr. 26

Aufnahme vom Viktor Adler Markt.
Produktbeschreibung auf Deutsch und Arabisch.



Bild Nr. 27

Aufnahme vom Viktor Adler Markt.
Produktbeschreibung auf Bulgarisch.





Bild Nr. 28

Aufnahme vom Viktor Adler Markt. Aushang an einem Restaurant auf Serbisch und Deutsch.



Bild Nr. 29

Aufnahme vom Viktor Adler Markt. Werbeflatkat auf Arabisch an einem Marktstand angebracht.





Bild Nr. 32

Aufnahme vom Brunnenmarkt. Aushang am Marktstand mit Produktbezeichnungen auf Serbisch.



Bild Nr. 33

Aufnahme vom Brunnenmarkt. Aushang am Marktstand mit arabischer und deutscher Aufschrift.

METROLINGUALISMUS

In der Theorie des Metrolingualismus werden Sprachen eher als Repertoires bezeichnet, die dazu dienen kommunikative Handlungen zu vollziehen, so, dass Sprecher- oder Schreiber*innen alle ihre in ihrem Repertoire verfügbaren Ressourcen nutzen, um das Ziel einer kommunikativen Handlung zu erreichen. (Pennycook and Otsuji 2015)

Metrolingualismus ist ein hauptsächlich städtisches Phänomen, das überall dort anzutreffen ist, wo Menschen mit verschiedenen Sprachen gemeinsam handeln und kommunizieren. Hier verschwimmen die Grenzen zwischen den Sprachen und neue „Repertoires“ entstehen.



Bild Nr. 34

Aufnahme vom Hannover Markt.

FISTKocHen KARTOFFEeL sikma → Festkochende Kartoffel Sigma.



Bild Nr. 35

Aufnahme vom Meidlinger Markt. **knouBLACK** → Knoblauch



Bild Nr. 36

Aufnahme vom Brunnenmarkt. **Dolma** → ist dolmalık biber damit gemeint: Türkisch Paprika zum Befüllen.



Bild Nr. 37

Aufnahme vom Viktor Adler Markt. Pettesilie → Petersilie



Bild Nr. 38

Aufnahme vom Brunnenmarkt. Dille, Peteziele →
Dill, Petersilie



Bild Nr. 39

Aufnahme vom Brunnenmarkt. Cuchini → Zucchini



Bild Nr. 40

Aufnahme vom Hannover Markt. MELnZA → Melanzani



Bild Nr. 41

Aufnahme vom Viktor Adler Markt. **Portulak** „TSEMISOTTO“ → Portulak „Semizotu“ aus dem Türkischen adaptiert.



Bild Nr. 42

Aufnahme vom Brunnenmarkt. **Gurgen** → Gurken
MELLIGE → mehlige



Bild Nr. 43

Aufnahme vom Brunnenmarkt.

Gurunes, Dile, Petesil, Sinitlah → Grünes, Dill, Petersilie, Schnittlauch



Bild Nr. 44

Aufnahme vom Meidlinger Markt. **Mealige Kartoffeln** → Mehligte Kartoffeln



Bild Nr. 45

Aufnahme vom Viktor Adler Markt. **Cilli scharf** → Chilli scharf

GRAFFITI UND AUFKLEBER



Bild Nr. 46

Tschetschenien auf Russisch mit kyrillischem Alphabet. Verkehrtes „R“ am Ende.



Bild Nr. 47

Großflächiges Graffiti mit mindestens 3 Sprayer tags. Links unten der Aufruf „insan olak“ übersetzt „lasst uns menschlich sein“. Die Konjugationsform „olak“ findet in Mittel- und Südostanatolien Verwendung.



Bild Nr. 48

Schriftzug auf Deutsch. „Späti“ ist eine über den allgemeinen Ladenschluss hinaus geöffnete kleinere Verkaufsstelle in einer Großstadt, vor allem in Berlin.



Bild Nr. 49

Schriftzug auf BKS. Übersetzung:
„100 Jahre; 1911 Hajduk Split 2011 die Liebe bleibt“. Hajduk Split ist ein traditionsreicher kroatischer Fußballverein aus der Stadt Split.





Bild Nr. 50
Schriftzug auf Spanisch



Bild Nr. 51
Rechts unten im Bild ist ein Schriftzug auf Deutsch zu sehen, das mit dem türkischem Wort „Çarşı“ (eine Fangruppierung des Fussballvereins Beşiktaş Istanbul, der auch politisch sehr aktiv ist) übersprüht wurde. Mittig im Bild ist ein weiterer Schriftzug auf Deutsch zu sehen, der möglicherweise einem politischen Diskurs unterliegt.





Bild Nr. 52

Aufkleber, dessen Zeichen an die Marke The North Face erinnert.



Bild Nr. 53

Aufkleber für ein Tattoo Studio. Darauf ist das Bild einer Matryoschka, die russische Schachtelpuppe aus Holz, zu sehen.



Kontakte:

Thomas.Fritz@vhs.at

Dilek.Tasdemir@vhs.at

Link zur mehrsprachigen Google Maps:

<http://www.vhs.at/lernraumwien/linguistic-landscape.html>

