

dig wie großzügig an ihrem Erfahrungsschatz teilhaben. Selten habe ich so gerne in einem Lehrerhandbuch gelesen.

Das Lehrerhandbuch hat zwei Anhänge. Der erste ist eine Vorlage für einen Test, der durchgeführt werden kann, wenn *Zhōngguó zì – Rènzhī* durchgearbeitet wurde. Die korrekten Antworten findet man dort ebenfalls. Gerade hinsichtlich des Tests hatte Wan Yexin bei Kolleginnen, denen sie den Test gezeigt hatte, Skepsis geerntet (persönliche Kommunikation mit Frau Wan), da er auch Wissensfragen auf Chinesisch enthält und eine Reihe von Schriftzeichen zu analysieren verlangt. Doch alle Teilnehmer/innen des Kurses haben ihn erfolgreich bestanden, was die Autorin – sicherlich zu Recht – als Zeichen für den Erfolg ihres Arbeitsbuches wertet.

Die Lektüre des Lehrerhandbuchs war für mich inhaltlich und didaktisch eine Bereicherung, obwohl ich noch keine Gelegenheit hatte, mit *Zhōngguó zì – Rènzhī* zu unterrichten. Allen, die Interesse an Schriftzeichendidaktik haben, sei es hiermit wärmstens empfohlen. Und alle, die schriftzeichendidaktisch tätig werden (müssen), ohne darauf ausreichend vorbereitet worden zu sein, sollten dieses Lehrerhandbuch als Pflichtlektüre betrachten. Es zu lesen wird sich mit Sicherheit lohnen!

Cornelia Schindelin

Hack, Telse und NI Shaofeng (Hrsg.) (2015), *网络汉语 Chinesisch im Internet. Ein Social-Media-Lesebuch. Chinesisch-Deutsch*, Hamburg: Helmut Buske Verlag, 215 Seiten, 19,90 € ISBN: 978-3-87548-672-8

Das von Telse Hack und Ni Shaofeng herausgegebene Werk *Chinesisch im Internet* ist ein spezielles Lesebuch – kein Lehrbuch! – für fortgeschrittene Lernende oder Studierende. Das Ehepaar, beide seit vielen Jahren auch an der Universität Hamburg als Chinesisch-Lektoren tätig, hat den zeitgemäßen Unterrichtsstoff ausgewählt, übersetzt und erläutert. Die Autoren benutzen Internettexpte auch im Unterricht oder weisen auf die Thematik hin, die in dieses Buch aufgenommenen Blogs wurden aber noch nicht verwendet.

Wer sich für China interessiert und Chinesisch lernt, möchte auch in der Lage sein, dort das Internet und *social media* zu nutzen. Wie in Deutschland so wird auch in China mithilfe des Internets gelernt, geforscht und vor allem kommuniziert, es wird gebloggt, gechattet und getwittert. Der dabei verwendete Sprachstil wird normalerweise an keiner (Hoch)Schule unterrichtet.

Das zweisprachige Textbuch ermöglicht den Einstieg in diesen Bereich der Kommunikation. Zu aktuellen Themen wie zum Beispiel Bioprodukte, die Kampagne gegen Gerüchte im Internet, Immobilienpreise, Probleme bei der Partnersuche, Tischmanieren oder Luftverschmutzung werden Originaltexte aus dem Internet verwendet, denn sie vermitteln die im Netz und auf der Straße herrschende Umgangssprache.

Bei der Textauswahl haben die Autoren darauf geachtet, dass das Vokabular vielfältig ist und die Sätze nicht zu anspruchsvoll formuliert sind, wobei das Fachvokabular selbst und der themenbezogene Fachwortschatz an sich schon große Herausforderungen darstellen. Die zehn Kapitel sind aufsteigend nach Schwierigkeitsgrad angelegt (bis C1) und beginnen etwa bei Stufe B1 des Europäischen Referenzrahmens, d. h. es werden schon recht bis sehr gute Chinesischkenntnisse vorausgesetzt. Um die Bandbreite der Texte aufzuzeigen, sollen die Themenkomplexe hier zitiert werden. Kapitel 1 beschäftigt sich mit [涉外婚姻] 带爸爸妈妈和老公家人吃饭回来，心里异常难过 ...../[binationale Ehen] Nach der Rückkehr von einem Essen mit meinen Eltern bei der Familie meines Mannes bin ich äußerst niedergeschlagen ...“. Danach folgen die Kapitel 2 „女友不符合家人标准。/Meine Freundin entspricht nicht den Vorstellungen meiner Familie.“, Kapitel 3 „谁才是有机消费群的主体? 有机生活论坛 有机原创。/Wer sind eigentlich hauptsächlich die Konsumenten von Bioprodukten? Forum – Bioleben. Mitgliederbeiträge im Bioforum.“, Kapitel 4 „高房价能让穷人住上房子何错之有? /Mittels hoher Immobilienpreise Wohnraum für sozial Schwache schaffen. Was ist falsch daran?“, das längere Kapitel 5 „那小兵。房姐最大错误是没有移民美国。/Jener kleine Gardist. Der größte Fehler Fangjies war es, nicht nach Amerika ausgewandert zu sein.“

Die Taiwanerin GAO Yingjun zeichnet für die Übersetzung von Kapitel 6 „台北到綠島、台東(四天四夜)。/Von Taipei nach Lüdao und Taidong (vier Tage und vier Nächte).“, das den speziellen Blog-Wortschatz Taiwans wiedergibt. Anschließend folgen Kapitel 7 „PM2,5 起中文名引争议网友: 让人吸得更放心? /Die Suche nach einer chinesischen Bezeichnung für PM 2,5 sorgt für Diskussionen. Ein Internetnutzer: Sollen wir (den Schmutz) jetzt beruhigter einatmen?“, Kapitel 8 „火墙内外:《新闻联播》显传奇电视观众最满意?/Firewall, drinnen und draußen: Die “Abendnachrichten”, sie zeigen sich legendär, haben sie die zufriedensten Fernsehzuschauer?“, Kapitel 9 „月光博客。也谈 CCTV 1 的“打击网络谣言”。/Mondscheinblog. Ebenfalls ein paar Worte zu der “Bekämpfung von Gerüchten im Internet” im CCTV.“ und schließlich Kapitel 10 „这样的比赛有意义吗? /Ist so ein Wettkampf sinnvoll?“. Den Abschluss des Werkes bilden die Quellennachweise.

Die Texte werden im Original (ungerade Seite) und in deutscher Übersetzung (gerade Seite) gegenüberstehend geliefert. Diese Gegenüberstellung kann problematisch sein, da Chinesisch-Lernende leicht dazu verführt werden, vorzeitig auf die deutsche Übersetzung zu schielen. Andererseits sehe ich auch einen Vorteil darin, dass nämlich Deutsche, die ganz allgemein etwas zu *social media* in China lernen wollen, dabei ohne Chinesischkenntnisse auskommen können; die Zielgruppe des Buches ist also erweitert.

Alle Blog-Einträge sind voller Wortneuschöpfungen, Sprachwitz, und Anspielungen. Es finden sich Lehnwörter, z. B. aus dem Japanischen, und Verschriftlichungen chinesischer Dialekte. Manchmal werden nur zum Spaß Schriftzeichen durch andere ähnlich lautende Zeichen ersetzt und auf den ersten Blick harmlos und willkürlich scheinende Zahlenreihen können geheime Botschaften enthalten: 53319 = 我常常要酒。 *Wǒ chángcháng yào jiǔ*. Die Autoren haben texttypische Fehler, wie die falsche Verwendung von 的 *de* oder falsches Hanyu Pinyin, aus Authentizitätsgründen belassen.

Mit angegeben sind der Blogname (Nickname), Datum und Uhrzeit. Die Anmerkungen geben Erläuterungen zum Wortschatz oder vermitteln Hintergrundwissen, und nur hier werden spezielle Begriffe auch in Hanyu Pinyin angeboten. Schön wäre es, wenn die Kapitel mit einem Screenshot des jeweils „authentischen“ Blogs illustriert worden wären. Allerdings liefert der Verlag zu jedem Thema ein passendes doppelseitiges Foto. Wer die Zeit hat, kann durch Eingabe der Quellen aus dem Anhang des Buches die Blogs im Netz aufrufen und sich so ein aktuelles Bild machen.

Ein Beispiel aus dem – mit zum Teil sehr langen Einträgen ausgestatteten – Bio-Bereich: Auf S. 40/41 ist der Blog-Eintrag Nr. 4 zxn019 gepostet am 08.10.2009 um 12:09: „Um's mal klar zu formulieren: Die Konsumenten finden, dass es sich nicht lohnt!“ / 4# zxn019 发表于 2009-10-8 12:09: „说白了, 就是消费者觉得不值!“, der sich sehr umgangssprachlich ausnimmt. Und weiter S. 50/51: Nr. 37 dummer Ochse gepostet am 03.07.2011 um 17:58 „An meinen Vorredner: Bitte bring „grüne“ und „Bio-“Lebensmittel nicht durcheinander. Das sind zwei unterschiedliche Begriffe. Falls Du das nicht verstehst, schau bitte bei Baidu nach!!!!“ / „37# 笨牛发表于 2011-7-3 17:58 „楼上<sup>10</sup>, 绿色食品与有机食品的概念请别混淆, 两者是不同的概念。不懂请百度<sup>11</sup>!!!!“ Zwei Anmerkungen ergänzen den Eintrag: <sup>10</sup> 楼上 lóushàng Autor des vorhergehenden Posts <sup>11</sup> 百度 Baidù chinesischer Suchdienst, ähnlich google, hier verbal verwendet, wie „googeln“ (die Autoren hätten auch durchaus übersetzen können: „Falls Du das nicht verstehst, „baidu“ mal).

Im Kapitel zu hohen Immobilienpreisen sind deutliche und drastische Worte zu finden, die nicht mit Gesellschaftskritik sparen: Auf S. 60/61 liest man: „Aber in einer Gesellschaft wie dieser, in der sich die Vorstellungen

von Richtig und Falsch umgekehrt haben, zahlt man für die Wahrheit einen hohen Preis. Professor Jin z. B. wird in den letzten Tagen wenig Wasser verbraucht haben. Die Spucke der Internetuser hat sicher zum Waschen gereicht. / 但是在这个黑白颠倒<sup>4</sup>的社会, 说真话是要付出沉重代价的, 比如金教授这几天肯定节约用水了, 网友的吐沫足够让他洗澡了。“ Zu Anmerkung 4 wird erläutert: „<sup>4</sup> 黑白颠倒: hēi bái diāndào wörtl. schwarz und weiß sind umgekehrt“.

Bei vielen weiteren Blogs finden sich ebenfalls sehr witzige Einträge, auch die Nicknames sind teilweise kurios und sprechen für sich bzw. lassen viel über das Wunschbild der Blogger von sich selbst sagen. Es wird kein Blatt vor den Mund genommen und wüst auf Staat, Gesellschaft, Politik und Partei sowie die anderen User geschimpft (siehe dazu Kapitel 5, und z. B. auch S. 122/123, 142/143ff., 170/171).

Insgesamt bin ich sehr beeindruckt von der Übersetzungsleistung, da es den Autoren vielfach gelungen ist, den chinesischen Sprachstil adäquat, und dabei auch frei und wortspielerisch, ins Deutsche zu transferieren. Die Übersetzungen sind flüssig zu lesen, oft nehmen die Einträge im Chinesischen großen Raum ein und werden online sehr ausführlich kommentiert. Als deutsches Lesebuch bietet das Werk eine große Bandbreite an zeitgemäßen Internettexten an, das hiermit eine Marktlücke schließt. Ich kann mir vorstellen, dass mithilfe dieses *Social-Media-Lesebuchs* auch Wissenslücken geschlossen werden können, empfehle aber, für den Unterricht Arbeitsblätter zu erstellen bzw. je nach Lernniveau die Kapitel einschlägig vorzubereiten.

Christine Berg

Hauser, Françoise (2015), *Gebrauchsanweisung Chinesisch. So funktioniert die meistgesprochene Sprache der Welt*, Stuttgart: Reclam, 203 Seiten, 18,90 € ISBN 978-3-15-010993-9

Um es gleich vorwegzunehmen: Das Buch gefällt mir. Diese *Gebrauchsanweisung* ist eher ein Sach- als ein Fachbuch, aber gerade für (erwachsene) Anfänger des Chinesischen ein sehr brauchbares. Sie ist als Taschenbuch ausgestattet, doch anders, als man bei Reclam vielleicht erwartet, ist der Umschlag tatsächlich farbig bedruckt. Er zeigt eine nächtliche Aufnahme chinesischer Leuchtreklamen in verschiedenen Farben, wobei rote Schriftzeichen vorherrschen.