**Das Medienformat Reiseblog: funktional, stilistisch und multimodal**

Abstract

In der modernen Gesellschaft sind wir Zeugen zwei immer bedeutenderen Phänomenen – der Globalisierung und der Digitalisierung, aufgrund welcher die Welt zu einem »globalen Dorf« geworden ist. Das Verreisen kommt in Mode. Zudem erfreut sich das Internet großen Zuspruchs, denn die Reisenden bedienen sich nicht mehr nur der (gedruckten) Reiseführer, sondern informieren sich über ihre Reiseziele auch im Web. Mehrere erstellen – aus Liebe zum Reisen oder als Einkommensquelle – ihre eigene Webseite und veröffentlichen darauf Reiseblogs.

Diese Thematik ist in ein umfangreicheres Forschungsprojekt eingebettet, in dem deutsche Reiseblogs aus text- und medienlinguistischer sowie multimodaler Perspektive untersucht werden. Im Vortrag sollen zunächst die theoretischen Grundlagen für die geplante Dissertation kurz beschrieben werden. Anschließend sollen die Ergebnisse einer Fallstudie am Beispiel des deutschen Reiseblogs „*We travel the World*“ der Blogger Caro und Martin präsentiert werden.

Im Rahmen des theoretischen Teils der im Vortrag zu präsentierenden Fallstudie sollen zunächst die Hauptmerkmale der Kommunikation im digitalen Zeitalter sowie der Begriff Text in Zeiten von Web 2.0 und das neue Medienformat Webblog kurz beschrieben werden. Der Blog wird hierbei als Medienformat verstanden, d. h. ein medial-technisches Arrangement mit einem bestimmten Nutzungspotential, das aufgrund der technischen Möglichkeiten neue Handlungsspielräume eröffnet und so auch unterschiedliche kommunikative Funktionen erfüllen kann (vgl. Gloning 2011).

Im weiteren Verlauf des Vortrags sollen die wichtigsten Ergebnisse der Fallstudie zusammengefasst werden. Die Analyse des Reiseblogs „*We travel the World*“ zeigte, dass Texte in Zeiten von Web 2.0 durch das Medium Internet stark geprägt sind, was sich auf ihre Funktionalität, Thematizität sowie sprachliche und graphische Gestaltung auswirkt. Reiseblogs erfüllen verschiedene kommunikative Aufgaben wie etwa die der Selbstdarstellung, Informierung, Unterhaltung, Bewertung, Werbung, Instruktion (Ratgeber) und schließlich Kontaktaufrechterhaltung. Die multimodalen Ressourcen tragen zu den einzelnen Funktionen des analysierten Reiseblogs wesentlich bei. Die werbende, unterhaltende und selbstdarstellende Funktion dieses Reiseblogs sind die wesentlichen Steuerungsgrößen der multimodalen Ressourcen (Layout, Bilder, Typographie, Videos und Farbe).

Abschließend wird in einem Ausblick auf einige weitere Aspekte der Reiseblogs (wie etwa Partizipationsfunktion und die soziale Rolle der Blogger-Netzwerke) hingewiesen, die wesentlich zum kommunikativen Aspekt der Reiseblogs beitragen und in weiterführenden Analysen im Rahmen der Promotion ausführlich behandelt werden.