

## **Das Medium WWW als translationsdidaktische Herausforderung**

### **1. Einleitung**

Sowohl in der Wissenschaft als auch in der Alltagsverwendung wird der Begriff Medium mehrdeutig in vielen Facetten verwendet. Grundsätzlich lassen sich drei Bedeutungskategorien differenzieren: „(1) Medium als technischer Informationsträger, (2) Medium als Publikations- und Kommunikationsform, (3) Medium als Codesystem“ (Wagner 2010, 12). Im Folgenden werden wir für die gegenständlichen didaktischen Zwecke das Internet als technisch / organisatorischen Informationsträger ansehen, das WWW dann als spezifische Kommunikationsform für die Produktion, Publikation und Distribution von verschiedenen Textsorten betrachten.

Unbestritten ist jedoch der enorme Bedeutungszuwachs des WWW, einerseits durch die Omnipräsenz dieser Kommunikationsplattform im Alltag, andererseits durch sein explosionsartiges quantitatives Wachstum in den letzten Jahren. Zurückzuführen ist dies auf mehrere Gründe (vgl. Ryan et al. 2009, 13): Neue elektronische Inhalte wie MP3, E-Books, Video, PDA, DVD, E-Readers usw., Konversion von Print-Inhalten, User-generated-Content und spezifische Unternehmenstrategien, die gezielt den Einsatz des WWW forcieren.

Diese Entwicklung darf nicht als bloßer Medienwechsel gesehen werden, sondern muss holistisch mit all ihren Auswirkungen auf Textproduktion, Textgestaltung, Mehrsprachigkeit, technische Anforderungen und viele weitere Untersuchungsgegenstände analysiert werden. Dass dabei der gesamte Bereich der WWW-Forschung internationalisiert und den einzelnen Kultur- und Sprachräumen entsprechender Raum gegeben werden muss, haben Goggin / McLelland (2009) eindrucksvoll beschrieben. Leider wurde dabei die Mehrsprachigkeit von Webauftritten und alles, was zu ihrer Produktion nötig ist – ein Forschungsbereich, der gerade die Interlingualität und die Interkulturalität des WWW betrifft – nicht entsprechend berücksichtigt. So fordert auch Schütte (2004) dezidiert „die Ermittlung interlingualer Unterschiede und Gemeinsamkeiten bei der Vertextung von potentiell globalen Kommunikationsaufgaben“ (Schütte 2004, 135) und verweist auf die Notwendigkeit kontrastiver bzw. interkulturell vergleichender Arbeiten (Schütte 2004, 135 FN 208).

Erst und gerade dadurch wird das WWW für die Translation bedeutsam, sowohl als Forschungsbereich als auch als Anwendungsgebiet. Es erschließt sich eine neue Art von Ausgangstext, der durch das Medium WWW als Kommunikationsform, durch seine digitale Konstituierung als Text neue Herausforderungen mit sich bringt. Auf die wesentliche Neuerung durch das digitale Medium WWW und die Konstituierung des Ausgangstextes als Hypertext weisen insbesondere Góngora Ruiz (2008) und Jakobs (2003) hin: „Hypertexte sind an elektronische Umgebungen und eine spezifische Software (Hypertextsystem) gebunden“ (Jakobs 2003, 236). Jede Art von Bearbeitung, Veränderung, Installation und damit auch Translation von Hypertexten erfordert somit den Einsatz von Technologie, wodurch an die Ausbildung neue Anforderungen gestellt werden.

In diesem Zusammenhang spricht man von Computer Mediated Communication (CMC) (vgl. O'Hagan / Ashworth 2002), das ein Überdenken des linguistischen Textverständnisses erforderlich macht: „Copying, pasting, hyperlinking, the CMC ‚text‘ with its new ‚fluidity‘ (Nentwich 2003) trespasses its own borders“ (Giltrow / Stein 2009, 2). Die Aktualität des Mediums und die stetige Überarbeitung, Weiterentwicklung zu neuen technischen Möglichkeiten sowie die pragmatische Anpassung an die fachlichen und beruflichen Anforderungen führten dazu, dass sich einerseits neue Textsorten herausgebildet haben (Jakobs 2003, Schütte 2004, Rehm 2007), andererseits aber auch bestehende Printtextsorten übernommen und angepasst wurden: „The general characteristic of Internet genres appears to be a greater fluidity and pragmatic openness“ (Giltrow / Stein 2009, 9).

Zusätzlich zu den grundsätzlichen medienbedingten Neuerungen spielt auch die Situation des Lokalisierungsmarktes eine bedeutende Rolle, der durch die drei Faktoren Menge, Zugang und Personalisierung gekennzeichnet ist (Ryan et al. 2009, 1). Ryan et al. (2009) zeigen anhand dieser drei Faktoren die Herausforderungen moderner Lokalisierung auf, die sich um die Schlüsselwörter Schnelligkeit und Qualität drehen. Für die Ausbildung von Vorrang ist der Faktor Menge, da durch die exponentielle Zunahme an digitalen Inhalten die Nachfrage nach lokalisierten Websites bzw. lokalisierten digitalen Inhalten angestiegen ist, was im letzten Jahrzehnt (2000-2010) zu einem eklatanten Missverhältnis zwischen der Notwendigkeit an lokalisierten Inhalten (zur Steigerung des Produktabsatzes, aber auch zur Überwindung des Digital Divide, zur globalen Demokratisierung, zur Effizienz globaler NGOs usw.) und der zur Verfügung stehenden Ressourcen an ausgebildetem Personal und finanziellen Mitteln führte. So war bereits 2000 in der *eContent Localisation Study* der Europäischen Kommission zu „Exportpotenzial und sprachlicher Anpassung digitaler Produkte und Dienstleistungen“ die Rede von einem „eklatanten Mangel an fachlichen Fähigkeiten“ innerhalb der Europäischen Union, die es gilt, durch entsprechende Schwerpunktbildungen und Ausbildungsinitiativen in Angriff zu nehmen: „temps nouveaux, métiers nouveaux“ (Gouadec 2004, 67).

Die Praxisrelevanz und Aktualität wird ebenso von der schier unermesslichen Menge an mehrsprachigen Informationen im WWW unterstrichen: So werden die Webauftritte von

global agierenden Unternehmen stets in mehreren Sprachen angeboten: Für die 50 exportstärksten Unternehmen Österreichs beispielsweise sind dies im statistischen Mittel drei Sprachen (Sandrini 2007; 2009). So verwundert es auch nicht, dass der größte Bedarf an Lokalisierungsleistungen aus dem wirtschaftlichen Umfeld stammt, wo der Faktor der Rentabilität von Mehrsprachigkeit an erster Stelle steht. De Palma (2002) beispielsweise stellt die Weblokalisierung in einen größeren betriebswirtschaftlichen Zusammenhang und zeigt in anschaulicher Weise die Vorteile der Lokalisierung von Webauftritten, die sich betriebswirtschaftlich mit Hilfe des *Return on Investment* ROI (De Palma 2002, 230) berechnen lassen. Durch die Verwendung eines betriebswirtschaftlichen Begriffsinventars – De Palma spricht „in business critical terms“ (De Palma 2006, 34) – erhält der Dienstleister, d. h. der Übersetzer, Argumente für die Rechtfertigung seiner Arbeit (hierzu ebenfalls Wright 2001, 592) und der damit verbundenen Kosten zur Verfügung gestellt: De Palma spricht vom Übergang „from budget beggar to valued business partners“ (De Palma 2006, 25).

Zunächst werden wir im Folgenden die für die Ausübung der Tätigkeit der Weblokalisierung nötigen Kompetenzen darstellen, um danach das konkrete Ausbildungsmodul in Innsbruck zu beschreiben.

## 2. Translation von Webauftritten: Anforderungen

Folaron (2006, 204) beschreibt die allgemeinen Voraussetzungen für die Lokalisierungsausbildung und weist darauf hin, dass die von ihr genannten cognitive skills – worunter sie „conceptualization; abstraction; research; analysis; synthesis; comparison; strategic application; critique; and formulation of original thought“ (Folaron 2006, 204) subsumiert – bereits im Mittelpunkt der meisten geisteswissenschaftlichen Ausbildungsgänge stehen, während die von ihr genannte zweite Gruppe an Kompetenzen im Rahmen der Interdisziplinarität zu sehen ist, die auch ein wesentliches Kennzeichen der Translationswissenschaft darstellt. Für unsere Zwecke müssen wir nicht so weit ausholen, da lediglich ein Modul innerhalb des Studienganges Translationswissenschaft beschrieben wird, der bereits die genannten allgemeinen Bereiche abdecken sollte. Ebenso konzentrieren wir uns auf die Weblokalisierung im Speziellen, obgleich auch hier die von Folaron für die Lokalisierung im allgemeinen unter den drei Punkten *Management, Technology, Language-Culture* (Folaron 2006, 213) zusammengefassten spezifischen Kompetenzen zum Tragen kommen.

Im Vergleich dazu definiert Quirion (2004, 15) 6 für die Lokalisierung notwendige Teilfähigkeiten: Übersetzen, Adaptieren, Lokalisieren (Methode, Etappen), spezialisierte Software, Projektmanagement, Reflexion über Veränderungen.

Guoade (2004, 52) spezifiziert detaillierter, setzt das Fachübersetzen anstelle des allgemeinen Übersetzens voraus, fügt Fragen der Ergonomie im Zusammenhang

mit der Gestaltung von Webseiten als Interaktionselement sowie die Informatik als Schlüsselqualifikation hinzu und verweist als letzte und nicht zu unterschätzende Kompetenz auf den Hausverstand „le bon sens“ (Gouadec 2004, 52), der leider nicht Unterrichtsgegenstand ist. Gouadec unterscheidet klar zwischen den nötigen Kompetenzen für die Softwarelokalisierung und den Anforderungen der Weblokalisierung. Er beschreibt die konkrete Vorgangsweise bei der Lokalisierung eines Webauftrittes detailliert in 12 Schritten (Gouadec 2004, 44) und zeigt klar auf, dass eine solche Dienstleistung keinesfalls nur die reine Übersetzung beinhaltet, sondern vielfältige andere Aufgaben rund um diesen Prozess: Von der Analyse des Webauftrittes, dem Projektmanagement und Arbeiten im Team bis hin zur Webseitenproduktion, der Qualitäts- und Funktionskontrolle sowie der Suchmaschinenoptimierung (vgl. auch Gondouin 2007).

In die gleiche Kerbe schlägt Wright (2001, 589), wenn sie den gesamten Workflow des *information management* und *document development* innerhalb des mehrsprachigen Webs (*website globalization technologies*) aufzeigt, der hochkomplex, kooperativ, teilautomatisiert und iterativ abläuft und sich von „the traditional linear document production chain“ deutlich unterscheidet (Wright 2001, 589).

Die Translation von Webaufritten erfordert also zusätzliche Kompetenzen, obgleich wir sie immer noch als eine neue Art der Spezialisierung des Übersetzers sehen und keinesfalls die Lokalisierung unabhängig vom Übersetzen betrachten wollen. Dieser Zusammenhang war Gegenstand zahlreicher Debatten, wobei die Abgrenzung und Klärung der Begriffe Translation und Lokalisierung im Mittelpunkt stand. Wir nennen unser Ausbildungsmodul bewusst *Website Translation*, um den Zusammenhang zur Fachübersetzung herzustellen und das Modul in der Übersetzerausbildung zu verwurzeln, aber auch um ihn von der Softwarelokalisierung abzugrenzen.

Inhaltlich schließen wir uns jedoch der klaren Definition der Begriffe in Wright (2001, 590) an, wo die Globalisierung einerseits in Zusammenhang gebracht wird mit der Internationalisierung i.S. des Vorbereitens eines Produktes zur möglichst optimalen Anpassungsfähigkeit und andererseits mit der Lokalisierung i.S. der für jeden Sprach- und Kulturraum zu wiederholenden globalen Anpassung eines Produktes oder einer Dienstleistung und der Translation, die hier eher auf die sprachliche und textuelle Anpassung bezogen wird:

$$\text{globalization} = [\text{internationalization} + (\text{Nx-localisation} + \text{Nxtranslation})]$$

(Wright 2001, 590)

Ebenso stimmen wir darin überein, dass für das Erstellen eines mehrsprachigen Webauftrittes, ob man dies nun Lokalisierung oder Translation nennt, eine ganze Reihe von Kompetenzen notwendig erscheinen, die in der Übersetzerausbildung bisher noch nicht vorhanden sind.

### 3. Innsbrucker Konzept: Pflichtwahlmodul Website Translation

Wenn man die Ausbildungsinhalte aufgrund der unterschiedlichen sprachlichen Vorkenntnisse und technischen Erfahrungen der Auszubildenden getrennt betrachten möchte, können grundsätzlich zwei unterschiedlich angelegte Ausbildungsgänge (Quirion 2004, 22) konzipiert werden: Lokalisierungskurse für sprachlich ausgebildete Personen einerseits und Kurse für technisch ausgebildete Personen andererseits. Erstere benötigen technische Inhalte, letztere eine Vertiefung der sprachlichen und übersetzungsspezifischen Fähigkeiten.

Im Falle des hier zur Diskussion stehenden Moduls *Website Translation* im Rahmen des translationswissenschaftlichen Masterstudienganges an der Universität Innsbruck trifft ersterer Fall zu: Die Vorkenntnisse der Auszubildenden sind eindeutig sprachlich ausgerichtet, das Institut zählt zur kulturwissenschaftlich-philologischen Fakultät und die Inhalte im vorbereitenden BA-Studiengang zielen auf eine grundlegende Sprachbeherrschung sowie eine allgemeine Übersetzungskompetenz. Darüber hinaus steht der Masterstudiengang allen BA-Absolventen der Fakultät sowie auch anderer Universitäten offen.

Zusätzlich zu beachten ist, dass das Modul lediglich ein Wahlpflichtfach darstellt. Dies bedeutet, es handelt sich um keine eigene Spezialisierung, sondern um eine Teilausbildung innerhalb einer Spezialisierung. Der MA-Studiengang Translationswissenschaft bietet die drei Spezialisierungsmöglichkeiten Fachkommunikation, Literatur- und Medienkommunikation und Konferenzdolmetschen. Neben den verpflichtenden Inhalten einer dieser drei Spezialisierungen müssen Studierende eine bestimmte Anzahl zusätzlicher Fächer absolvieren, aus denen sie auswählen können, die sogenannten Wahlpflichtfächer. Zu diesen gehört das Modul *Website Translation*, das von den Studierenden der Spezialisierung *Literatur- und Medienkommunikation* aufgrund des Stunden- und Lehrangebots quasi zum Pflichtfach wird.

Die mit der Bologna-Reform in die europäische Hochschullandschaft eingeführte Modularisierung der Studieninhalte sieht für ein Modul a) einen in sich abgeschlossenen, formal strukturierten Lernprozess, b) festgelegte, kohärente Lernergebnisse sowie c) eine vorgegebene Arbeitsbelastung vor. Alle drei Voraussetzungen sind im Modul *Website Translation* gegeben.

Auf der Grundlage der skizzierten Voraussetzungen gehen wir davon aus, dass bei den Studierenden des Masterstudienganges Translationswissenschaft bereits Kenntnisse in folgenden Bereichen vorhanden sind:

- in den jeweiligen Arbeitssprachen: Sprachkompetenz wird teilweise bereits vor dem Studium vorausgesetzt und dann im BA-Studiengang ausgebaut;
- in der Kulturkunde der betroffenen Sprachen: Der BA-Studiengang sieht sowohl „Informationen über geographische, soziodemographische, politische, wirtschaftliche und im weitesten Sinn kulturelle Fakten und Entwick-

lungen“ als auch „die wichtigsten Theorien der kulturwissenschaftlichen Forschung“ vor;

- in der Translatorik und Translatologie: Die Verfahren und Methoden des Übersetzens sowie die Reflexion über das Übersetzen sind ebenfalls fester Bestandteil des BA-Studienganges, während das Fachübersetzen in der spezifischen Spezialisierung des MA-Studienganges zum Inhalt wird (vgl. <http://translation.uibk.ac.at/studium/>);
- in der Translationstechnologie: Parallel zum Modul *Website Translation* wird im Masterstudiengang Translationswissenschaft das Pflichtmodul *Translationstechnologie* im Umfang von ebenfalls 10 ECTS angeboten, das die Grundlagen der Translationstechnologie und den Umgang mit den spezifischen Anwendungen vermittelt.

Alle anderen spezifischen Voraussetzungen versucht das Innsbrucker Modul innerhalb der vorgegebenen Grenzen zu vermitteln.

Einen für das Studium der Translation stets virulenten Streitpunkt stellt das Verhältnis von praktischen Fertigkeiten und akademischer Reflexion dar: Während eine Seite eine konkrete, für den Beruf vorbereitende Ausbildung einfordert, steht für die andere Seite die theoretische Reflexion der Inhalte und des beruflichen Handelns im Mittelpunkt. Die Notwendigkeit eines eigenen Forschungsbereiches zur Lokalisierung postuliert Folaron (2006):

The academic field of localization can complement and supplement this practice by serving as a window through which to explore different subjects of inquiry, raising issues and questions beyond the scope of localization training proper (Folaron 2006, 201).

Neben den allgemeinen Aufgaben der Selbstreflexion des praktischen Handelns sowie des Aufzeigens von möglichen Alternativen zu verwendeten Verfahren kann die Forschung beispielsweise Fragen der Entwicklung und des Einsatzes von Softwaretools nachgehen, kulturwissenschaftlich die Spezifika und Differenzen von Sprach- und Kulturräumen (vgl. Sandrini 2008b) als Lokalisierungsmärkte untersuchen oder Auswirkungen und Folgen berufsspezifischer Entwicklungen untersuchen und aufzeigen. Pierini (2007) zeigt hingegen die potentiellen Forschungsrichtungen für das Übersetzen von Webauftritten als Textsorte, Ausgangstext und mehrsprachiger Zieltext auf.

Eingebunden wird der universitäre Gedanke der forschungsgeleiteten Lehre durchaus auch im Unterricht, wenn die bestehende Literatur eingearbeitet und auf offene Fragen bzw. auf mögliche Analyse- und Forschungsbereiche hingewiesen wird. Selbständige Forschungsarbeiten können innerhalb des Moduls durch Seminararbeiten, aber auch außerhalb des Moduls durch entsprechende Qualifikationsarbeiten (Masterarbeit) bzw. durch persönliche Initiative in einschlägigen Veröffentlichungen geleistet werden.

Zudem lehnen wir in Bezug auf die eingesetzte Software jede Art von Produktschulung dezidiert ab und versuchen, Grundlagen zu vermitteln sowie spezifische Softwareanwendungen stets exemplarisch vorzustellen ohne Bevorzugung eines bestimmten Herstellers. Wright (2001, 592) unterscheidet hierbei zwischen *short-term tool-specific training* und *long-term educational goals* „that define the proper scope of a university curriculum“ (Wright 2001, 592). Ziel ist es, den Studenten einen Ein- und Überblick bzw. die nötigen Instrumente für ein weiteres spezifischeres Selbstlernen zu geben, Wright spricht von „orientation to developments and trends in the industry“ (2001, 592). Darüber hinaus wird in Innsbruck der quell-offenen und freien Software immer der Vorzug gegeben, sofern entsprechende Programme vorhanden sind, die in Qualität und Funktionalität (vgl. Guillaudeau 2009) sowie Praxiseinsatz ein den kommerziellen Systemen vergleichbares Niveau erreichen. Gerade der Bereich Webanwendungen zeigt, wie erfolgreich offene Software sein kann: Mehr als 54 % der Webserverssysteme verrichten ihre Arbeit auf der Basis freier Softwareanwendungen (für die Softwareanwendung *apache* aus [news.netcraft.com](http://news.netcraft.com), Statistik von Juli 2010) und freier Betriebssysteme (Linux).

Wie bei vielen anderen Tätigkeiten im Zusammenhang mit Sprachdienstleitungen stehen dem Übersetzer und in der Folge auch den Ausbildungsinstitutionen grundsätzlich zwei Wege offen: Entweder eignet er sich die zusätzlichen Fähigkeiten und Kenntnisse an, um die gesamte Dienstleistung anbieten zu können, oder er beschränkt sich auf das reine Übersetzen und überlässt alle zusätzlichen Leistungen anderen. Mit dieser Entscheidung sind mehrere Folgen verbunden: Im ersten Fall wird der Übersetzer zum Experten für mehrsprachige Webauftritte, rückt in der Wertschöpfungskette nach oben, erschließt sich neue Verdienstmöglichkeiten und berufliche Anerkennung: Er wird zum Weblokalisierer. Im zweiten Fall bleibt der Übersetzer der Sprachexperte, dessen Dienstleistung in der Praxis häufig ein notwendiges Übel darstellt, der aber von anderen eingesetzt wird, die den Gesamtzusammenhang im Blick haben; in der Regel sind dies dann Informatiker, Betriebswirte, die den direkten Kontakt zum Kunden herstellen.

Leider trifft man immer wieder auf die sehr restriktive Einstellung von Studenten und teilweise auch einiger Lehrender, dass die Ausbildung sich ausschließlich auf das Sprachliche mit kleineren Zugeständnissen an die kulturelle Anpassung konzentrieren solle und alles, was nicht unmittelbar praktisch verwertbar ist bzw. Grundlagenwissen betrifft, abgelehnt wird.

Kein Zweifel besteht darin, dass wir als universitäre Ausbildungsinstitution Verantwortung gegenüber unseren Absolventen tragen, um sie zu möglichst umfassenden Experten auszubilden und ihnen entsprechende Berufschancen zu eröffnen. Konkret bedeutet dies für die Ausbildungsinhalte, dass der digitale Hypertext als neue Textform, das Medium WWW, der Umgang mit Content-Management-Systemen und ihren spezifischen Mehrsprachigkeitserweiterungen, das Erstellen komplexer Webauftritte mit Sprachnavigation, das Einbinden von Translation-Memory-Systemen, Terminologiedatenbanken, Maschinenübersetzung, Projektplanungs-

applikationen sowie Qualitätsmanagementsoftware über Schnittstellen, kurz der gesamte mehrsprachige Webpublishingzyklus selbstverständlich integriert gehören.

Das Innsbrucker Modul *Website Translation* artikuliert sich damit in drei spezifischen Lehrveranstaltungen.

### **a) Textproduktion und Webtechnologien**

Dieser erste Teil des Moduls stellt sich der Frage nach der Spezifik der Texte sowie der Textproduktion im Medium WWW. Hier wird zunächst die Grundlage für das Verständnis von HTML-Texten und der dazu nötigen WWW-Infrastruktur gelegt, Carstensen et al. (2010, 159) sprechen von *texttechnologischen Grundlagen*: Basilare Kenntnisse von HTML/XHTML/CSS sowie der Zeichensatzverwendung im WWW mit Unicode (Yunker 2002) gehören dabei genauso dazu wie die technische Funktionsweise des Mediums WWW und der grundlegende Aufbau eines mehrsprachigen Webauftrittes mit Sprachen- oder Ländernavigation (Yunker 2002). Darüber hinaus werden Webauftritte als Hypertexte behandelt, die Gegenstand einer besonders angepassten linguistischen Textanalyse sein können (Storrer 2008, Huber 2002). Das Erstellen eines Hypertextes sowie die Konversion von Printtexten zu Hypertexten unter Beachtung der medien- und hypertextspezifischen Anforderungen (vgl. Storrer 2008, Eckkrammer 2004) sind ebenfalls Gegenstand dieser Lehrveranstaltung.

Die für bestimmte Kommunikationszwecke vorhandenen bzw. sich entwickelnden Konventionen in einem Sprach- und Kulturraum werden als Hypertextsorten (Jakobs 2003, Rehm 2007; 2010) angesprochen und ebenfalls unter einem kontrastiven Gesichtspunkt beleuchtet. Denkbar sind in diesem Zusammenhang auch entsprechende Masterarbeiten, die eine Hypertextsorte ausführlich kontrastiv beschreiben (vgl. Amadori 2008, Joos 2006).

### **b) Kulturspezifik und kulturelle Adaptation von Webauftritten**

Konventionen bei der Produktion von Hypertexten haben sich innerhalb einzelner Sprach- und Kulturräume herausgebildet. Wenn Translation als eine Art der Anpassung an solche Konventionen gesehen wird, kann der Übersetzer von Webauftritten Kulturspezifika grundsätzlich auf drei Ebenen begegnen (Sandrini 2008a):

1. auf der Ebene der technisch-kulturellen Aspekte wie z. B. die Zeichensatzproblematik, die Lese- und Schreibrichtung, Datums- und Zahlenformate u.ä. (Yunker 2002),
2. auf der Ebene der Textkonventionen bzw. der Hypertextsorten sowie
3. auf der Ebene allgemeiner Kulturmerkmale, wie sie Singh / Pereira (2005) anhand der Kulturdimensionen Hofstedes beschreiben (vgl. Hagenbruch 2005).



Das Neutralisieren solcher Kulturspezifika durch Internationalisierung, aber auch das zu strikte Anpassen an kulturelle Konventionen muss problematisiert und in den jeweiligen Kommunikationskontext gestellt werden, damit die Optimierung der Kommunikation über Sprach- und Kulturgrenzen hinweg gelingt (vgl. McDonough 2006).

Alle diese Aspekte werden in der Ausbildung berücksichtigt, da sie jeweils besondere Anforderungen an die Kompetenz des Übersetzers stellen. In diesem Sinn wird sich diese Lehrveranstaltung mit den Konzepten der Weblokalisierung, den Formen möglicher Adaptation sowie den Strategien der Translation von Webauftritten beschäftigen. Roter Faden ist dabei der Zusammenhang zwischen Sprache, Kultur und technischer Realisierung von Webauftritten sowie die Umsetzung solcher Translationsprojekte.

### **c) Translation von Webauftritten**

Die dritte Lehrveranstaltung schließt an die erste an und stellt eine Fortsetzung bzw. Weiterführung der dort erworbenen Grundlagen dar. Gegenstand ist hier der gesamte mehrsprachige Webpublishing-Produktionszyklus unter besonderer Berücksichtigung der Content-Management-Systeme und ihrer Integration in die Arbeitsweise des Übersetzers (vgl. Kostner 2009).

Die von Gouadec (2004, 68) und mit Einschränkungen auch Esselink (2000, 36) skizzierte traditionelle Vorgangsweise nimmt Bezug auf die manuelle Adaptation einzelner HTML-Dokumente (Web 1.0) – ein Vorgang, der aus didaktischen Überlegungen sicherlich in das Curriculum aufzunehmen ist (vgl. Punkt a) oben), jedoch nicht (mehr) die reale Arbeitssituation widerspiegelt. Im Rahmen des Web 2.0 – ein zugegebenermaßen etwas schwammiger Begriff, der aber eine Tendenz im WWW hin zu mehr Flexibilität und Benutzerfreundlichkeit durch Webanwendungen kennzeichnet – werden Webauftritte beinahe ausschließlich über Content Management Systeme (CMS) erstellt und verwaltet, die konkrete HTML-Dokumente lediglich als Output über Programmierschnittstellen und Formatvorlagen generieren. Eine Bearbeitung solcher HTML-Dokumente wäre sinnlos, vielmehr muss der Inhalt der CMS-Datenbank bereits *upstream* mehrsprachig verfasst und verwaltet werden.

Nach einer Einführung in die Grundbegriffe und Funktionsweise der Content-Management-Systeme werden die für ein erfolgreiches globales und mehrsprachiges Webpublishing zusätzlich nötigen Module (Sprachversionsmanagement, Schnittstellen zu Translation-Memory-Systemen, Maschinenübersetzungssapplikationen, Terminologiedatenbanken, Qualitätssicherungssystemen etc.) erörtert und anhand einiger bereits vorhandener Beispiele in freien CMS-Systemen auch praktisch eingesetzt.

Dadurch soll der moderne Workflow bei Webtranslationsprojekten sowie der Umgang mit den sich dauernd ändernden Informationsangeboten im Web nähergebracht werden.

## 4. Schlussbemerkungen

Mit diesem Modul hoffen wir, den auch für den lokalen Markt besonders wichtigen Bereich der Translation von Webauftritten in das Mastercurriculum des Studienganges Translationswissenschaft integrieren zu können und damit ebenfalls zur Aktualität und Vollständigkeit des Lehrangebotes in Innsbruck erfolgreich beitragen zu können.

Bewusst ist uns dabei, dass dies ein erster Ansatz ist, der in Anbetracht der gesammelten Erfahrungen angepasst und modifiziert werden muss. Der enge Rahmen eines solchen Wahlpflichtmoduls brachte es mit sich, dass auf einige zusätzlich wünschenswerte Inhalte vorerst verzichtet wurde: So z. B. Grundkenntnisse im Marketing (vgl. Schewe 2001), im Projektmanagement sowie im Qualitätsmanagement – Aspekte, die insbesondere für die Translation von Webauftritten wichtig wären.

## Literaturverzeichnis

- Amadori Chiara (2008): *Differenze culturali e traduzione per il web: analisi comparativa di siti internet italiani e austriaci*. Diplomarbeit Forlì/Innsbruck.
- Carstensen, Kai-Uwe / Ebert, Christian / Ebert, Cornelia / Jekat, Susanne / Klabunde, Ralf / Langer, Hagen (Hg.) (2010): *Computerlinguistik und Sprachtechnologie: eine Einführung*. Heidelberg: Spektrum.
- De Palma, Donald (2002): *Business without Borders. A Strategic Guide to Global Marketing*. Boston / Indianapolis / London: Wiley and Sons.
- De Palma, Donald (2006): Quantifying the return on localization investment. In: Keiran Dunne (Hg.): *Perspectives on Localization*. Amsterdam: John Benjamins, 15-36.
- Eckkrammer, Eva Martha (2004): Von Konversionen, Transpositionen und Multimodalität: Fachtextsorten im Medienwechsel. In: *Fachsprache* 26, 51-73.
- Esselink, Bert (2000): *A Practical Guide to Software Localization*. Amsterdam: John Benjamins.
- Folaron, Debbie (2006): A discipline coming of age in the digital age. In: Keiran J. Dunne (Hg.) (2006): *Perspectives on Localization*. Amsterdam: John Benjamins, 195-219.
- Giltrow, Janet / Stein, Dieter (Hg.) (2009): *Genres in the internet: Issues in the Theory of Genre*. Amsterdam: John Benjamins.
- Gouadec, Daniel (2004): Le bagage spécifique du localiseur / localisateur: le vrai „nouveau profil“ requis. In: James Archibald (Hg.): *La Localisation: problématique de la formation*. Brossard (Québec): Linguatex, 39-68.

- Goggin, Gerard / McLelland, Mark (Hg.) (2009): *Internationalizing Internet Studies: Beyond Anglophone Paradigms*. New York [u. a.]: Routledge.
- Gondouin, Daniel (2007): Localisation de sites web: contraintes et enjeux. In: Elisabeth Lavault-Olléon (Hg.): *Traduction spécialisée: pratiques, théories, formations*. Bern: Peter Lang, 179-188.
- Góngora Ruiz, Arlety (2008): ¿Nuevas tecnologías, nuevos problemas de traducción? Algunas reflexiones acerca de problemas de traducción de base tecnológica. In: Unión Latina (Hg.): *Lenguas y dialogo intercultural en un mundo en globalización*. Actas del Congreso Mundial de Traducción Especializada, Cuba, diciembre 2008. Cuba: Unión Latina, 112-117.
- Guillardeau, Sébastien (2009): *Freie Translation Memory Systeme für die Übersetzungspraxis: Ein kritischer Vergleich*. Magisterarbeit zur Übersetzerausbildung. Translationszentrum der Universität Wien.
- Hagenbruch, Anja (2005): *Grundlagen der Websitelokalisierung am Beispiel der Lokalisierung der Unternehmenswebsite des Instituts für Agrarentwicklung in Mittel- und Osteuropa (IAMO)*. München: Grin.
- Huber, Oliver (2002): *TAH: Ein textlinguistisches Analysemodell für Hypertexte. Theoretisch und praktisch exemplifiziert am Problemfeld der typisierten Links von Hypertexten im World Wide Web*. Dissertation, Universität München.
- Jakobs, Eva-Maria (2003): Hypertextsorten. In: *Zeitschrift für germanistische Linguistik* 31/2, 232-252.
- Joos, Astrid (2006): *Lokalisierung von Websites unter besonderer Berücksichtigung kultureller Aspekte. Analyse Salzburger Unternehmen nach den Kriterien Machtdistanz und Maskulinität*. Phil. Diplomarbeit, Innsbruck.
- Kostner, Maria (2009): *Mehrsprachigkeit in Web Content Management Systemen*. Phil. Diplomarbeit, Innsbruck.
- McDonough, Julie (2006): Hiding Difference: On the Localization of Websites. In: *The Translator* 12, 85-103.
- O'Hagan, Minako / Ashworth, David (2002): *Translation-Mediated Communication in a Digital World: facing the challenges of globalization and localization*. Clevedon [u. a.]: Multilingual Matters.
- Pierini, Paola (2007): Quality in Web translation: an investigation into UK and Italian tourism web sites. In: *JosTrans* 2-2007, 85-103.
- Quirion, Jean (2004): La formation en localisation à l'université: pour quoi faire? In: James Archibald (ed.): *La Localisation: problématique de la formation*. Brossard (Québec): Linguatex, 9-28.
- Rehm, Georg (2007): *Hypertextsorten: Definition – Struktur – Klassifikation*. Norderstedt: Books on Demand.

- Rehm, Georg (2010): Hypertext Types and Markup Languages. In: Andreas Witt / Dieter Metzinger (Hg.): *Linguistic modeling of information and markup languages: contributions to language technology*. Berlin: Springer, 143-164.
- Ryan, Lorcan / Anastasiou, Dimitra / Cleary, Yvonne (2009): Using Content Development Guidelines to Reduce the Cost of Localising Digital Content. In: *Localisation Focus* 8/1, 11-28.
- Sandrini, Peter (2007): Mehrsprachigkeit im regionalen Raum: Webauftritte exportorientierter Unternehmen. In: Lew Zybatow (Hg.): *Sprach(en)Kontakt – Mehrsprachigkeit – Translation*. Innsbrucker Ringvorlesungen zur Translationswissenschaft V. Frankfurt a.M.: Peter Lang, 327-338.
- Sandrini, Peter (2008a): Hypertexte als Zieltexte: Kulturspezifika und ihre Rolle für die Translation. In: Maria Krysztofiak-Kaszynska (Hg.): *Ästhetik und Kulturwandel in der Übersetzung*. Frankfurt a.M.: Studia Germanica Posnaniensia, 211-223.
- Sandrini, Peter (2008b): Translationsrelevanter Hypertextvergleich. In: Hans Peter Krings / Felix Mayer (Hg.): *Sprachenvielfalt im Kontext von Fachkommunikation, Übersetzung und Fremdsprachenunterricht*. Festschrift für Reiner Arntz. Berlin: Frank & Timme, 221-231.
- Sandrini, Peter (2009): Zu viel, zu wenig oder wie viel an Lokalisierung? Ergebnisse einer empirischen Studie zur Lokalisierung von Webauftritten. In: Wilma Heinrich / Christine Heiss (Hg.): *Fachsprache, elektronische Wörterbücher, multimediale Datenbanken. Empirische Forschungsansätze der Sprach- und Übersetzungswissenschaft*. Festschrift Marcello Soffritti zum 60. Geburtstag. München: iudicium, 237-248.
- Schewe, Theo (2001): Multilingual Communication in the Global Network Economy. In: Jutta S. Eschenbach (Hg.): *Über Grenzen gehen – Kommunikation zwischen Kulturen und Unternehmen*. Halden / Norwegen: Høgskolen i Østfold, 195-209.
- Schütte, Daniela (2004): *Homepages im World Wide Web. Eine interlinguale Untersuchung zur Textualität in einem globalen Medium*. Frankfurt a.M.: Peter Lang.
- Singh, Nitish / Pereira, Arun (2005): *The Culturally Customized Web Site. Customizing Web Sites for the Global Marketplace*. Burlington MA, USA: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Storrer, Angelika (2008): Hypertextlinguistik. In: Nina Janich (Hg.): *Textlinguistik. 15 Einführungen*. Tübingen: Narr Studienbücher, 211-227.
- Wagner, Franc (2010): Die neuen Medien als Herausforderung für den Sprach- und Kulturkontakt. In: Ulla Kleinberger / Franc Wagner (Hg.): *Sprach- und Kulturkontakt in den Neuen Medien*. Bern, Wien [u. a.]: Lang, 9-21.

Wright, Sue Ellen (2001): *Localization Competence for Translation and Project Management*. In: Eberhard S. Fleischmann / Peter A. Schmitt / Gerd Wotjak (Hg.): *Translationskompetenz*. Tübingen: Stauffenburg, 581-595.

Yunker, John (2002): *Beyond Borders. Web Globalization Strategies*. Indianapolis: New Riders Publishing.