

Usuelle Wortverbindungen und wiederkehrende Kommunikationshandlungen in touristischen Texten. Das Projekt TouriTerm

*Alessandra Lombardi**

Abstract

Negli ultimi decenni, la crescita esponenziale della mobilità per fini turistico-ricreativi ha imposto agli operatori del turismo un notevole sforzo di mediazione interlinguistica e interculturale. Tra le varie strategie finalizzate a tale scopo, la creazione di testi info-promozionali plurilingue ricopre un ruolo fondamentale. Si tratta di un'operazione particolarmente delicata, il cui successo dipende non soltanto da competenze linguistiche di alto livello, ma altresì dalla capacità di confezionare testi stilisticamente e pragmaticamente efficaci. Ciò passa in larga misura da un sapiente recupero e utilizzo di strutture fraseologiche e formule espressive prototipiche del genere testuale in questione nella lingua di arrivo. Redattori e traduttori di testi turistici potrebbero trarre enorme vantaggio da una registrazione sistematica di tali informazioni in uno strumento di consultazione multilingue, dinamico e costantemente ampliabile. Questo è l'obiettivo del progetto TouriTerm, nato dalla collaborazione fra l'Università Cattolica di Brescia e l'Università di Vienna e finalizzato alla realizzazione di una banca-dati terminologico-testuale del discorso info-promozionale in ambito turistico.

Lo scopo non solo descrittivo ma anche applicativo dello strumento in costruzione costituisce l'orientamento metodologico di fondo di tutte le fasi di lavoro realizzate e ancora in programma: dalla creazione della base di dati (corpus italiano e corpora comparabili in lingua tedesca), alla mappatura delle aree tematiche rappresentate nei testi, all'individuazione delle cosiddette "wiederkehrende Kommunikationshandlungen" e dei relativi mezzi espressivi (cfr. Sandrini 1998), fino alla strutturazione di schede dinamiche e interattive che, accanto a singoli termini, offrono all'utente una vasta gamma di unità lessicali complesse, contesti d'uso e informazioni enciclopediche nonché un ampio ventaglio di possibili soluzioni traduttive e redazionali. Il presente contributo intende illustrare l'architettura della banca dati attraverso la presentazione di alcuni esempi di schede soffermandosi in modo particolare sulle scelte metodologiche messe a punto per la selezione e registrazione delle informazioni di natura fraseologico-testuale.

0. Einleitung

Im vorliegenden Beitrag geht es um ein laufendes Projekt zur Einrichtung einer mehrsprachigen Terminologie- und Textdatenbank im Bereich Tourismus (*TouriTerm*), das an der Katholischen Universität in Brescia in Zusammenarbeit

* Katholische Universität Brescia

mit dem Zentrum für Translationswissenschaft der Universität Wien konzipiert wurde und sich derzeit in der Ausbauphase befindet¹.

Der Beitrag gliedert sich in fünf Abschnitte. Der erste Abschnitt ist der Sprache des Tourismus im Sinne der Experten-Laien-Kommunikation gewidmet. Dabei wird speziell auf das kommunikativ-pragmatische Profil der Texte, welche die Datengrundlage für das zu entwickelnde Tool ausmachen, und auf die Besonderheiten ihrer sprachlichen Prägung eingegangen. Abschnitt 2 befasst sich mit der Erstellung und Übersetzung von Tourismustexten als besonderer Form transkulturellen Handelns und mit den Professionalitäts- und Qualitätsanforderungen mehrsprachiger tourismusbezogener Kommunikation. Im dritten Abschnitt wird der Begriff “usuelle Wortverbindungen” eingeführt.² Den Ausgangspunkt für die Erarbeitung einer speziell auf die Projektzwecke ausgerichteten Begriffsabgrenzung bilden Annahmen über die textstrukturierende Rolle usueller Wortverbindungen in Tourismustexten sowie über ihre dezidierte Relevanz für eine adressatengerechte und situationsadäquate Textproduktion in Mutter- und Fremdsprache. Ausgehend von einer Auswertung der deutschsprachigen Fassungen von Tourismusbroschüren über Brescia und Umgebung werden daran anschließend Überlegungen über die translatorische Praxis im Bereich Tourismus angestellt. Anhand kommentierter Beispiele – bezogen auf das Sprachenpaar Italienisch-Deutsch – wird ferner ein Interpretationsrahmen für “prototypische” Übersetzungsdefizite vorgeschlagen. Vor dem Hintergrund der festgestellten Qualitätsmängel touristischer Übersetzungen sollen die Beweggründe für die Entwicklung eines anwendungsbezogenen und praxisnah gestalteten Hilfsmittels zur Erstellung und Übersetzung von ziel- und adressatengerechten Tourismustexten veranschaulicht werden (vgl. Abschnitt 4). Methodisch richtet sich das Projekt *TouriTerm* an den Prinzipien korpusbasierter Terminologiearbeit aus. Gegenstand des fünften Abschnitts ist die Beschreibung des semi-automatischen Verfahrens, das bisher angewendet wurde, um textsortenbedingte Wortverbindungen im italienischen Quellenkorpus aufzudecken und terminographisch zu systematisieren. Die Kriterien zur Aufnahme und Darstellung der aus dem Korpus gewonnenen lexikalischen und textbezogenen Informationen im

1 An dieser Stelle möchte ich mich bei allen *TouriTerm*-Mitarbeiterinnen – Irmgard Soukup-Unterweger, Costanza Peverati, Silvia Moletta, Daiana Bussi, Rachele Cavagna, Elisa Komi und Vanessa Haas –, die mit verschiedenen Aufgaben und in unterschiedlichen Funktionen am Projekt beteiligt sind, für ihren kompetenten und großzügigen Einsatz ganz herzlich bedanken.

2 Als usuell werden hier alle Wortverbindungen bezeichnet, welche in bestimmten Kommunikationszusammenhängen wiederholt auftreten bzw. eine gewisse kontextgebundene Frequenz aufweisen.

Referenzsystem werden hier anhand ausgewählter Beispieleinträge illustriert und kurz erläutert.

Zu den künftigen Entwicklungen des Projektes gehört die Einrichtung einer "parallelen" Datenbanksektion zur Ermittlung "wiederkehrender Kommunikationshandlungen". Nach einem Exkurs zum Begriff "wiederkehrende Kommunikationshandlungen in Tourismustexten" wird im Ausblick eine knappe Darstellung der bisher entwickelten Methode zur Umsetzung des geplanten Vorhabens gegeben. In den Schlussbemerkungen erfolgt zusammenfassend eine Einschätzung des Anwendungspotenzials des aufzubauenden Tools für die gezielte Qualitätssteigerung von textproduktiven Leistungen im Tourismusbereich.

1. Merkmale tourismusbezogener Texte

Für unser Anliegen kommt zunächst die Kategorie der indirekten Experten-Laien-Kommunikation in Betracht (vgl. Calvi 2006: 271 f.). Dabei handelt es sich um all jene Texte, die von Fachleuten des Tourismus verfasst werden und die sich (im Gegensatz zur Experten-Experten-Kommunikation) an ein breites heterogenes Publikum richten. Dieser Art der Tourismuskommunikation kommt aus zweierlei Gründen eine extrem wichtige Rolle zu: erstens weil ihr – von der Seite der Rezipienten betrachtet – eine wichtige entscheidungsunterstützende Funktion zugeschrieben wird; zweitens weil sie – aus der Sicht der Sender – einen relevanten Beitrag zum Erfolg der Tourismuswirtschaft leisten kann. Diese Form der Kommunikation, die in verschiedenen Druckmedien erfolgt (vgl. Nigro 2006: 64-66) und auf inhaltlicher Ebene eine große Bandbreite von Sachbereichen umfasst, lässt sich nicht klar eingrenzen bzw. beschreiben (vgl. Calvi 2005: 33 ff.).

Zu den allgemein charakterisierenden Merkmalen von Tourismustexten, deren Vorkommen in den verschiedenen Medien (Broschüre, Führer, Leaflet, Website, etc.) unterschiedlich ausfallen kann, zählen nach den bisher vorliegenden Studien zu unterschiedlichen Sprachen (vgl. Calvi 2005, Nigro 2006, Santulli et al 2007 u.a.) kulturspezifische Schlüsselbegriffe, nämlich das vermehrte Vorkommen positiver, aufwertender Adjektive sowie die relativ häufige Verwendung des Imperativs und des Personalpronomens der ersten Person Plural. Diese textsortentypischen Merkmale können von Sprache zu Sprache recht unterschiedlich sein. Das spielt v.a. dann eine Rolle, wenn es um die Übersetzung der jeweiligen Texte und die damit verbundene Qualitätsproblematik geht (vgl. Abschnitt 2).

Was hält all diese vielseitigen sprachlichen Ausformungen zusammen? Das Bindeglied, das sozusagen die verschiedenen Medien der Experten-Laien-

Kommunikation vereint, ist die persuasive Zielsetzung. Obwohl die Kommunikation in diesem Bereich durch eine ausgeprägte Hybridität und Polyfunktionalität gekennzeichnet ist (vgl. Mason 2004 u. M. Snell-Hornby 1999), kann man davon ausgehen, dass die persuasiv-werbende Textfunktion gewissermaßen omnipräsent ist, auch an denjenigen Stellen, an denen der Stil allem Anschein nach sachneutral, rein deskriptiv ist (vgl. Nigro 2006: 51). Gerade bei den Broschüren, die von öffentlichen Tourismusbüros vor Ort an Touristen verteilt werden, stoßen wir oft auf Textpassagen, die keineswegs sachlich, sondern aufwertend mitreißend beschreiben. In den meisten Fällen versuchen die Verfasser, den dargestellten Ort in einem möglichst attraktiven Licht erscheinen zu lassen, bzw. die Leser als potentielle Kunden zu überzeugen, dass es sich lohnt, die beschriebene Region oder Stadt näher kennenzulernen.

Obwohl die heutigen Broschüren eine quasi modulare Einteilung in leicht erkennbare Subtexte mit jeweils dominierender narrativer, deskriptiver und operativer Funktion aufweisen (vgl. Mason 2004: 157 ff.), schlägt sich die grundlegende Hybridisierung bzw. Stratifizierung von Mitteilungsabsichten in der sprachlichen Prägung der Texte eindeutig nieder³. Das zeigen folgende Beispiele aus einer Broschüre über Brescia und Umgebung, die den Besuchern vor Ort und über Internet zur Verfügung gestellt wird. In Bezug auf das häufig vorkommende Wort *chiesa* lässt sich z.B. in ein und derselben Broschüre eine Reihe von vor- und nachgestellten Attributen nachweisen, die sich in ein abgestuftes Kontinuum zwischen denotativ-sachbezogener Lesart (präziser Hinweis auf den architektonischen Stil bzw. die Bauzeit) und konnotativ-aufwertender Lesart (subjektiv gefärbte Bewertung mit ungenauer eher evokativer Temporalangabe) ansiedeln lassen.

[+ denotativ] *chiesa romanico-gotica* --- *la bella chiesa settecentesca* --- *una meravigliosa chiesa dalla storia ultracentenaria* [+ konnotativ]

2. Tourismustexte verfassen und übersetzen

Mit dem Begriff “transkulturelle Textproduktion” wird das Konzipieren und Ausformulieren eines Ausgangstextes für Adressaten aus unterschiedlichen Sprach- und Kulturräumen bezeichnet (vgl. Kupsch-Losereit 1995: 249 ff.). Der Begriff eignet sich sehr gut zur Charakterisierung des sprachlichen Handelns im

3 Die Überschneidung unterschiedlicher Register scheint allerdings ein auffälliges Merkmal italienischer touristischer Broschüren zu sein: durch eine merkwürdige Mischung von Verwaltungssprache, Kultursprache und Alltagssprache werden unnötig komplizierte Texte erzeugt, welche kontraproduktiv für den beabsichtigten Kommunikationszweck sind (vgl. den Beitrag von Ehlich in diesem Band).

Tourismus, da es sich hier – wie oben angedeutet – um einen Kommunikationsbereich handelt, der durch eine besonders hohe Dichte an Lokalem und Kulturspezifischem gekennzeichnet ist. Bei der Übertragung von Tourismustexten für ein internationales Publikum sollten also Kriterien der Lokalisierung gezielt eingesetzt werden (in Anlehnung an Kupsch-Losereit 2004: 333 ff. kann man hier von einer “kultursensitiven Übersetzung” sprechen). Wird der zu übersetzende Text im Sinne Reiß (1983: 35) als “operativer Texttyp” aufgefasst, der auf die Willenskraft und auf die Gefühle der Textempfänger bzw. auf eine tätige Antwort im Dialog einwirken soll, so sollte er als kulturspezifisches Artefakt idealerweise den Texterwartungen der neuen Adressaten und den Gestaltungs-konventionen der Zielkultur angepasst werden (vgl. I. Brandmair Dallera 2001).

Als methodische Richtschnur zur Erstellung von gelungenen adressaten-spezifischen touristischen Texten würde sich ein funktionalistischer Ansatz, welcher um “zielsprachliche Angemessenheit”, also um Adäquatheit der zielsprachlichen Mittel im grammatischen und stilistischen Sinn bemüht ist (vgl. Macheiner 2004), als besonders effektiv erweisen. Es geht hier letztendlich um die Erfolgsaussichten einer Werbebotschaft in der Fremde. Doch viele Kommunikationsprodukte der Tourismusbranche sind eher schlecht als gut funktionierende Botschaftsträger. Ungeachtet der Maxime der zielsprachlichen Angemessenheit weisen zum Beispiel viele touristische Übersetzungen im italienischen Tourismussektor sprachliche und stilistische Mängel auf, welche oft auf eine unreflektierte Übertragung ausgangssprachlicher Strukturen erkennen lassen. Es handelt sich um wirkungsschwache defekte Texte, die oft unidiomatisch wirken, die Rezeption durch die neuen Adressaten erschweren und manchmal sogar nicht beabsichtigte Interpretationen auslösen können (vgl. Schopp 2010; Lombardi/Peverati im Druck). Die meisten Übersetzungsmängel, die durch eingehende übersetzungskritische Analysen hervorgehoben werden können (vgl. die Beiträge von Ehlich und Zanin in diesem Band) – sind auf Kollokationsfehler bzw. auf phraseologische Defizite zurückzuführen, welche im Übersetzungsprozess oft durch Interferenzen entstehen (vgl. Abschnitt 3). Hinzu kommt ein weiteres Problem: Hinter einer sprachlich ungeschickten Übersetzung ist oft – quasi *en filigrane* – ein nicht sorgfältig durchdachter Originaltext zu erkennen. Fazit: Eine Qualitätssteigerung der Textproduktion in Fremd- und Muttersprache im Tourismusbereich ist dringend geboten. Das fordert aber eine stärkere Professionalisierung der textproduktiven Praxis in diesem Sektor (vgl. Kelly 2005) sowie die Bereitstellung von Hilfsmitteln, welche Redakteure und Übersetzer beim situationsangemessenen Verfassen von Texten bzw. bei der funktionsgerechten Übersetzung von Tourismustexten effektiv unterstützen können.

3. Usuelle Wortverbindungen als tragendes Gerüst touristischer Texte

Wie aus dem unten angeführten Beispiel sofort ersichtlich wird, handelt es sich bei touristischen Broschüren um eine *phrasemintensive Textsorte* (vgl. Ettinger 2007: 904). Die Struktur des nachfolgenden Textes lässt ein dichtes, quasi mosaikartiges Geflecht erkennen, dessen konstitutive Knoten mehr oder weniger feste Wortkombinationen sind.

Brescia e la sua provincia: *una terra tutta da scoprire*

I monti e i boschi incontaminati delle vallate alpine, le acque dei tre laghi, così diversi tra loro, ognuno *con il suo inconfondibile carattere*: già *mediterraneo* il Garda, *nordico* il lago d'Idro, *pacato e romantico* quello d'Iseo.

E ancora le *dolci colline* della Franciacorta, i *colli ricchi di storia* dell'anfiteatro morenico gardesano, le *vaste distese della pianura segnate dal corso dei fiumi* Oglio e Chiese, dove, fra i filari di pioppi, si possono scorgere *ville patrizie e castelli*.

E infine Brescia, *una città ricca di storia*, che *offre ai visitatori il suo patrimonio architettonico e artistico*.

Queste *le tappe di un suggestivo viaggio nell'arte e nella storia, alla scoperta di Brescia e della sua provincia*, dove *l'offerta turistica* permette di *conciliare l'interesse artistico-culturale con il relax* di una *vacanza estiva o invernale*, *all'insegna della natura, dello sport, del divertimento e della buona tavola*.

Es handelt sich dabei um ein umfangreiches Repertoire von *usuellen Wortverbindungen* unterschiedlichen Aufbaus und Idiomatizitätsgrads, welche in touristischen Broschüren ein bestimmtes kommunikatives Potenzial aktualisieren⁴. Will man die Kontextgebundenheit dieser Wortverbindungen empirisch testen, so kann man die im Beispieltext unterstrichenen Wortkombinationen über Suchmaschinen aufspüren. Internetabfragen ergeben in Sekundenschnelle eine

4 Da hier eine dezidiert anwendungsbezogene, pragmatische Perspektive übernommen wird, soll auf eine theoretische Abgrenzung des Begriffs Phraseologismus verzichtet werden (zur Definitionsdebatte in der Phraseologieforschung verweisen wir auf Donalies 2006). In Anlehnung an Steyer 2001 und an Kjær 1994 wird hier eher für eine empirisch fundierte praxisbezogene Auffassung plädiert. Als relevante phraseologische Einheiten erweisen sich für unser Anliegen Wortkombinationen unterschiedlicher Länge und syntaktischer Struktur bzw. stereotype Formulierungen, welche in Tourismustexten der Experten-Laien-Kommunikation in der gleichen oder leicht abgewandelter Form wiederholt vorkommen und textsortenbedingte Funktionen erfüllen. Die Möglichkeit, solche kontextuell motivierte oft stilistisch markierte Kombinationen in ihrer textuellen Einbettung zu beobachten und zweckgerichtet abzurufen, stellt – wie oben angedeutet – eine wichtige Voraussetzung für eine adressatengerechte situationsadäquate Sprachproduktion in der Fremdsprache dar.

hohe Anzahl von Vorkommenskontexten aus tourismusbezogenen Websites. Das ist eine – zuerst rein quantitative doch eindeutige – Evidenz für die textsortenbedingte Relevanz dieser Wortverbindungen, welche in touristischen Texten eine gewisse kontextgebundene Festigkeit aufweisen und als bevorzugte Einheiten jeweils zur wertenden Beschreibung der Urlaubsorte sowie zum Zweck der Emotionalisierung wiederholt eingesetzt werden (vgl. Magris in diesem Band).

Aufgrund ihrer auffälligen Relevanz können viele dieser Wortverbindungen als konventionalisierte Ausdrucksmittel der Experten-Laien-Tourismuskommunikation betrachtet werden. Als formelhafte Bausteine, welche oft kulturgebundene Erfahrungen und Erwartungen kondensieren und sprachlich vermitteln, stellen sie aber meist echte Stolpersteine bei der Übersetzung und der Textproduktion in der Fremdsprache dar.

Die strategische Rolle der phraseologischen Kompetenz für eine textsortenangemessene Textproduktion in der Fremdsprache, insbesondere für ein effizientes Fachübersetzen, ist längst erkannt worden (vgl. Göpferich 1995). Auch im Bereich der touristischen Übersetzung sind phraseologische Einheiten “precious tools in the translator’s hands” (vgl. Torresi in diesem Band). Ihre Relevanz für die Sprachproduktion ist daher unumstritten. Aber wie sieht es mit Hilfsmitteln aus? Tourismusspezifische, phraseographische Ressourcen sind heutzutage – besonders für das Sprachenpaar Italienisch-Deutsch – kaum zu finden und die Einträge in den herkömmlichen phraseologischen Wörterbüchern sind oft nicht ausführlich genug. Wie kann also der touristische Übersetzer bzw. Redakteur, besonders der nichtmuttersprachliche, seine phraseologischen Defizite gezielt abdecken? Wie kommt er zu zielsprachlich und textsortenangemessenen Lösungen?

Als bewährte Strategie zur Auffindung von idiomatischen, situationsadäquaten Entsprechungen in der Zielsprache gilt zunächst die Suche in vergleichbaren funktionsgleichen Texten (*parallel texts*). Das ist jedoch eine zeit- und arbeitsaufwendige Methode, welche gute Recherche- und Selektionsfähigkeiten sowie ein gewisses Sprachgefühl voraussetzt. Außerdem ist damit das Problem der Qualitätssicherung nicht automatisch gelöst.

Zuverlässige Auskunft über die textsortenangemessene Verwendung von Phraseologismen kann allerdings heute durch systematische Korpusanalysen geliefert werden. Ad hoc aufbereitete Informationen aus zweckorientierten Korpora bilden eine sehr wertvolle Ressource, um sich in kürzester Zeit ein Gefühl für einen textsorten-, adressaten- und situationsadäquaten Sprachgebrauch anzueignen (vgl. Lombardi 2011).

Zweck des *TouriTerm*-Projekts ist die Entwicklung eines korpusbasierten, produktionsorientierten Referenzsystems, das Übersetzern sowie Redakteuren von touristischen Texten einen *schnellen* und *flexiblen* Zugriff auf ein breites

Commento [x1]: ohne Bindestrich

Spektrum lexikalischer, phraseologischer, stilistischer Informationen zur adäquaten Erfüllung von Textproduktionsaufgaben anbieten kann.

Wenn man touristische Texte der Experten-Laien-Kommunikation in Betracht zieht, ist man allerdings oft mit dem Problem der Identifizierung des Autors bzw. des Übersetzers konfrontiert. Viele Tourismustexte sind recht anonym bis auf den Hinweis auf die öffentliche oder private Tourismusorganisation, welche die jeweilige Veröffentlichung finanziert hat (Dann spricht diesbezüglich von einem textsortentypischen “lack of sender identification”, vgl. Dann 1996: 62-63). Das heißt, wir können für unser Anliegen nur von einem sehr unscharfen Profil der anvisierten Benutzergruppe und ihrer entsprechenden Anforderungen ausgehen. Das hat natürlich Auswirkungen auf die konkrete Ausgestaltung des geplanten Tools. Anhand ausgewählter Beispiele soll im Folgenden gezeigt werden, wie die aufzubauende Ressource an die Bedürfnisse *unterschiedlicher Benutzer* angepasst werden soll.

4. Brescia und Umgebung oder: die Beweggründe für die Konzeption von *TouriTerm*

Als empirische Basis zur konkreten Einrichtung der Datenbank wurde ein textsortenspezifisches eingeschränktes Korpus ausgewählt (von nun an IT-Korpus), das aus gedruckten Broschüren über die Stadt und Provinz Brescia besteht. Es handelt sich um Textmaterial, das auf lokaler Ebene auch mehrsprachig herausgegeben und in Fremdenverkehrsbüros sowie im Internet kostenlos zur Verfügung gestellt wird⁵.

Bei der praktischen Umsetzung des oben beschriebenen Vorhabens orientierten wir uns also in erster Linie am Kriterium der *Ortsgebundenheit*, und zwar aus den folgenden drei Gründen: erstens sind deutschsprachige Touristen seit jeher in der Provinz Brescia zahlenmäßig an erster Stelle; zweitens ist die Qualität der deutschen Übersetzungen der touristischen Texte, die vor Ort gratis an deutschsprachige Besucher verteilt werden, oft wenig zufriedenstellend; drittens ermöglicht die Fokussierung auf ein klar abgegrenztes Gebiet eine bessere Kontrolle über die textuelle Homogenität der ausgewählten Stichprobe.

Betrachtet man die deutschen Versionen der im IT-Korpus enthaltenen Texte etwas genauer, so stellt man fest, dass sie normalerweise kaum echte grammatikalische oder orthographische Fehler aufweisen. Es handelt sich vielmehr um

5 Das italienische Kernkorpus aus 42 digitalisierten Broschüren umfasst ca. 245.000 Tokens und wird derzeit um das Textmaterial ergänzt, welches auf den Websites der lokalen öffentlichen Tourismusverbände abgerufen werden kann.

stilistisch bzw. idiomatisch wenig adäquate Übersetzungen, die aller Wahrscheinlichkeit nach auf eine mangelnde Kompetenz des Übersetzers zurückzuführen sind bzw. darauf, dass der Übersetzer, wenn auch sprachkompetent, ohne Übersetzungsstrategie handelt. In vielen Fällen scheint er lediglich darum bemüht zu sein, die Oberflächenstruktur des Ausgangstextes 1:1 in die Zielsprache zu übertragen, ohne jedoch die textsortenspezifischen Merkmale der Zielsprache zu berücksichtigen (vgl. Mason 2004: 168; Lombardi/Peeverati im Druck). Wird allerdings bei der touristischen Übersetzung – wie oben angedeutet – eine *perlokutive Äquivalenz* angestrebt (vgl. Hickey 2004: 61), so lassen sich Texte dieser Art offensichtlich nicht einfach “übersetzen”. Anspielungen auf Lokales, ausgangsprachliche Phänomene, kulturspezifische Kommunikations- und Textmuster sollten bei der Textproduktion in der Fremdsprache bekannt sein. Das alles fordert aber ein gewisses transkulturelles Bewusstsein (zum Begriff *cross-cultural consciousness* vgl. Jetmarová et al. 1995: 185), eine ausgeprägte kommunikative und translatorische Kompetenz sowie eine angemessene praxisbezogene Ressourcenausstattung (vgl. Lombardi 2001).

Mit der Einrichtung von *TouriTerm* wollen wir also zunächst versuchen, Übersetzern und Redakteuren im touristischen Bereich ein Hilfsmittel an die Hand zu geben, das sie bei der Produktion von qualitativ hochwertigem (deutschem und italienischem) Textmaterial effizient unterstützen kann.

Als Software zur praktischen Umsetzung der oben beschriebenen Überlegungen wurde *Multiterm* gewählt, das zwar ein Terminologiemanagement-Tool ist, allerdings ein sehr flexibles und benutzerfreundliches. Um den Anforderungen einer adressatengerechten Textproduktion und Übersetzung zu entsprechen, soll die Datenbank als umfassendes Hilfsmittel *maximale* Hintergrundinformation bereitstellen. Die Einträge sind also im Wesen begriffsorientiert, beschreiben aber weit mehr als einen Begriff. Sie zeigen jeweils eine *Wissenseinheit*, die der Anwender für seine definierten Zwecke aus einzelnen Informationen zusammenstellen kann. Daher besteht das Datenmodell aus einer Kombination aus begrifflichen, enzyklopädischen, rein sprachlichen – insbesondere phraseologischen und textstilistischen – sowie visuellen Informationen (näher dazu in Lombardi/Peeverati/Soukup-Unterweger 2010).

4.1. Übersetzungsdefizite touristischer Broschüren: das Potenzial von *TouriTerm* als Hilfsmittel

Die Tatsache, dass es sich bei den Werbebroschüren fast ausschließlich um Gratismaterial handelt, ist in Bezug auf die Qualitätsproblematik sicherlich nicht irrelevant. Das oberste Ziel der Tourismusbehörden ist es anscheinend, möglichst wenig für diese Art von Übersetzungen auszugeben. Dennoch ist es

zumindest auf lange Sicht kontraproduktiv, die Qualitätsansprüche an die Übersetzung dieser Art von Texten gering zu halten, nur weil kein sofortiger ökonomischer Nutzen daraus resultiert. Zur hier notwendigen Aufklärungsarbeit (etwa, dass hier am falschen Ende gespart wird), vor allem zur Schaffung eines anderen Bewusstseins bei den Tourismusanbietern, kann der professionelle Übersetzer m.E. einen wichtigen Beitrag leisten. Eine qualitativ hochwertige Übersetzung ist nämlich eine Art "Visitenkarte", welche auch die Gastfreundschaft und den Respekt gegenüber den ausländischen Touristen widerspiegelt und daher durchaus positiv zur Imagebildung des Urlaubsortes beitragen kann. Im Falle einer "schlecht funktionierenden" dilettantischen Übersetzung ist das Gegenteil der Fall (vgl. Lombardi/Peverati im Druck).

Eng verbunden mit den Qualitätsansprüchen und mit dem – in der Regel recht spärlichen – zur Verfügung gestellten Budget ist die Wahl des Übersetzers. Eine Umfrage bei den öffentlichen Tourismusämtern von Brescia und Umgebung ergab folgende Auftragspraxis: Wenn es um die Übersetzung von Inhalten geht, greifen die Tourismusverbände in der Regel auf lokale sprachkompetente Laienübersetzer (meist deutscher Muttersprache) ohne übersetzerische Ausbildung zurück; nur in Ausnahmefällen *sourcen* sie *out* und wenden sich an externe professionelle Übersetzer (z.B. aus deutschsprachigen Ländern).

Aber wie gehen die beauftragten Übersetzer konkret mit den zu übersetzenden Texten um? Bei einer Auswertung der deutschsprachigen Fassungen der Texte, die in unserem italienischen Ausgangskorpus enthalten sind, kann man eine Reihe von prototypischen Defiziten ermitteln, die auf unterschiedliche Kategorien von Übersetzungsmängeln zurückgeführt werden können.


Im Folgenden werden ein paar Beispiele für häufig vorkommende Übersetzungsprobleme aufgezeigt und kurz kommentiert. Dabei soll exemplarisch veranschaulicht werden, wie *TouriTerm* als Hilfsmittel zur Lösung bestimmter Übersetzungs- bzw. Textherstellungsprobleme sowohl in der Rezeptions- als auch in der Produktionsphase nutzbar gemacht werden könnte.

Die erste Kategorie betrifft Defizite, die auf ein fehlendes Wissen bezüglich ausgangskulturgebundene Phänomene wie Realia oder Eigennamen zurückzuführen sind.

Besonders treffend ist das Beispiel von *Rosa Camuna*, das in der deutschen Version der Broschüre *Scoprire Brescia* mit **Rose von Camuna* (statt *die Rosa Camuna*) unkorrekt übersetzt wurde. Das Verstehensproblem im Umgang mit dem topographischen Adjektiv *camuno* (*aus der Valcamonica stammend*) taucht zum Beispiel dort auf, wo es um die Übersetzung der Mehrwortbenennung *la gastronomia camuna* geht, die mit der völlig unverständlichen Kombination **die Küche von Camuno* (statt *die Küche der Valcamonica*) übersetzt wird.

Das Verständnis des ausgangssprachlichen Ausdrucks wird in diesem Fall zudem dadurch erschwert, dass die Bezeichnung *Rosa Camuna* ein Homonym ist, das auf drei unterschiedliche Begriffe verweist: 1. das Symbol der Region Lombardei; 2. die berühmte Felsgravierung im archäologischen Nationalpark und UNESCO-Weltkulturerbe bei Capo di Ponte; 3. eine Käsespezialität aus den Bergen der Valcamonica.

Verstehensschwierigkeiten bei der Rezeption des Ausgangstextes sowie Lücken im ortsgebundenen Weltwissen des Übersetzers kann mit Einträgen abgeholfen werden, welche die verschiedenen Bedeutungen homonymer bzw. polysemer Ausdrücke durch Hintergrundinformationen in Form von Erklärungen und Hinweisen auf weiterführende Internet-Seiten oder durch visuelle Elemente vereindeutigen (vgl. den Beispieleintrag zu *Rosa Camuna*)⁶.

Illustrazione:	
Fonte:	Wikipedia (08.08.2009)
Italiano	
Rosa camuna (1)	
Fonte:	Scoprire Brescia
Genere:	f.
Classe morfologica:	Sintagma
Tipo di termine:	nome proprio, realia
Contesto definitorio:	Il noto logo della regione Lombardia è una versione stilizzata e semplificata dell'immagine più rappresentativa della Valle Camonica: la Rosa Camuna.
Fonte:	www.vallecamoniacultura.it/Public/percorsi_rosa_camuna.pdf (08.08.2009)

Beispieleintrag: Rosa Camuna 1

6 Die Online-Datenbank ist zur Zeit nur für ProjektmitarbeiterInnen zugänglich. Aus drucktechnischen Gründen werden graphisch vereinfachte bzw. abgeänderte Fassungen der MultiTerm-Einträge abgebildet.

Die meisten Übersetzungsprobleme betreffen allerdings die Übertragung bestimmter usueller Wortverbindungen (vgl. Abschnitt 3). Dabei ist oftmals eine zu wörtliche Übersetzung im Sinne einer *token-for-token-equivalence* für das “Nicht-Funktionieren” des Translats verantwortlich (vgl. Mason 2004: 169). Gerade hier kann ein korpusbasierter Ansatz zu einer Steigerung der Übersetzungsqualität beitragen, wie in folgenden Beispielen gezeigt werden soll.

Als Entsprechung für das im italienischen Korpus häufig vorkommende Adjektiv *caratteristico* wird in den deutschen Übersetzungen zum Beispiel sehr oft das deutsche Pendant *charakteristisch* verwendet:

con un *caratteristico* centro storico = mit einer *charakteristischen* Altstadt

uno dei più *caratteristici* paesi = einer der *charakteristischen* Orte

una delle località più *caratteristiche* del lago = einer der besonders *charakteristischen* Seecorte

Die Verteilung des italienischen und des deutschen Attributs in der Textsorte “touristische Broschüre” scheint allerdings in den zwei Sprachen nicht gleichmässig zu sein. Bei der Suche nach den Kollokationspartnern von *charakteristisch* in einem deutschen Vergleichskorpus aus touristischen Broschüren der Region Franken⁷ wurde diese Hypothese teilweise bestätigt. Interessanterweise ist im gesamten Korpus kein einziger Eintrag für *charakteristisch* in Verbindung mit *Ort* vorhanden. Das heißt natürlich nicht, dass die Kombination an sich unidiomatisch sei. Es ist vielmehr die Häufung bzw. “Einfältigkeit” in der deutschen Übersetzung der Broschüren über Brescia, die der Textsorte nicht gerecht zu werden scheint. In Verbindung mit *Ort* kommen im deutschen Vergleichskorpus eher Adjektive wie *romantisch*, *historisch*, *malerisch*, *zauberhaft*, *gastfreundlich*, *einladend* am häufigsten vor.

Es liegt auf der Hand, dass ein Korpus eine bestimmte Textsorte nie zu 100% repräsentieren kann. Doch wenn der Übersetzer an der Idiomatik seines Translats zweifelt - im Sinne einer natürlichen, textsortenangemessenen Formulierung in der Zielsprache -, dann kann er sich auf die in textsortenspezifischen Vergleichskorpora belegten Ausdrucksmittel wohl verlassen.

Das folgende Beispiel zeigt, wie usuelle Wortverbindungen (insbesondere Adjektiv-Substantiv-Kombinationen), welche im italienischen Korpus zur Beschreibung und Aufwertung von *borgo medievale* wiederholt eingesetzt werden, in *TouriTerm* aufbereitet werden sollen (s. die in der Datenbank angelegten Felder *In combinazione con aggettivi/con verbi*)⁸. Durch die Eintragung der ent-

7 Das Franken-Korpus besteht aus 20 Broschüren aus den letzten Jahren und umfasst ca. 165.000 tokens.

8 Es sei darauf hingewiesen, dass das relationale denominale Adjektiv *medievale* hier nicht als Attribut behandelt wird (wie etwa *antico* oder *caratteristico*), sondern als

sprechenden Informationen in deutscher Sprache⁹ soll der Benutzer bei der Auswahl fremdsprachiger textsortentypischer Wortverbindungen unterstützt werden.

Italiano	
borgo medievale	
<i>Fonte:</i>	Scoprire Brescia
<i>Genere:</i>	m.
<i>Classe morfologica:</i>	sintagma
<i>In combinazione con aggettivi:</i>	antico, caratteristico, delizioso, grazioso, incantevole, piccolo, splendido, suggestivo, tipico, immerso nelle colline, immerso nel verde degli ulivi, adagiato su una collina, arroccato sulle pendici del monte, scenograficamente arroccato sulla vetta, sito in posizione panoramica, sito in provincia di, sito a soli x km da, situato alle pendici di, dominato dal castello, ancora curato e intatto nella sua struttura originaria
<i>In combinazione con verbi:</i>	conserva intatto il proprio aspetto di
<i>Spiegazione:</i>	Il borgo nel Medioevo era costituito da un gruppo di case che sorgevano intorno ad una piazza, normalmente quella della chiesa (Santa Severina, Orvieto...) o quella in cui era ubicato il palazzo del comune (Gubbio). Si sviluppavano talvolta al di fuori di centri di maggiori dimensioni, sui bordi delle vie principali che portavano ad essi. Sorgevano borghi medievali soprattutto intorno a fortezze militari e castelli, come ad esempio nel caso del borgo calabrese di Caccuri, sorto nel VI sec. sotto la dominazione bizantina, per proteggere il territorio dalle invasioni. Spesso, quando i borghi raggiungevano dimensioni superiori alla stessa città, venivano demolite le mura del centro principale per poi ricostruirle inglobando tali borghi esterni.
<i>Fonte:</i>	Wikipedia (12.8.09)
<i>Contesto:</i>	Torri merlate e antiche con loggiati e portali in pietra: Bienno conserva intatto il suo aspetto di borgo medievale.
<i>Fonte:</i>	Scoprire Brescia

Beispieleintrag: borgo medievale

substantivisches Komplement zu *borgo*, mit dem es eine Mehrwortbenennung bildet, welche in der Datenbank als Begriffseinheit den Status von Eintragskandidat erhalten hat (vgl. Lombardi/Peveari/Soukup-Unterweger 2010).

- 9 In der jetzigen Ausbauphase werden Sprachdaten aus dem italienischen Quellenkorpus extrahiert und aufbereitet. Zum nächsten Schritt gehört die Eintragung von Sprachdaten aus zweckgebildeten deutschsprachigen Vergleichskorpora.

Im folgenden Abschnitt wird das heuristische Verfahren beschrieben, das bisher entwickelt wurde, um usuelle Wortverbindungen im italienischen Korpus systematisch zu erschließen und in die Datenbank einzutragen.

5. Verfahren zur Aufdeckung usueller Wortverbindungen im IT-Korpus

Aufgrund ihrer strategischen Relevanz für die Textproduktion im Tourismusbereich (vgl. Abschnitt 3) wird der Eintragung usueller Wortverbindungen in *TouriTerm* besondere Achtung geschenkt.

Das Problem liegt dabei in der Erarbeitung einer zuverlässigen Methode zur systematischen Auffindung und Extraktion geeigneter Eintragskandidaten aus dem ausgewählten domänenspezifischen Korpus. Zu diesem Zweck wurde ein mehrstufiges semi-automatisches Verfahren experimentell entwickelt und getestet. Die manuelle Auswertung der aus dem Korpus durch *WordSmith Tools* gewonnenen Wortlisten wird dabei mit einer eingehenden qualitativen Analyse der Korpus Texte kombiniert. Die gewählte Herangehensweise erweist sich zwar als aufwändig, aber sie ermöglicht - wie unten exemplarisch aufgezeigt - eine ziemlich genaue Erfassung der im Korpus belegten rekurrenten Vertextungsmittel.

Die touristischen Broschüren, welche das IT-Korpus ausmachen, weisen oft – wie oben erwähnt – eine thematische Gliederung auf. Das heißt, wir können davon ausgehen, dass die usuellen Wortverbindungen, welche einem spezifischen Bereich zuzuordnen sind (z.B. dem Bereich *Kulinarisches*), in den einzelnen thematischen Sektionen jeweils “in hoher Konzentration” anzutreffen seien. Der erste Schritt bestand entsprechend darin, inhaltliche Makro-Einheiten systematisch zu erfassen und zu kategorisieren (z.B. *ricettività, ambiente, enogastronomia, arte, storia, itinerari, eventi, folklore*, usw.). Die parallel durchgeführte qualitative Korpusanalyse ergab jedoch, dass themenspezifische Formulierungsmittel in unterschiedlichen Textteilen vorkommen können. Das heißt: Für eine optimale Abdeckung war eine zusätzliche Quersuche durch die einzelnen Textsektionen erforderlich.

Für jeden Themenbereich wurden in einem zweiten Schritt relevante Unterkategorien mit ihren jeweiligen konstitutiven Elementen erschlossen (zur Makro-Einheit *ambiente* gehören z.B. im Korpus folgende Mikro-Einheiten: *elementi del paesaggio, flora, fauna, clima, fenomeni geologici*, usw. Unter *elementi del paesaggio* kann man jeweils *pianura, valli, monti, colline, promontori, isole, laghi*, usw. zuordnen).

1	di una certa sapidità, tipica delle colline a sud di Brescia, assolate e
2	collinari e le fertili piane ai piedi delle colline attirano, nel Cinquecento,
3	di Botticino; il comprensorio racchiude colline rocciose dal terreno
4	di moto e d'auto d'epoca, lungo le colline della Strad del Vino Il Gruppo
5	del Franciacorta. Filari di viti, dolci colline , piccoli borghi, castelli e abbazie
6	approvato il 21 luglio 1967. Su queste colline , tuttavia, la coltivazione della vita
7	situato a est sulle dolci propaggini delle colline moreniche sebine. L'altalenante
8	torbiera e delle caschine adagiate tra le colline ricoperte di vigneti. Si tratta di
9	della Franciacorta, caratterizzato da colline tappezzate di vigneti e
10	del Franciacorta. Filari di viti, dolci colline , piccoli borghi, castelli e abbazie
11	comprendono la pianura alluvionale, le colline moreniche, le prime pendici delle
12	sul lago, segnata da tre ordini di colline sulle quali hanno trovato il loro
13	tipicità del territorio, che si snoda tra le colline dell'entroterra e le coste del lago
14	fino a Punta San Vigilio e Sirmione, le colline moreniche, gli Appennini nelle
15	Con il lago laggiù sullo sfondo, le colline benacensi offrono la possibilità di
16	Valtenesi, sulle pendici delle splendide colline del lago di Garda; se ne
17	si concentra principalmente sulle dolci colline della Valtenesi (da Salò a
...	...

Konkordanzliste aus dem IT-Korpus: colline

Der dritte Schritt galt der Aussortierung und Auswertung der Konkordanzlisten, welche ausgehend von den im ersten und zweiten Schritt ermittelten Schlüsselbegriffen mit der Funktion *Concord* erstellt wurden. Das angeführte Beispiel zeigt einen Ausschnitt aus der Konkordanzliste aus dem IT-Korpus zu *colline*¹⁰. Das Bezugswort *colline* kann hier in seiner kontextuellen Einbettung beobachtet werden. Ko-okkurrenzpartner bzw. usuelle Wortverbindungen unterschiedlicher syntaktischer Struktur, wie etwa *dolci colline*, *colline ricoperte/tappezzate di vigneti*, *colline che attorniano il lago* usw. lassen sich dabei sehr leicht erkennen. Diese Gebrauchsbeispiele werden in die Datenbank systematisch aufgenommen. Im TouriTerm-Eintrag *colline* (s. unten) sind diese phraseologischen Informationen jeweils im Feld *Kombination mit Adjektiven, Substantiven, Verben* usw. zu finden.

Die Wortverbindungen, die unter der deutschen Entsprechung *Hügel* exemplarisch eingetragen wurden (*sanft, von Weingärten und Feldern überzogen, umliegend* usw.) sind ausgewählte Beispiele aus deutschsprachigen touristischen Online-Texten, denen in diesem Zusammenhang nur eine illustrative Funktion zukommt. An ihrer Stelle sollen künftig textsortentypische Wortverbindungen aus deutschen Vergleichskorpora eingegeben werden.

10 Collina kommt im IT-Korpus hauptsächlich im Plural vor. Es handelt sich dabei eindeutig um eine textsortenbedingte grammatische Einschränkung, welche in der Datenbank verzeichnet und entsprechend markiert wird.

Italiano	
collina	
<i>Fonte:</i>	Scoprire Brescia
<i>Genere:</i>	f.
<i>Classe morfologica:</i>	sostantivo
<i>Nota morfologica:</i>	termine usato prevalentemente al plurale
<i>In combinazione con aggettivi:</i>	dolci; verdi; ricoperte da fitti boschi; tappezzate di vigneti; punteggiate da piccoli borghi, torri e castelli medievali
<i>In combinazione con verbi:</i>	degradano verso il lago
<i>Contesto:</i>	E ancora, le dolci colline della Franciacorta, i colli ricchi di storia dell'anfiteatro morenico gardesano, le vaste distese della pianura segnate dal corso dei fiumi Oglio e Chiese dove, tra i filari di pioppi, si possono scorgere ville patrizie e castelli.
<i>Fonte:</i>	Scoprire Brescia
<i>Definizione:</i>	Rilievo poco elevato (non superiore ai 600 m.), rispetto al piano alluvionale, di solito con pendio dolce.
<i>Fonte:</i>	Devoto-Oli 2008
<i>Tedesco</i>	
<i>Hügel</i>	
<i>Genere:</i>	m.
<i>Classe morfologica:</i>	sostantivo
<i>In combinazione con aggettivi:</i>	sanft, von Weingärten und Feldern überzogen, mit Weingärten bedeckt, mit Olivenbäumen bewachsen, grasbewachsen, bewaldet, umliegend, steil, idyllisch
<i>Definizione:</i>	ist als Geländeform eine Mittelgrosse Erhebung in einer Landschaft meist mit eher abgerundeten Formen und mit Pflanzen bewachsen. Er ist kleiner als ein Berg, aber normalerweise größer als ein Fels oder eine Bodenwelle. Außerdem ist er normalerweise nicht wesentlich länger als breit, sonst wird die Erhebung als Höhenrücken bezeichnet. Ein Hügel kann Teil eines Berges sein, wenn sich in seinen Ausläufer Erhebungen gebildet haben
<i>Fonte:</i>	http://de.wikipedia.org/wiki/Hügel (08.08.2009)
<i>Contesto:</i>	Sanft geschwungene Hügel am Rande des Pfälzerwaldes und das südländische Klima zaubern toskanische Atmosphäre.
<i>Fonte:</i>	http://www.suedlicheweinstrasse.de (10.08.2009)

Beispieleintrag: collina mit deutscher Entsprechung

Die Konkordanzanalyse ermöglicht zudem die Identifikation referenzidentischer Ausdrücke (vgl. unten *velisti*, *amanti della vela*, *appassionati di vela*). Als textsortentypische Synonyme, welche je nach Verwendungskontext unterschiedliche Konnotationen aktualisieren können, werden sie in den untersuchten Korpus-texten – anscheinend der stilistischen Variation zuliebe – relativ häufig austauschbar eingesetzt. Ihre Relevanz für die Sprachproduktion ist eindeutig und lässt einen entsprechenden Eintrag in *TouriTerm* als besonders wichtig erscheinen. Dazu ein Beispiel¹¹:

Italiano	
amanti della vela	
<i>Fonte:</i>	Scoprire Brescia
<i>Classe morfologica:</i>	sintagma
<i>Nota morfologica:</i>	termine usato prevalentemente al plurale
<i>Nota d'uso:</i>	introduce suggerimenti formulati ad hoc per categorie di visitatori con interessi particolari; espleta un'evidente funzione di richiamo
appassionati di vela	
<i>Classe morfologica:</i>	sintagma
<i>Fonte:</i>	www.bresciatourism.it (14.8.09)
<i>Nota d'uso:</i>	introduce suggerimenti formulati ad hoc per categorie di visitatori con interessi particolari; espleta un'evidente funzione di richiamo
velisti	
<i>Classe morfologica:</i>	sostantivo
<i>Fonte:</i>	http://www.centomiglia.it/ (14.8.09)
<i>Nota d'uso:</i>	introduce suggerimenti formulati ad hoc per categorie di visitatori con interessi particolari; espleta un'evidente funzione di richiamo
Tedesco	
Segelfreunde	
<i>Classe morfologica:</i>	sostantivo
<i>Contesto:</i>	Rügen bietet mit seinen Häfen und der abwechslungsreichen Küste ein einmaliges Gebiet für Segelfreunde
<i>Fonte:</i>	http://www.ruegen-zimmer-info.de/ (14.6.10)

11 Auch die hier eingetragenen deutschen Entsprechungen sind ad hoc ausgewählte Beispiele aus deutschsprachigen Internetquellen, welche an dieser Stelle zu reinen Illustrationszwecken angeführt wurden.

Segelliebhaber	
<i>Classe morfologica:</i>	sostantivo
<i>Contesto:</i>	Für Boots und Segelliebhaber ist die Kieler Woche ein unbedingtes Muß
<i>Fonte:</i>	http://stadt.cityreview.de/schleswig-holstein/kiel/sehenswuerdigkeiten/ (14.6.10)
Segelfans	
<i>Classe morfologica:</i>	sostantivo
<i>Contesto:</i>	Zu den Klassikern zählt der Attersee - vor allem für Segelfans. Auch Tauchen und Wasserskifahren sind hier beliebte Sportarten.
<i>Fonte:</i>	http://www.austria.info/de/tags/baden-wassersport?_skip=20 (14.6.10)
Segler	
<i>Classe morfologica:</i>	sostantivo
<i>Contesto:</i>	Aus Hamburg, Niedersachsen und sogar Nordrhein-Westfalen reisen eingefleischte Segler an die Ostseeküste.
<i>Fonte:</i>	http://www.scharbeutz.de/scharbeutz-entdecken/segeln-tauchen.html (14.6.10)

Beispieleintrag: referenzidentische Ausdrücke (mit deutschen Entsprechungen)

Der Eintrag lässt außerdem sprachspezifische strukturelle Präferenzen deutlich werden: den italienischen syntagmatischen Wortverbindungen entsprechen zum Beispiel im Deutschen meist Nominalkomposita (*Segler, Segelfreunde, Segelliebhaber, Segelfans*). Jede Variante wird in einem aussagekräftigen Vorkontext gezeigt, welcher zusätzliche Informationen über ihren textsortenangemessenen Gebrauch liefern soll. Die Anmerkung zur Verwendung verweist ferner auf besondere pragmatische Textfunktionen. Fazit: Der Benutzer hat hier eine Reihe funktionaler Ausdrucksvarianten parat, die er je nach stilistischer Absicht auswählen und seinen spezifischen Kommunikationszwecken anpassen kann.

Als wiederkehrende Textversatzstücke erfüllen einzelne Wortverbindungen – wie oben angedeutet – spezifische textsortenrelevante Funktionen. Dabei sind interlinguale Unterschiede zu beachten. Durch den Einbezug textueller Informationen will *TouriTerm* Hinweise auf sprach- und kulturspezifische Vertextungskonventionen anbieten. Das erfolgt sowohl in Form von Anmerkungen zur Verwendung als auch durch visuelle Beispiele (wie etwa eingescannte längere Textpassagen), die dank der besonderen Flexibilität von *Multiterm* leicht in den Eintrag zu integrieren sind. So wird die phraseologische Einheit *a spasso sulle due*

ruote im nachfolgenden Beispieleintrag in ihrer (korpus)typischen Texteinbettung gezeigt, während die Anmerkung zur Verwendung ihre textsortenspezifische Funktion erklärt. Der Benutzer erfährt somit, dass *a spasso sulle due ruote* im italienischen Korpus eine prägnante und wirkungsvolle funktionale Ausdrucksvariante der eher sachneutralen Bezeichnung *itinerari cicloturistici* darstellt. Beide Ausdrücke signalisieren zudem eine präzise Texthandlung: Sie leiten Mikrotexte ein, welche Interessierten Radwanderwege kurz beschreiben bzw. empfehlen. Dass es im Fall von bildhaften Wendungen wie *a spasso sulle due ruote* eine Wort-für-Wort-Übersetzung keine textsortenadäquate Lösung wäre, zeigen die potentiellen deutschen Entsprechungen, die im folgenden Eintrag – analog wie in den früheren Beispielen – exemplarisch aufgelistet wurden.

Italiano	
a spasso sulle due ruote	
<i>Fonte:</i>	Scoprire Brescia
<i>Classe morfologica:</i>	unità fraseologica pragmatica
<i>Nota d'uso:</i>	<i>Nota d'uso:</i> introduce una porzione di testo in cui si forniscono suggerimenti per itinerari cicloturistici. Un tratto stilistico-testuale ricorrente è la designazione dei vari tipi di destinatari (ad es. “per gli appassionati della mountain-bike”) seguita dalla descrizione del percorso a loro più congeniale. Dal punto di vista contenutistico un forte accento è posto sulla componente del relax e del contatto con la natura garantiti da questo tipo di itinerari. Oltre alla predominante valenza persuasiva, questa sezione di testo può contenere altresì note puramente informative
<i>Collocazione nel testo:</i>	A spasso sulle due ruote Molti gli itinerari da percorrere in bicicletta sulle sponde del lago d’Iseo. Ecco qualche suggerimento [...]
itinerari cicloturistici	
<i>Classe morfologica:</i>	sintagma
<i>Fonte:</i>	www.bresciainbici.it (14.8.09)
<i>Contesto:</i>	I 40 itinerari cicloturistici descritti in questo sito sono un compendio del “Turismo verde” e “ecoturismo” possibile nella nostra immensa Provincia.
<i>Fonte:</i>	www.bresciainbici.it (14.8.09)
Tedesco	
Mit dem Fahrrad unterwegs	
<i>Fonte:</i>	www.geo.de/GEO/reisen/reise-specials/58659.html (14.6.10)
<i>Classe morfologica:</i>	unità fraseologica pragmatica

Mit dem Rad auf Tour	
Fonte:	www.sh-radtour.de/tipps_radtour.php (14.6.10)
Classe morfologica:	unità fraseologica pragmatica
Unterwegs auf zwei Rädern	
Fonte:	http://www.evendi.de/news/sport-freizeit/00235/der-fahrradguide-unterwegs-auf-zwei-raedern.html (14.6.10)
Classe morfologica:	unità fraseologica pragmatica
Radwanderwege	
Fonte:	http://www.rad-reise-service.de/radwege-oesterreich.html (14.6.10)

Beispieleintrag: *a spasso sulle due ruote* (mit Texteinbettung im IT-Korpus und potentiellen deutschen Entsprechungen)

Commento [x2]: noch das Feld „Classe morfologica“ einfügen?

6. **Neu in TouriTerm: Die Eintragung wiederkehrender Kommunikationshandlungen**

Commento [x3]: Durchnummerieren? Also „6. Neu in Touri-term ...“?

Die qualitative Analyse der Korpus Texte, die zur Ermittlung inhaltlicher Makro- und Mikro-Einheiten im ersten Schritt durchgeführt wurde (vgl. Abschnitt 5), ermöglichte es, eine Reihe wiederkehrender Kommunikationshandlungen nachzuweisen. Die im IT-Korpus enthaltenen touristischen Broschüren lassen konstitutive Texthandlungen erkennen, welchen spezifische Formulierungsmittel zugeordnet werden können. Die textsortentypische Kommunikationshandlung *Presentare l'offerta enogastronomica del territorio* (de. *heimische Speisen und Getränke präsentieren*) wird zum Beispiel im IT-Korpus meist durch kurze einleitende Textsequenzen realisiert, die sich textuell durch besondere konventionalisierte Ausdrucksmittel manifestieren (vgl. die kursiv markierten Formulierungen im folgenden Beispielsatz):

Brescia si presenta a tavola con gustose proposte nelle quali confluiscono le tradizioni gastronomiche della pianura, delle montagne e dei laghi.

Bezüglich des Begriffs “wiederkehrende Kommunikationshandlung” sei hier auf den Aufsatz von Peter Sandrini (1997) *Terminographie und Textographie: Synergien und Parallelen* verwiesen. Dem dort vorgestellten Ansatz liegt – etwas vereinfacht ausgedrückt – folgende Annahme zugrunde: Die sprachliche Realisierung der – meist sprachübergreifenden – Kommunikationshandlungen, die für eine bestimmte Textsorte charakteristisch sind, kann von Sprache zu Sprache unterschiedlich sein.

Zieht man zum Beispiel die oben erwähnte Kommunikationshandlung aus dem IT-Korpus *Presentare l'offerta enogastronomica del territorio* in Betracht,

so stößt man im deutschsprachigen Franken-Vergleichskorpus (vgl. Fußnote 3) auf sprachliche Realisierungen wie etwa:

Lassen Sie sich Franken auf der Zunge zergehen und entdecken Sie den Geschmack eines Urlaubslandes: eine Komposition aus Vielfalt und Tradition, Leidenschaft und viel Sinn für Qualität, frischen Ideen und köstlichen Zutaten aus der Region, die die fränkischen Küchenchefs immer wieder aufs Neue inspirieren.

Mit dem Aufbau einer parallelen – mit *TouriTerm* zu verlinkenden – Datenbanksektion zur Ermittlung wiederkehrender Kommunikationshandlungen und der entsprechenden textsortentypischen Ausdrucksmittel im Deutschen und Italienischen möchten wir dem Benutzer ein Hilfsmittel an die Hand geben, mit dem er seine Formulierungsprobleme bzw. -unsicherheiten bei der Textproduktion in der Fremdsprache effizient bewältigen kann. Wir selektieren hier also prinzipiell *textproduktionsorientiert*. Die in der Datenbank enthaltenen Informationen sollten allerdings auf den kompetenten Benutzer eher *inspirierend* als *präskribierend* wirken. Zu diesem Zweck werden Daten lediglich in der Originalsprache zunächst aus dem definierten textsortenspezifischen IT-Korpus extrahiert. In einem zweiten Schritt soll das nun aufzubauende deutschsprachige Vergleichskorpus auf der Suche nach wiederkehrenden Kommunikationshandlungen und deren sprachlichen Umsetzung in analoger Weise abgefragt werden.

Die Eintragung textsortenrelevanter Informationen zu den wiederkehrenden Kommunikationshandlungen soll in Form von kondensierten Beispielen erfolgen, welche jeweils aus dem italienischen und aus dem deutschen Korpus sorgfältig ausgewählt werden sollen. In den einzelnen Einträgen sollen außerdem die Vertextungsmittel, welche die jeweilige Kommunikationshandlung in beiden Sprachen zum Ausdruck bringen, mit vordefinierten typographischen Mitteln hervorgehoben werden. Das wird das Nachschlagen durch den Benutzer wesentlich erleichtern.

Die Auswahl und Anordnung kommunikativer Teilhandlungen aus den textsorteneingeschränkten Korpora stellt in methodischer Hinsicht eine besondere Herausforderung dar. Einen gewinnbringenden Ausgangspunkt bildet auch hier die Konkordanzanalyse. In der derzeitigen experimentellen Phase konzentrieren wir uns auf die inhaltliche Makrosektion *Kulinarisches*. Der Kommunikationshandlung *presentare l'offerta enogastronomica del territorio* (de. *heimische Speisen und Getränke präsentieren*) wurden zum Beispiel folgende Teilhandlungen zugeordnet: *descrivere un piatto tipico* (de. *ein Gericht beschreiben*); *descrivere un prodotto tipico* (de. *ein Produkt beschreiben*); *descrivere la stagionalità dell'offerta enogastronomica* (de. *die saisonale Vielfalt von Speisen und Getränken beschreiben*); *descrivere la ristorazione locale* (de. *heimische*

Gastronomiebetriebe beschreiben); *denominare tipologie di turisti con interessi enogastronomici* (de. *kulinarisch interessierte Gäste bezeichnen*).

Die Ausrichtung des geplanten Tools ist auch in diesem Fall rein deskriptiv, d.h. wir beschreiben nur, was im Korpus belegt ist. Da touristische Textsorten, so universell sie auch gestaltet sein mögen, immer noch stark sprach- und kulturspezifisch geprägt sind, ist eine Asymmetrie zwischen der Konstellation von Kommunikationshandlungen und deren pragmatischer Relevanz im deutschen und im italienischen Korpus im Prinzip nicht auszuschließen. So ist die Vorstellung durchaus naheliegend, dass die Teilhandlung *ein Bier beschreiben* im deutschsprachigen Korpus – aufgrund der höheren Produktions- und Konsumquote von Bier in Deutschland als in Italien – viel rekurrenter und ausgeprägter ausformuliert vorkommen wird als im italienischen. Mit hoher Wahrscheinlichkeit wird ähnlicherweise die Teilhandlung *ein Olivenöl beschreiben* im italienischen Korpus viel öfter vertreten und ausdifferenziert versprachlicht sein als im deutschen.

7. **Schlussbemerkungen**

Zielsetzung des *TouriTerm*-Projekts ist es, unterschiedlichen Benutzergruppen, welche im Tourismusbereich kommunikative Leistungen erbringen (d.h. fremdsprachige Texte produzieren), ein integriertes praxisrelevantes Referenzsystem anzubieten, das durch flexible Zugriffsmöglichkeiten ihr jeweils spezifisches textproduktives Handeln im Sinne eines textsorten- und kulturell angemessenen bzw. zweckorientierten Kommunizierens unterstützen kann.

In der Datenbank werden Übersetzer und Redakteure textsortentypische Verwendungsmuster finden, insbesondere phraseologische Informationen, die bei der Rezeption und Produktion der zu verfassenden Texte als Orientierungs- bzw. Formulierungshilfe dienen können.

Die Möglichkeit, die eigenen Hypothesen am Beispiel von authentischem Sprachmaterial überprüfen zu können, ist für Übersetzer und Texthersteller – wie bekannt – von sehr großem Vorteil. Translatoren können allerdings, je nach Kompetenzniveau, von *TouriTerm* als übersetzungsbezogener Wissensressource unterschiedlichen Gebrauch machen. Nicht-professionelle und semi-professionelle Übersetzer können dabei mit angemessenen Äquivalenten konfrontiert werden, während professionelle Übersetzer die Datenbank als Hilfsmittel zur Überprüfung ihrer Intuitionen sowie bei der Suche nach situationsangemessenen bzw. textsortenadäquaten Übersetzungslösungen heranziehen können. Ausgehend von den in den einzelnen Einträgen verzeichneten Informationen aus domänenspezifischen Korpora kann der Benutzer schnell und zuver-

Commento [x4]: Durchnummerieren, also 7.?

Commento [x5]: d.h. statt „i.e.“

lässig sein Textsortenwissen testen bzw. gezielt erweitern und eventuelle Kollokationsverstöße vermeiden (vgl. die textsortentypischen Kollokationspartner von *charakteristisch* unter 4.). Durch die Recherche im Datenbankbestand können zudem mentale Prozesse ausgelöst werden, welche zu besseren kreativeren Lösungen führen können. Von dieser Perspektive aus kann *TouriTerm* ohne weiteres als “starting point in the search for a better equivalent” betrachtet werden (vgl. Fraser 1999).

Es sei hier nochmal betont, dass unser Tool keine Entsprechungen im engeren Sinn, sondern eher funktionsähnliche Ausdrucksmöglichkeiten vermitteln will. Angestrebt wird also in erster Linie eine pragmatische Symmetrie, die durch Heranziehen von Sprachdaten aus funktionsgleichen Texten unterschiedlicher Sprach- und Kulturräume gewährleistet werden soll. Entscheidend ist dabei – wie oben angedeutet – die Qualität der zu diesem Zweck zusammengestellten Korpora, welche sich an Kriterien der Ortsgebundenheit und Ausgewogenheit ausrichten soll.

Daten zu extrahieren, Einträge anzulegen und anzuordnen kann allerdings fehleranfällig sein. Stilistische Mängel können in der Datengrundlage immer vorhanden sein. Doch unser Ziel ist – wie gesagt –, die kommunikative Praxis und die Regularitäten im touristischen Sprachgebrauch zu beschreiben und terminographisch zu repräsentieren. Sie zu verbessern liegt in der Verantwortung der einzelnen Benutzer bzw. Textproduzenten. Durch *TouriTerm* hoffen wir, ihnen dabei den Arbeitsaufwand ein wenig zu erleichtern.

Didaktische Anwendungen, welche eine Integration dieser Ressource in den Fremdsprachenunterricht vorsehen, zielen darauf ab, das Bewusstsein für die Notwendigkeit einer Qualitätssteigerung fremdsprachiger textproduktiver Praktiken im Tourismusbereich zu schaffen. Eine solche Einstellung ist heutzutage sowohl in der Ausbildung als auch im Beruf äußerst erforderlich, wie Marcello Soffritti (2006: 41) mit Nachdruck hervorhebt:

Die Pädagogik der Produktion und Rezeption fremdsprachiger Texte – und der entsprechenden Translationskompetenz – ist dringend auf eine gezielte Nutzung spezieller und allgemeiner Hilfsmittel im Internet und in den anderen neuen Medien angewiesen. Darin steckt schon jetzt ein wesentliches Verbesserungspotenzial mit gewaltigen Rationalisierungsmöglichkeiten sowohl für die (Aus)bildung als auch für den Beruf.

Zitierte Literatur

- Brandmair Dalleria, Ilsemarie, 2001. Giulia o Ermengarda? In: Taccolini, Mario (a cura di), *Il turismo bresciano fra passato e futuro*. Milano, Vita e Pensiero, 303-319.
- Calvi, Maria Vittoria, 2005. *Il Linguaggio Spagnolo del Turismo*, Viareggio, Baroni Editore.

- Calvi, Maria Vittoria, 2006. El uso de términos culturales en el lenguaje del turismo: los hoteles y su descripción. In: Calvi, Maria Vittoria / Chierichetti Luisa (Hgg.) *Nuevas tendencias en el discurso de especialidad*. Bern, Peter Lang AG, 271-291.
- Dann, Graham M.S., 1996. *The Language of Tourism. A Sociolinguistic Perspective*, Wellington, CAB International.
- Donalies, Elke, 2006. Was genau Phraseme sind In: *Deutsche Sprache* 4/05, Berlin, Schmidt, 338-354.
- Ettinger, Stefan, 2007. Phraseme im Fremdsprachenunterricht. In: *Phraseologie/Phraseology. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung / An international Handbook of Contemporary Research*, 2. Halbband / Volume 2, Berlin, de Gruyter, 893-908.
- Fraser, Janet, 1999. The Translator and the Word: The Pros and Cons of Dictionaries in Translation. In: Anderman, Gunilla / Rogers, Margaret (eds.), *Wort, Text, Translation: Liber Amicorum for Peter Newmark*, Clevedon, Multilingual Matters, 25-34.
- Göpferich, Susanne, 1995. Von der Terminographie zur Textographie: Computergestützte Verwaltung textsortenspezifischer Textversatzstücke. In: *Fachsprache / International Journal of LSP* 17, 1-2, 17-41.
- Hickey, Leo, 2004. Perlocutionary pursuits: persuading of/that/to. In: Pilar Navarro Errasti, María (et al.) (Hrsg.), *Pragmatics at Work: The Translation of Tourist Literature*, Bern, Peter Lang, 57-79.
- Jetmarová, Zuzana et al., 1995. New advertising markets as target areas for translation. In: Snell-Hornby, Mary (et al.) (Hrsg.), *Translation as Intercultural Communication: Selected Papers from the EST Congress, Prague*, Amsterdam / Philadelphia, John Benjamins Publishing Company, 185-194.
- Kelly, Dorothy, 2005. "Lest Periko Ortega give you a sweet ride..." o la urgente necesidad de profesionalizar la traducción en el sector turístico. Algunas propuestas para programas de formación. In Fuentes Luque (ed.), *La traducción en el sector turístico*, Granada, Atrio, 155-170.
- Kjær, Anne Lise, 1992. Normbedingte Wortverbindungen in der juristischen Fachsprache. In: *Fremdsprachen lehren und lernen*, 21. Jahrgang, 46-64.
- Kupsch-Losereit, Sigrid, 1995. Übersetzen als transkultureller Verstehens- und Produktionsprozeß. In: Snell-Hornby, Mary (et al.) (Hrsg.), *Translation as Intercultural Communication: Selected Papers from the EST Congress, Prague*, Amsterdam/Philadelphia, John Benjamins Publishing Company, 249-259.
- Kupsch-Losereit, Sigrid, 2004. Zur Evaluierung von Übersetzungen: Parameter der Bewertung. In: Schmitt, Peter A. / Jüngst, Heike E. (Hrsg.), *Translationsqualität*, Frankfurt am Main, Peter Lang, 333-343.
- Lombardi, Alessandra, 2001. Il testo di promozione: qualità, lingua e cultura. In: Taccolini, Mario (a cura di), *Il turismo bresciano fra passato e futuro*. Milano, Vita e Pensiero, 321-341.
- Lombardi, Alessandra / Peverati, Costanza / Soukup-Unterweger, Irmgard, 2010. TouriTerm: Eine mehrsprachige Datenbank für die qualitative Erstellung und Übersetzung von Tourismustexten. In: Heine, Carmen / Engberg, Jan (eds.), *Reconceptualizing LSP. Online proceedings of the XVII European LSP Symposium 2009*, Aarhus (<http://bcom.au.dk/research/publications/conferencepublications/extendedcontributions>).

- Lombardi, Alessandra, 2011. Fachsprachen lernen mit Korpora. Die Integration korpus-linguistischer Verfahren im Unterricht Deutsch als Fachsprache. In Knorr, Dagmar / Nardi, Antonella (Hrsg.), *Fremdsprachliche Textkompetenz entwickeln*, Frankfurt/Main u.a., Peter Lang, 217-236.
- Lombardi, Alessandra / Peverati, Costanza (im Druck). TouriTerm: un database terminologico-testuale per la traduzione e redazione di testi turistici. In: RITT Rivista Internazionale di Tecnica della Traduzione, 12.
- Macheiner, Judith, 2004. *Übersetzen: Ein Vademecum*, München, Piper Taschenbuch Verlag.
- Mason, Ian, 2004. Textual Practices and audience design: an interactive view of the tourist brochure. In: Pilar Navarro Errasti, María (et al.) (eds.), *Pragmatics at Work: The Translation of Tourist Literature*, Bern, Peter Lang, 157-176.
- Nigro, Maria Giovanna, 2006. *Il Linguaggio Specialistico del Turismo: Aspetti Storici, Teoretici e Traduttivi*, Roma, Aracne.
- Reiß, Katharina, 1983. *Texttyp und Übersetzungsmethode. Der operative Text*. Heidelberg, Julius Groos Verlag.
- Santulli, Francesca (et al.), 2007. *Pragmatica della Comunicazione Turistica*, Roma, Editori Riuniti.
- Sandrini, Peter, 1997. Terminographie und Textographie. Parallelen und Synergien. In: Holzer, P. / Feyrer, C. (Hrsg.), *Text, Sprache, Kultur. Festschrift zum 50jährigen Bestehen des Institutes für Übersetzer- und Dolmetscherausbildung der Universität Innsbruck*, Wien, Peter Lang, 185-201.
- Schopp, Jürgen F. 2010. In »fremdem Gewand«. Anmerkungen zum Problem der visuellen Gestaltung von Touristikprospekten. In: *TRANS Internet-Zeitschrift für Kulturwissenschaften* 17, Sektion 2.8. http://www.inst.at/trans/17Nr/2-8/2-8_schopp.htm
- Snell-Hornby, Mary, 1999. The 'Ultimate Comfort': Word, text and Translation of Tourist Brochures. In: Anderman, Gunilla / Rogers, Margaret (eds.), *Wort, Text, Translation: Liber Amicorum for Peter Newmark*, Clevedon, Multilingual Matters, 95-103.
- Soffritti, Marcello, 2006. Textlinguistik und Texte: Was bestimmt das Tempo der Entwicklung? In Foschi Albert, Marina / Hepp, Marianne / Neuland, Eva (Hrsg.), *Texte in Sprachforschung und Sprachunterricht. Pisaner Fachtagung 2004 zu neuen Wegen der italienisch-deutschen Kooperation*. München, Iudicium, 34-47.
- Steyer, Kathrin, 2001. Usuelle Wortverbindungen des Deutschen. Linguistisches Konzept und lexikografische Möglichkeiten. In: *Deutsche Sprache* 2/00, Berlin, Schmidt, 101-125.

