

**Zur Rolle von Selbst- und Fremdbildern in der translatorisch  
vermittelten interkulturellen Kommunikation.  
Ein Mehrebenenmodell für den Kulturkompetenzerwerb in der  
universitären Übersetzungsdidaktik (spanisch/deutsch)**

**Dr. Heidrun Witte**

Übersetzer und Dolmetscher (Translatoren)<sup>1</sup> sollen interkulturelle Kommunikation ermöglichen und helfen, interkulturelle Missverständnisse zu vermeiden (cf. Holz-Mänttari 1984 passim; Vermeer 1982 passim). Für die universitäre Translatorenausbildung bedeutet dies, dass Fremdsprachen- und -kulturerwerb bzw. -vermittlung sozusagen auf zwei Ebenen erfolgen müssen: Die Studierenden lernen nicht nur – wie andere Fremdsprachenlerner – für die Anwendung in eigener Kommunikationsrolle, sondern sollen außerdem befähigt werden, die Perspektiven der Interaktanten, zwischen denen sie Kommunikation herstellen sollen, zu berücksichtigen.

In Witte (2000; 2008) wurde daher für die translatorische Kulturkompetenz zwischen den Komponenten “Kompetenz-in-Kulturen” und “Kompetenz-zwischen-Kulturen” unterschieden. Letztere bezieht sich auf die Selbst- und gegenseitigen Fremdbilder der involvierten Kulturen. Der Begriff verweist darauf, dass zur translatorischen Antizipation möglicher Fehlinterpretationen und ggf. korrigierender Steuerung des Verhaltens der Interaktanten deren gegenseitige Erfahrungen, Erwartungen, vorhandenes Wissen, Stereotype etc. zu berücksichtigen sind, um dann entsprechend dem Translationsziel einen Text erstellen zu können.

Wir beschränken unsere Ausführungen auf das Übersetzen, also die Ermöglichung textbasierter interkultureller Kommunikation. Im Hinblick auf translatorische Strategien wird dabei die Relevanz mentaler Visualisierungen (bildhafte, aber auch akustische, taktile etc. Vorstellungen, die durch Texte hervorgerufen werden; cf. Kussmaul 2007), sowohl bei der Ausgangstextanalyse als auch bei der Zieltextproduktion, betont.

Anhand von spanischen Ausgangstexten aus dem Übersetzungs-Anfängerunterricht Spanisch-Deutsch soll gezeigt werden, dass und wie themenbezogen sprachliche und kulturelle Aspekte der Fremdkultur bei der Ausgangstextanalyse vermittelt und wie die jeweiligen Perspektiven der ausgangs- und zielkulturellen Handlungspartner bei der Zieltextproduktion hypothetisch in den Blick genommen werden können.

Als Beispiele dienen uns Texte aus dem Bereich Tourismus. Wir stützen unsere methodischen Überlegungen auf Unterrichtserfahrungen in Deutschland und auf Gran Canaria mit deutschsprachigen Spanischlernern.

---

<sup>1</sup> Aus sprachökonomischen Gründen verwenden wir das generische Maskulinum.