

Berufliche und translatorische Herausforderungen der mehrsprachigen Social Media-Kommunikation in der Schweiz

FACEBOOK-STATUSMELDUNGEN IN DEUTSCHSCHWEIZERISCHEN UNTERNEHMEN IM ÜBERSETZUNGSVERGLEICH (DEUTSCH-FRANZÖSISCH-ITALIENISCH)



MOTIVATION

- Berufliche Erfahrung
- Translatorischer Umgang mit mehrsprachigen Facebook-Statusmeldungen in deutschschweizerischen Unternehmen

RELEVANZ

- Keine linguistischen Forschungsarbeiten über die sprachlichen Handlungsmuster von Unternehmen auf Facebook
 - Keine übersetzungswissenschaftlichen Arbeiten über Facebook-Statusmeldungen
 - Fragestellung nach translatorischen Lösungen bzw. alternativen Lösungen zur Übersetzung von Facebook-Statusmeldungen
- 

ZUSTÄNDIGKEITEN & AUSBILDUNG DES ÜBERSETZERS, NEUE ARBEITSPROZESSE

- Übersetzungen von Social-Media-Texten werden von einem internen (Übersetzungs-, Social Media-) Team abgewickelt
- Neue Aufgabe: Das Übersetzungsteam moderiert die Community-Beiträge
- Neuer Arbeitsschritt: Redaktion und Übersetzung erfolgen direkt auf Facebook

ZUSTÄNDIGKEITEN & AUSBILDUNG DES ÜBERSETZERS, NEUE ARBEITSPROZESSE

14. Welche sind, Ihrer Meinung nach, die größten Herausforderungen bei der Übersetzung von Social Media-Texten? *

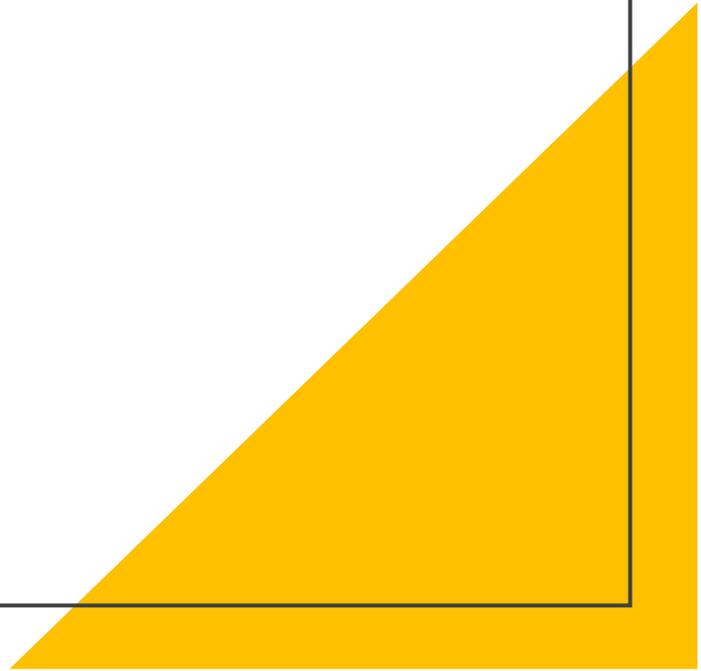
.xls .c

Anzahl Teilnehmer: 17

- Die englischen Wörter die nicht übersetzbar sind und in der besonders in der Schweiz die Deutsch/Französisch/Italienisch Anpassungen.
- Regionalität der Begriffe
- Die Übersetzung des Sprichwörter ist nicht einfach
- Schnelligkeit & Sinn beibehalten (und nicht stur 1:1 übersetzen)
- keine Angabe
- Dialekte, Wortspiele, Redewendungen etc erkennen und sinngemäss überstzen
- Das Wording, das Humor und die Kulturellen Anspielungen erfolgreich wiederzugeben. Auch Wortspiele kommen oft vor und erfordern Kreativität bei der Übersetzung.
- Die grösste Herausforderung ist folgendes: Man muss informell genug schreiben, ohne dass der Text gekünstelt klingt.
- Übersetzung per se ist bereits problematisch. Text sollten zielgruppengerecht verfasst werden, d. h. in jeder Sprach nicht übersetzt, sondern getextet werden
- Die kulturelle Unterschiede berücksichtigen
- spezifisch Schweizer Ausdrücke und Unterschiede der Regionen, unter anderem auch Unterschiede Frankreich und FR-CH
- Kulturelle Unterschiede , lokale, sprachbezogenen Themen
- Aufmerksamkeit mit wenigen Wörtern wecken
- Interessante Posts schreiben, die nicht werberisch klingeln
- Kurz und bündig bleiben / den richtigen Ton anwenden
- Diese Aufträge müssten eigentlich nicht als 1:1 Übersetzung wahrgenommen werden. Besonderheiten der Sprachregion sowie auch die Community müssten berücksichtigt werden. Nicht alle Themen sie pauschal für alle Sprach-Community relevant bzw. interessant.
- Die Lokalisierung der Inhalte

WICHTIGSTE KRITERIEN FÜR EINE GELUNGENE SOCIAL MEDIA-ÜBERSETZUNG

1. Kenntnisse über die Schweiz
2. Kenntnisse der Social Media-Plattformen
3. Kenntnisse des Schweizerdeutsches
4. Übersetzer Ausbildung
5. Berufserfahrung im Bereich Social Media





DAS FACEBOOK- ÜBERSETZUNGSKORPUS

- 356 dreisprachige Statusmeldungen (Deutsch, Französisch und Italienisch)
- Erhebungszeitraum: November 2018 bis Juni 2019
- Sprachübergreifende Codes, sprachspezifische Codes, konzeptionelle Mündlichkeit

KORPUS: SPRACHÜBERGREIFENDE ERGEBNISSE EMOTIONALER WORTSCHATZ: BEISPIELE

- Liebe auf den ersten **Glitzer-Blick**, **Shoppingherz**, Wir lieben Frische!
- Entfache das **Feuer** für grosse Taten
- Voilà un barbecue à petit prix qui sait allumer le **feu** de la passion
- Accendi il **fuoco** per grandi opere

KORPUS: SPRACHÜBERGREIFENDE ERGEBNISSE

EMOJIS

Herz-Emojis



Ideogramme



Emoji mit Kommentarfunktion



Emojis mit Illustrationsfunktion



KORPUS: SPRACHÜBERGREIFENDE ERGEBNISSE

- Umgangssprachliche Kosenamen (Schlafmützen, Baby, Naschkatzen aufgepasst!)
- wir-dir/dich-Sätze (wir zeigen dir, wir versprechen dir)

KORPUS: SPRACHSPEZIFISCHE ERGEBNISSE

Deutsch	Französisch u. Italienisch
Sprache der Nähe	Sprache der Distanz
Präsens	Future, Futuro Pouvoir, Potere



KONZEPTIONELLE MÜNDLICHKEIT

Schweizerdeutsche Begriffe (Schoggi, Guetzli, Badi, Gärtli, Bettmümpfeli)

Beispiel: kulturspezifische Realia

De: Chilbi, Fr: kermesse, It: fiere di paese

De: Budemärit, Fr: fête foraine, It: giostre

De: Knabeschüsse, Fr: marché, It: bancarelle

KONZEPTIONELLE MÜNDLICHKEIT

- Grossschreibungen

[MANOR SAY] 🌿 🇨🇭 | [MANOR SAY] 🌿 🇨🇭 | [MANOR SAY] 🌿 🇨🇭

🌟🎁 [WETTBEWERB] 🎅 🌲 | 🌟🎁 [CONCOURS] 🎅 🌲 | 🌟🎁 [CONCORSO] 🎅 🌲

- Interjektionen *Aaaaah, Ooooooh, mmmmmh,*

⤴ ⤵
Pssst... 🤫 ;

KONZEPTIONELLE MÜNDLICHKEIT

INTERPUNKTION UND EMOJIS

1. De: Nichtsetzung des Endpunktes > Fr; It: Emojis als Grenzsignale
2. De: Emojis ersetzen die Interpunktionszeichen > Fr; It: Interpunktionszeichen + Emojis
3. Emojis: **Keine Adaption in den Zielsprachen**

#HASHTAGS

- Grundsätzlich generieren Hashtags in allen drei Sprachen nur wenige Treffer
- #schweizerischeralsgedacht; #plussuissequonlepense, piùsvizzeradiquantosipensi
- #angepackt, #bienjoué, #lavorofatto
- Zweck Hashtags?

1. Das Berufsbild des Übersetzers verändert sich
2. Ein neuer angemessener Übersetzungsansatz scheint nötig zu sein
3. Social Media bringen neue Anforderungen für die einschlägigen Studiengänge mit sich

AUSBLICK



**VIELEN DANK FÜR IHRE
AUFMERKSAMKEIT**