

Vera A. Mitjagina

Mentalität als kommunikative Identität und Probleme der Translation

1. Einleitung

Sehr viele Linguisten, die ihre Fremdsprachenkenntnisse in der interkulturellen Kommunikation aktiv gebrauchen, können mehrere Situationen beschreiben, in denen die Kommunikationspartner sprachlich absolut richtig liegen, es aber trotz der sprachlichen Kompetenz zu Missverständnissen kommt.

Die Fehler, die dabei die ganze Interaktion stören, können oft sehr schwer identifiziert werden. Der Kommunikationspartner, in dessen Muttersprache das Gespräch verläuft, lehnt ganz intuitiv eine korrekte Formel ab, ohne eine rationale Erklärung geben zu können.

„So kann man das nicht sagen“ – für viele, die Fremdsprachen beherrschen, klingt das wie ein abschätzendes Urteil über ihre sprachliche, berufliche und interkulturelle Kompetenz. Ein Wort oder ein Ausdruck wird als ein „Fremdkörper“ im Kontext der Interaktion empfunden, wodurch die Kommunikation gestört wird, so dass die Fortsetzung des Gesprächs bestimmte Schwierigkeiten im mentalen und emotionalen Aspekt bereitet.

Um das Problem zu veranschaulichen, führe ich zwei Beispiele aus meiner persönlichen Erfahrung der interkulturellen Kommunikation an, in denen die Differenz der Identitäten von Vertretern verschiedener Sprachkulturen zu erkennen ist:

Ein Gespräch mit einem deutschen Freund auf Russisch, das er sehr gut beherrscht. Auf meine Absage, zusammen einen interessanten Menschen zu besuchen, den ich nicht kenne und mit dem der Freund etwas Wichtiges besprechen will, bekomme ich folgenden Kommentar: „*Ты странная*“. Als Dolmetscherin verstehe ich, dass diese Worte eine buchstäbliche, wortwörtliche Übersetzung vom deutschen *Du bist aber seltsam* ist, aber im ersten Augenblick stehe ich unter dem Einfluss der emotionalen Prägung dieses Ausdrucks in der russischen Kommunikationskultur. Der russische Empfänger dieser Aussage wird als eine etwas dumme und inadäquate Person charakterisiert.

Ein Gespräch auf Deutsch. Meine deutsche Freundin stellt mir ihre Kollegin auf dem Weihnachtsmarkt vor. Ich drücke ihr die Hand und sage: „*Sehr angenehm*“. Im Russischen ist es egal, in welchem kommunikativen Kontext die Formel *очень приятно* gebraucht wird – in einem offiziellen oder in einem inoffiziellen Gespräch. Die Freundin, die selbst Russisch studiert hat

und über eine gute sprachliche Kompetenz verfügt, sagt einige Minuten später: „Im Freundeskreis kann man einfach ‚Hallo!‘ sagen, ‚Sehr angenehm‘ klingt hier zu offiziell“.

Für mich war das eine Überraschung, obwohl ich schon längst daran gewöhnt bin, dass die Deutschen ihre Kommunikation vereinfacht haben (die Floskeln *MfG* oder *Grüße* wären hier Beispiele einer Kommunikation, die zunehmend auf Knappheit setzt), aber ich dachte auch daran, dass in persönlichen Gesprächen bestimmte habituell geteilte Verhaltensmuster gelten, die Freundlichkeit ganz besonders markieren.

2. Mentalität als Phänomen

Die Verhaltensrituale, die als psychologische Determinanten der Kommunikation dienen, finden ihren Ausdruck und ihre Verankerung in der Sprache, und nur durch die Sprache und dank der Sprache ist ihre soziale Existenz möglich. Diese Muster werden durch kognitive Strukturen, die a priori existieren und sehr schwer rational zu bestimmen sind, zu einem System zusammengefügt, das dieses Verhaltensritual steuert. Die Gesamtheit dieser Strukturen gehört zur Mentalität. Es geht im Folgenden um die Frage, wie der Zusammenhang zwischen Sprache und Mentalität charakterisiert werden kann und wie dieser Zusammenhang unser kommunikatives Verhalten beeinflusst.

Die Mentalität als Phänomen steht schon seit langer Zeit im Mittelpunkt der geisteswissenschaftlichen Forschung. Daher greift die linguistische Anthropologie zur Mentalitätstheorie in den Kontexten, die mit der Analyse und Interpretation der Werte-Systeme, Stereotype und Vorurteile, der Semiotik des verbalen Verhaltens im Rahmen verschiedener Diskurse verbunden sind. Die Mentalität einer Gemeinschaft stellt das Weltbild dar, das jedes Mitglied dieser Gemeinschaft mit den anderen teilt. Hierbei handelt es sich also um ein kollektives Wahrnehmungs- und Reaktionsmuster (Raulf 1987: 21). Die Träger einer Mentalität sind durch gemeinsame temporale und lokale Parameter ihrer Existenz vereinigt: Jedes Individuum erkennt seine Zugehörigkeit zum Kollektiv an und hält bestimmte grundlegende „Spielregeln“ für obligatorisch.

Gellner betont in seinem Buch „Nations and Nationalism“, dass französische Bauern sich erst im 19. Jahrhundert als Franzosen, und nicht nur als Mitglieder einer Gemeinde zu empfinden begannen (Gellner 1983: 14). Die Gründe dafür waren Ereignisse, die den nationalen Geist bildeten: Die Napoleonischen Kriege, die Erhöhung der Zahl der Lesekundigen – so eröffnete die Sprache als sozialer Code den Weg zur nationalen Gemeinschaft und änderte die Mentalität des Volkes. Die Sprache erfüllt eine prägende Rolle in solchen Transformationsprozessen, wofür man viele Beispiele anführen kann. Lotman weist der russischen Sprache eine sehr hohe Bedeutung bei der Vereinigung der Nation zu: Für die meisten Adeligen dienten Literatur und Theater als klare und unumstrittene Quellen der

Lebensweise, und im Kriege, auf der Parade, beim Feiern etc. vereinigten sie sich durch die Sprache und gemeinsames kollektives Verhalten mit anderen Landsleuten, und so bildeten sich Kulturtraditionen und gesellschaftliche Prinzipien heraus (Lotman 1994: 183).

Wenn ein bildlicher Ausdruck gebraucht werden soll, so könnte man die Mentalität mit einem Bauwerk vergleichen, dessen Fundament das kollektive Unbewusste ist, und das Dach – das Bewusstsein eines Individuums, oder um mit Sapir zu sprechen: „Das Wesen einer Kultur mag man als die Gesamtheit dessen bestimmen, was in einem menschlichen Gemeinwesen geleistet und gedacht wird. Die Sprache aber verkörpert eine besondere Art des Denkens.“ (Sapir 1961: 193). Die Mentalität ergänzt dieses *was* (Gegenstand des Denkens) und *wie* (Art des Denkens) als Antwort auf die Frage *warum*, weil sie die Verhaltensrituale der sozialen Gesamtheit bedingt.

3. Mentale Ansätze in der mündlichen Kommunikation

Besonders wichtig sind mentale Einstellungen und Propositionen für die mündliche Kommunikation und natürlich auch für das Dolmetschen. Die Praxis des Dolmetschens soll ständig die Antwort auf mehrere *warum* geben, und durch die Analyse von gelungenen und misslungenen Varianten wird das Verstehen des Phänomens der Mentalität möglich. Dabei wäre es äußerst wichtig, folgende Interdependenz zu beachten: „Ohne Mentalitätswissen kann man nicht übersetzen – nur die Praxis der Übersetzung/des Dolmetschens lässt die fremde Mentalität als soziokulturelle Matrix begreifen“.

In der russischen Geschäftskommunikation ist in der letzten Zeit das Streben zu beobachten, Formalitäten im nahen Kontakt möglichst zu vermeiden. Die Tendenz zur informellen Gestaltung der sozialen Kommunikation ist aber zum universellen Kennzeichen der gesellschaftlichen Entwicklung aller modernen Gesellschaften geworden, wie Elias nachgewiesen hat (Elias 1976), und die Mentalität einer nationalen Gemeinschaft kann sowohl natürliche Umgangsformen fördern, als auch bestimmte Hindernisse dafür schaffen. Sehr unterschiedlich sind die Anreden in der russischen Geschäftskommunikation, die Russisch sprechende ausländische Kollegen häufig entweder begeistern oder auch verwirren:

Зайди ко мне, Алексей Петрович.

Вы знаете, Алешенька, шеф еще не приехал.

Ну что Вы, Леночка Николаевна, это же совсем другой пункт договора.

Елена свет Николаевна, солнце ты мое незаходящее, это же просто праздник какой-то, а не условия поставки, целую ручки.

Hier kann man leicht merken, dass die Kommunikanten verschiedene Kombinationen von Anrede-Varianten (Vorname in einer diminutiven Form und Sie, Vorname, Vatersname und du statt Sie; Vorname in der diminutiven Form, Vatersname und Sie; veraltete, hier umgangssprachliche Form *свер* vor dem Vatersnamen usw.) gebrauchen.

Es ist kaum vorstellbar, dass im russischen institutionalisierten Diskurs ganz leicht du und der Vorname verwendet werden können. Eine eigenwillige Einführung des „korporativen Stils“ von manchen amerikanischen und „amerikanisierten“ Firmen wird heute noch nicht begrüßt, denn status- und altersbedingte Kommunikationsregeln sind noch fest in der russischen Mentalität verankert. Das Streben nach der Erhaltung gewohnter Formen, einerseits, und nach natürlichem sozialen Verhalten, andererseits, lassen sich vermutlich dadurch erklären, dass jedes Individuum seine Identität bewahren will.

Die Ablehnung der Formalität kann zur Verletzung von Verhaltensnormen führen, wie Nuss feststellt:

Die Deutschen sind schockiert, wenn man Umgangsformen und Konventionen missachtet. In ihren Augen sind die Verhaltensregeln, die das Zusammenleben im Schoße der menschlichen Gemeinschaften bestimmen, eingeführt worden, um die in den primitiven Gesellschaften üblichen brutalen Zusammenstöße und unkontrollierten Energieausbrüche zu verhindern. Wenn man sie nicht einhält, bedeutet das, dass man auf die Errungenschaften der Zivilisation verzichtet. Um sicher zu sein, dass sie die ungezügelten Triebe, die sie in ihrem Innersten spüren, im Griff haben, übertreiben die Deutschen oft die Rücksichtnahme auf die äußere Form. Die Ernsthaftigkeit wird in solchem Fall zum Formalismus und führt zum Formalismus und führt zu einer klischeehaften Verhaltensweise. Wer sich formalen Bestimmungen zu bedingungslos unterwirft, der büßt jede Natürlichkeit ein. (1992: 105).

Diese Diskrepanz zwischen der maximalen Höflichkeit im Umgang miteinander, die den Anforderungen der Zivilisation entspricht, und der Natürlichkeit des Verhaltens bedingt einen besonderen Verlauf der Interaktionen. Einen großen Wert haben hier geltende moralische Kriterien: Der Deutsche sagt gern geradeheraus, was er denkt und empfindet, er versucht nicht, seine Gefühle zu ‚verfälschen‘ (Nuss 1992: 107). In der interkulturellen Kommunikation ist dies deutlich zu sehen, denn gerade Unterschiede im Verhalten führen zu Missverständnissen und sogar Störfällen in der Kommunikation. Eine sehr passende Illustration wäre hier das Kapitel aus dem Buch des japanischen Wissenschaftlers Tatsuo Oguro, in dem er Grundhaltungen in den mitmenschlichen Beziehungen untersucht, und zwar das *Nein* der Deutschen und das *Ja* der Japaner:

Eines Tages saß ich in einem kleinen Seminar der Theologischen Fakultät. Wir waren eine Gruppe von etwa sechs Studenten, einem Professor und zwei Assistenten. Plötzlich klopfte es an die Tür. Ohne die Antwort zu erwarten, wurde sie geöffnet. Ein Student trat ein und sagte: „Ich möchte an dem Seminar teilnehmen.“ „Das ist ein Doktorandenseminar“, sagte der Professor. „Ach so, das steht nicht im Vorlesungsverzeichnis“. Der Student wandte sich zum Gehen, aber er überlegte es sich anders und drehte sich wieder um. „Kann ich heute abend zuhören?“ „Nein, das geht nicht“, sagte der Professor. „Warum nicht?“ fragte der Student mit deutlicher Aggression in der Stimme. „Weil Sie das nicht können!“ Eine Spannung beherrschte den Raum, nicht nur zwischen dem Studenten und dem Professor. Die Spannung blieb auch, als der Student gegangen war. Meinem japanischen Gefühl folgend, wollte ich

dem Studenten nachgehen, ihn fragen, ob er von weither zu diesem Seminar gekommen sei, wollte zwischen diesem Studenten und dem Professor vermitteln, damit er zumindest an diesem Abend nicht vergeblich gekommen sei. Aber jemand aus unserer Gruppe sprach das erste Wort, unsere Arbeit betreffend. Die Spannung war gelöst. (1984: 69 – 70)

Auf den Japaner wirkt das klare, logische Nein der Deutschen wie ein Schock, er meidet kategorische Aussagen, den Sinn der Worte kann nur aus der Situation verstanden werden, das gesagte Wort wird nicht ernst genommen – das Gesicht der Kommunikanten soll gewahrt werden.

Der Deutsche braucht aber eine klare Antwort auf eine klare Frage. Dieser Wunsch der Deutschen liegt auch an der Mentalität, da die Ehrlichkeit in ihrem Wertesystem einen hohen Rang einnimmt: das Wort und die Tat sind fest verbunden, deshalb ist es für Deutsche oft ein Problem, dass ihre Direktheit falsch gedeutet wird. So kommt es zu Missverständnissen in der interkulturellen Kommunikation, die auf die Besonderheiten der Mentalität zurückzuführen sind. Man kann dennoch merken, dass sowohl die „Unehrllichkeit“ der Japaner sie selbst in vielen Situationen, auch im Rahmen der monokulturellen Kommunikation stört, als auch manche Deutsche unter dem Verhaltensmuster leiden, das sie zur obligatorischen Aufrichtigkeit zwingt.

In der mündlichen Kommunikation wird der Dialog von Vertretern verschiedener Kulturen durch einige Aspekte des interpersonellen Zusammenwirkens zum ‚Treffpunkt‘ von Mentalitäten. Für die Kommunikation zwischen Deutschen und Russen sehe ich folgende Gegensätze in den Verhaltensformen als relevant an:

- Direktheit / Indirektheit
- Ich-Bezogenheit / Visavis-Bezogenheit
- Inhalt-Bezogenheit / Empfänger-Bezogenheit
- Explizitheit / Implizitheit

Die linke Reihe der Dimensionen ist mehr auf das kommunikative Verhalten von Deutschen, und die rechte – auf das Verhalten von Russen orientiert.

4. Mentale Ansätze im Dolmetschverfahren

Dieser Unterschied in den Verhaltensweisen ist sehr deutlich an der Messe-Kommunikation festzustellen, die im Folgenden eingehender behandelt wird. Die Aussteller haben natürlich eine genaue Vorstellung von bestimmten universell geltenden Normen der Geschäftskommunikation, und sie werden oft und von verschiedenen Kommunikationsforschern analysiert und als Muster interpretiert (vgl. Wübben 2001). In Russland sind auf Messen, Businessforen usw. meistens russische DolmetscherInnen tätig, und in einer vermittelten Kommunikation können mehrere interkulturelle Probleme durch effizientes Dolmetschen gelöst werden. Die folgenden Beispiele sind sowohl an Josy Wübbens Artikel angelehnt als auch meiner eigenen Dolmetschpraxis entnommen.

Bei der Kontaktaufnahme am Messestand werden von deutschen Ausstellern klare Fragen gestellt, die direkt und inhaltsbezogen sind und die sich direkt an den Besucher richten, mit dem Ziel, dessen Aufmerksamkeit auf den Stand zu lenken: *Was hat Sie an unseren Stand geführt? – Möchten Sie sich genauer umsehen?*

Für den Dolmetscher bereiten sie keine Schwierigkeiten, aber eine äquivalente Variante *Что заинтересовало Вас на нашем стенде? – Вы хотели бы посмотреть стенд более детально?* kann den ganzen Kontakt zunichte machen, denn die Kette „visueller Kontakt – Frage – Präsentation“, die dem Deutschen kurz und richtig scheint, um seine Firma vorzustellen, gilt für den russischen Kommunikationspartner als aufdringlich. So eine „Offensive“ stört ihn dabei, sich indirekt zu zeigen, und hier könnten folgende Varianten als funktionale Zielpassagen gebraucht werden: *Вы интересуетесь природоохранными технологиями? Может быть, Вам рассказать...– Sie interessieren sich für Umwelttechniken? Vielleicht kann ich Ihnen erzählen, wie unsere Firma...*

Aus kommunikationspragmatischer Sicht ist hier zu sehen, wie ein zweckrationales Handeln durch ein traditionelles ergänzt wird, und so wird die kategorische Direktheit in der Zielaussage vermieden. Der russische Besucher bekommt auch die Möglichkeit, sich selber indirekt und implizit vorzustellen.

Der nächste verbale Schritt des deutschen Ausstellers soll *das Interesse des Besuchers wecken*, und hier hat es der Dolmetscher mit einem unterschiedlichen Verständnis von persönlicher Identität zu tun. Für Deutsche wäre es sehr wichtig, die Kompetenzen zu bestimmen, und durch die Hervorhebung der Zuständigkeit des Besuchers seine Möglichkeiten zu betonen. So kommt es, nach der Bekanntschaft und dem Austausch von Visitenkarten zu solch einer kategorischen und energischen Aktivierungspassage wie, z.B.: *Sie sind Vertriebsleiter. Dann treffen Sie die Entscheidungen? – Вы руководите сбытом. В таком случае это решение принимаете Вы?* Die angeführte wörtliche Übersetzung wird den russischen Kollegen in den meisten Situationen etwas verwirren, denn seine mangelnde Ich-Bezogenheit hindert ihn daran, selbst in einem unverbindlichen Gespräch Verantwortung zu übernehmen.

Für den Deutschen ist das eine vorteilhafte Handlung, die durch seine berufliche Stellung markiert ist, und für den Russen ist dieser Kommunikationsschritt sehr vom Charakter des Kommunikationspartners abhängig, und für die Selbstpräsentation benötigt er einen ‚Anstoß‘.

Eine funktional effiziente Variante wäre im Konjunktiv formuliert: *Вероятно, как руководитель отдела сбыта Вы могли бы принять это решение?* In der Rückübersetzung bekommen wir: *Als Vertriebsleiter könnten Sie bestimmt diese Entscheidung treffen?*

Natürlich kann man die Korrektheit dieser Variante anzweifeln, aber in der Situation der fatierenden, bekennenden Kommunikation ist die Herstellung des Kontaktes von größerer Bedeutung.

Auf der Überzeugungsetappe ist das Ziel des deutschen Ausstellers seine Firma so zu präsentieren, dass der Besucher an ihre großen Möglichkeiten glauben kann.

Er vermeidet bestimmt Werbeformeln wie *Wir sind Marktführer auf dem Gebiet der Fräsmaschinen*. - *Наша фирма является ведущей на рынке фрезеровочной техники*, weil sie nach dem stattgefundenen Gespräch überflüssig sein sollten, und der potentielle Geschäftspartner das schon begriffen haben soll. Sein nächster Schritt ist oft ganz russisch, denn er ist ‚empfängerorientiert‘: *Das könnte für Sie folgende Vorteile bedeuten....* - *Для Вас это может означать следующие преимущества....*

Der Dolmetscher löst hier ein anderes Problem: Die interkulturelle Kommunikation, die erst am Anfang ist, wird häufig durch Arroganz und Hochmut auf beiden Seiten erschwert. Die Gründe dafür liegen an der verständlichen Überlegenheit der Deutschen in der geschäftlichen Erfahrung, die mit der russischen neuesten Geschichte des modernen Unternehmertums schwer zu vergleichen ist, und an einer gewissen Behutsamkeit der Russen, die sich sehr oft unsicher fühlen. Der Dolmetscher verfügt über gute Mittel, diese Kommunikationsstörungen zu beseitigen: Hier könnten erfolgreich Partikeln und Modalwörter wie *наверное, вероятно, может быть, стоит, пожалуй* usw. eingesetzt werden.

Zum Abschluss des Gesprächs am Stand ist immer eine Vereinbarung über die Fortsetzung des Kontaktes in der Form der Geschäftskommunikation, des Informationsaustausches usw. erwünscht. Hier erscheint ein Dolmetschproblem, negative Aussagen illokutiv korrekt wiederzugeben. So stellt sich für den Dolmetscher die Frage, wie er mögliche Zweifel des russischen Besuchers an den Chancen eines kleinen deutschen Unternehmers *Ваша фирма такая маленькая...*, übersetzen soll. Die deutsche Mentalität des Ausstellers bietet ihm hier aber eine gute Möglichkeit, sich explizit darzustellen: *Eben weil unsere Firma klein ist, können wir flexibler reagieren als andere*. Die Aufgabe des Dolmetschers besteht darin, diese Mentalitätsbesonderheiten zu beachten und für den Erfolg der Kommunikation zu gebrauchen.

5. Mentale Ansätze in der schriftlichen Kommunikation

Viele ähnliche Probleme entstehen auch beim Übersetzen, insbesondere von soziokulturell geprägten Texten – z.B. von Texten aus dem Bereich Fremdenverkehr. In diesem Diskurs spielen informative Texte eine sehr wichtige Rolle, und sprachliches Handeln hat ein zweckrationales Ziel, ein bestimmtes Reiseziel möglichst positiv, sachlich und ausführlich darzustellen. Hier ist das Zusammenwirken der rhetorischen Kompetenz des Senders und der hermeneutischen Kompetenz des Empfängers erforderlich, weil bestimmte Details aufgrund mentalitätsbedingter Inhalte falsch verstanden werden können. Beim Übersetzen werden parallele Texte gern und erfolgreich gebraucht, und unter dem Aspekt der Men-

talität bei der Rezeption dieser Texte wurden Internet-Texte über Berlin von deutschen und russischen Reisebüros verglichen:

Berlin - Karneval der Kulturen. Willkommen in der Stadt der Gegensätze! Im vereinigten Berlin begegnen sich moderne Glaspaläste und restaurierte Mietshäuser, Döner-Buden und Sushi-Restaurants, Plattenbauten und Luxus-Hotels. Das Nebeneinander von Alt und Neu, von Berlinern und denen, die es werden wollen, macht Deutschlands größte Metropole so reizvoll und einzigartig. (<http://www.germanwings.com/de> [eingesehen am 8. Januar 2008])

Берлин - это больше, чем Германия. Вот Гамбург - это нормальный немецкий город. Бремен - хороший немецкий город, Мюнхен тоже. А Берлин - это маленькая модель мира. Город в стиле «мультикульти», воссоздание в картинках истории всего 20 века с противостоянием востока и запада, капитализма и идеализма, прошлого и будущего... (<http://www.travelonline.ru> [eingesehen am 4. Januar 2008])

An diesen Beispielen ist leicht zu merken, dass die Reisebüros die gleiche Absicht haben, Berlin als eine multikulturelle Metropole zu zeigen: *Karneval der Kulturen// город в стиле «мультикульти»; das Nebeneinander von Alt und Neu// противостояние востока и запада, капитализма и идеализма, прошлого и будущего.*

Der kognitive Bestandteil der soziokulturellen Kompetenz ist also allgemein, aber in solchen Kontexten sind natürlich Akzente und Details unterschiedlich. So werden im russischen Text die Бранденбургские ворота als Symbol des vereinigten Berlins gewählt, als historische Sehenswürdigkeit, und im deutschen Text ist das v.a. das Wahrzeichen Berlins, mit der die Führung durch die Stadtmitte zu beginnen wäre:

Символ города - Brandenburger Tor (Бранденбургские ворота) долгие годы являлись чем-то вроде моста между мирами. Ими заканчивалась ГДР-ровская улица Unter den Linden и начиналась недоступная для жителей соцблока буржуазная жизнь. Сегодня это памятное место, где можно купить раскошенные свидетельства исторического позора - берлинской «стены». Подлинность осколков не гарантируется. (<http://www.travelonline.ru> [eingesehen am 4. Januar 2008])

Starten Sie Ihre Erkundungstour am Brandenburger Tor, dem Wahrzeichen Berlins. Von dort flanieren Sie Unter den Linden entlang Richtung Berlin-Mitte bis zur Museumsinsel. Statten Sie hier dem Pergamonmuseum oder der jüngst komplett renovierten Alten Nationalgalerie einen Besuch ab. (<http://www.germanwings.com/de> [eingesehen am 8. Januar 2008])

Das DDR-Thema wird in russischen Texten über die Reise nach Deutschland betont, und die Suche nach den Überbleibseln des Sozialismus ist in den touristischen Foren aktuell:

Мы позавчера побывали в Лейпциге. Первая моя поездка в Восточную Германию. Ностальгия. Съехал с автобана - и попал в Советский Союз. (<http://yoox.livejournal.com> [eingesehen am 4. Januar 2008])

Die deutschen informativen Fremdenverkehrstexte unterscheiden sich von russischen durch das Dominieren des höflichen Imperativs:

Starten Sie Ihre Erkundungstour...

Von dort flanieren Sie Unter den Linden entlang.

Statten Sie hier dem Pergamonmuseum einen Besuch ab.

Versäumen Sie nicht den Blick vom Dach des Reichstages!
(<http://www.germanwings.com/de> [eingesehen am 8. Januar 2008])

Dadurch haben diese Texte eine Werbungsprägung, und die russischen erhalten eher Tipps, die in unpersönlichen Sätzen geäußert sind:

Из всего многообразия непременно стоит посетить Pergamon.

Удобнее всего пользоваться берлинской музейной картой.

Одна из самых популярных дискотек - кафе-бар-клуб Delicious Doughnuts (Rosenthaler Strasse 9). Обилие студентов и как результат вход - только 10 евро.
(<http://www.travelonline.ru> [eingesehen am 4. Januar 2008])

Wie wären die angeführten Passagen zu übersetzen? Wenn wir parallele Texte in Anspruch nehmen, dann hätten wir folgende Lösungen:

Эта страна открывает любителям природы широкие возможности для походов, велосипедных туров, сплавов по рекам, подводного плавания, виндсерфинга и затяжных прыжков с парашюта. (<http://www.isralove.co.il/rus> [eingesehen am 11. Januar 2008])

Theaterfreunden sind die Kreuzgangspiele mit Freilichtaufführungen von Klassikern der Weltliteratur ein Begriff. Feuchtwangen bietet aber auch naturverbundenen Menschen viele Möglichkeiten der aktiven Betätigung. (<http://www.jugendherberge.de> [eingesehen am 24. Januar 2008])

Diese Lösungen lexikalischer Art können aber nicht viel zur theoretischen Fundierung der Übersetzung von Textelementen mentaler und soziokultureller Herkunft beitragen. Am wichtigsten scheinen hier die Unterschiede in der Modalität und den Gefühlen zu sein. Daher sei hier für Übersetzer die Analyse des kommunikativen Handelns in den persönlichen Äußerungen auf touristischen Internetforen und in Livejournals empfohlen, die eine gute Hilfe in der Übersetzung von solchen Passagen leisten können, denn so ist es möglich, die Logik der Einstellungen und Stereotypen zu verfolgen.

Wenn die Einschätzungen und die gebrauchten Epitheta verglichen werden, kommen im deutschen Diskurs sehr oft „schön“ und „wunderschön“ vor, die insbesondere bei der Beschreibung sehr bekannter Sehenswürdigkeiten Verwendung finden. Im russischen Diskurs sind dagegen solche Charakteristiken ziemlich selten zu lesen, wobei sie dabei eine feststellende, aber keine urteilende Bedeutung haben:

Palmwedelverzierte Säulen tragen die schöne pastellfarbene Decke.
(<http://www.schlingels.de> [eingesehen am 24. Januar 2008])

Besonders schön sind die drei Lichthöfe, die mit Wandfriesen, Malereien und Keramik-Medaillons verziert sind. (<http://www.schlingels.de> [eingesehen am 24. Januar 2008])

Sofort fällt das schöne Gebäude des Alten Rathauses auf, das in einer Rekordzeit von neun Monaten 1556/1557 erbaut wurde und zu den schönsten deutschen Renaissancebauwerken gehört. (<http://www.schlingels.de> [eingesehen am 24. Januar 2008])

Die wunderschöne mosaikgeschmückte Jugendstilfassade des 1908 errichteten Geschäftshauses spiegelt die Handelstradition der Firma Riquet mit Ostasien und dem Orient wider. Sehr schön sind die beiden Elefantenköpfe, die den Eingang flankieren. Von der 91 m hohen Aussichtsterrasse soll man (bei gutem Wetter) einen schönen Ausblick auf die Stadt haben. (<http://www.schlingels.de> [eingesehen am 24. Januar 2008])

Wir haben in einem wunderschönen und (wie wir dachten) ruhigen Bungalow gewohnt... (<http://www.schlingels.de> [eingesehen am 24. Januar 2008])

Im Naturpark gab es dann noch mehr sehr freche und gierige Affen (einer wollte Sebastian anfallen, als der eine Packung Kekse auspackte) und wunderschöne Strände. (<http://www.travel-blogger.de> [eingesehen am 24. Januar 2008])

Oчень жаль, что впечатления от такой красивой страны были испорчены плохой работой туристической фирмы!!! (<http://resortforum.ru> [eingesehen am 11. Januar 2008])

Лично для меня большим приятным сюрпризом стало открытие прекрасного мира бразильской музыки. (<http://resortforum.ru> [eingesehen am 11. Januar 2008])

У меня лично от отдыха и путешествия в Бразилию остались самые лучшие воспоминания, понравилось все (за исключением всего того, что я уже описала). (<http://resortforum.ru> [eingesehen am 11. Januar 2008])

Die Emotionen sind jedoch auf russischen und deutschen Internetseiten gleich stark vertreten, wenn die Reisenden ihre Eindrücke von den Naturschönheiten beschreiben:

Dort haben wir dann die Nacht in einem Unterstand verbracht und haben dann am nächsten Morgen, nach einem atemberaubenden Sonnenaufgang, eine kleine Autosafari durch den Park gemacht. Der Nationalpark war wiederum sehr beeindruckend mit faszinierender Landschaft, Wasserfällen und Tieren. (<http://www.travel-blogger.de> [eingesehen am 24. Januar 2008])

Die Hawaii-Insel Oahu fasziniert mich von Stunde zu Stunde mehr. Es war absolut herrlich. Im warmen Pazifikwasser stürzten die Wellen wie Türme heran und begruben uns mit tosender Gewalt. Welch ein Anblick, wenn man mit den Augen auf der Wasseroberfläche ruhte und sich das Meer in unglaubliche Höhen aufbaute und dann schließlich über uns zusammenbrach! Es war ein herrliches, bisher nie erlebtes Vergnügen. (<http://www.mkschubert.de> [eingesehen am 26. Januar 2008])

Die Übersetzungsaufträge im Bereich des Fremdenverkehrs (Werbungstexte) beinhalten ähnliche Passagen, und wie alle Sätze mit Epitheta sind sie immer kompliziert zu übersetzen. So kann der Satz *Es war ein herrliches, bisher nie erlebtes Vergnügen* stilistisch nicht ganz korrekt übersetzt werden als *Это было чудесное, небывалое удовольствие*. Genauso geziert wären die Sätze mit den Äquivalenten *beeindruckend/впечатляющий*, *faszinierend/захватывающий*, denn die Russen neigen zu alltagssprachlichen Äußerungen in der Wiedergabe von persönlichen Emotionen:

Впрочем, некоторые вещи описать сложно – их действительно надо увидеть. (<http://resortforum.ru> [eingesehen am 11. Januar 2008])

Там просто обалденная природа! В Европе сравнивать не с чем! Это надо видеть собственными глазами. (<http://resortforum.ru> [eingesehen am 11. Januar 2008])

Man kann also sehen, dass die Natur von einem universellen Wert in beiden Kulturen ist, aber die Mentalitäten bedingen unterschiedliche emotionelle Erlebnisse: persönliche, ‚einmalige‘ bei Russen und erhabene, hohe bei Deutschen.

6. Fazit

Das Verstehen der soziokulturellen Determiniertheit der Kommunikation als Motto der modernen Sprachforschung hat dazu beigetragen, dass die linguistische Anthropologie viele Erfolge erreicht hat, die in der Epoche der Globalisierung und der Multikulturalität neue Perspektiven vor allem für die Erforschung der interkulturellen Kommunikation eröffnen.

In der Translationswissenschaft ist die Analyse von unterschiedlichen Dolmetsch- und Übersetzungskontexten aus der soziokulturellen, mentalitätsbedingten Sicht eine logische Erweiterung der kommunikativ-pragmatischen Forschung. Die Sozial- und Kulturwissenschaften erhalten dadurch sowohl klare, sichtbare Illustrationen, als auch neue Fragestellungen und Ideen, die das moderne geisteswissenschaftliche Paradigma interdisziplinär gestalten.

Literatur

- Elias, Norbert (1976): *Über den Prozess der Zivilisation*. 2 Bde. Frankfurt am Main.
- Gellner, Ernest (1983) [1981]: *Nations and Nationalism*. Oxford.
- Lotman, Jurij (1994): *Besedy o russkoj kulture. Byt i tradicii russkogo dvorjanstva (XVIII – nač. XIX v.)*. Sankt-Peterburg.
- Nuss, Bernard (1992): *Das Faustsyndrom: ein Essay über die Mentalität der Deutschen*. (Aus dem Franz. übersetzt) Bonn/ Berlin..
- Oguro, Tatsuo (1984): *Ihr Deutschen – wir Japaner. Ein Vergleich von Mentalitäten und Denkweise*. Düsseldorf.
- Raulf, Ulrich (Hrsg.) (1987): *Mentalitäten-Geschichte. Zur historischen Rekonstruktion geistiger Prozesse*. Berlin.
- Sapir, Edward (1961) [1921 engl.]: *Die Sprache*. München.

Wübben, Josy (2001): Kontakte: die Profi-Anmache, in: *Impulse*, 7, 2001, 32-43.

Internetseiten

<http://resortforum.ru> [eingesehen am 11. Januar 2008].

<http://www.germanwings.com/de> [eingesehen am 8. Januar 2008].

<http://www.isralove.co.il/rus> [eingesehen am 11. Januar 2008].

<http://www.jugendherberge.de> [eingesehen am 24. Januar 2008].

<http://yoox.livejournal.com> [eingesehen am 4. Januar 2008].

<http://www.mkschubert.de> [eingesehen am 26. Januar 2008].

<http://www.schlingels.de> [eingesehen am 24. Januar 2008].

<http://www.travel-blogger.de> [eingesehen am 24. Januar 2008].

<http://www.travelonline.ru> [eingesehen am 4. Januar 2008].