

Małgorzata JOKIEL (Opole)

ORCID: 0000-0001-9073-9244

Mariola MAJNUSZ-STADNIK (Opole)

ORCID: 0000-0002-5809-3057

Zu Besonderheiten von Museumstexten sowie zu deren Spezifik im Translationskontext

Zusammenfassung: Im vorliegenden Beitrag werden zunächst besondere Merkmale, Herausforderungen und Funktionen von Museumstexten erörtert, zu denen u.a. die Adressatenorientierung, Lesbarkeit, Multimodalität, räumliche Begrenzungen sowie interkulturelle Sensitivität gehören. Anschließend wird auf die übersetzungsrelevante Spezifik der genannten Textgruppe sowie auf gewählte translationswissenschaftliche Grundsätze verwiesen, die im Museumskontext Anwendung finden. Hierbei sind insbesondere die Äquivalenzproblematik, die Skopos-Theorie sowie Aspekte des Kulturtransfers und der Translationskultur zu erwähnen. Im empirischen Teil sollen die eingangs angestellten Überlegungen mit einem praktischen Beispiel veranschaulicht und konfrontiert werden. Es handelt sich um ein Translationsprojekt der Oppelner Germanistik für das Museum des Oppelner Schlesiens.

Schlüsselwörter: Museumstexte, Kulturtransfer, Mehrsprachigkeit, Translationsprojekt, Museum des Oppelner Schlesiens

Cechy szczególne tekstów muzealnych i ich specyfika w kontekście przekładu

Streszczenie: Niniejszy artykuł przedstawia w początkowej części cechy szczególne i funkcje tekstów muzealnych, do których należą m.in. zorientowanie na odbiorcę, czytelność, multimodalność, ograniczenia przestrzenne i wrażliwość interkulturowa, oraz związane z nimi wyzwania. Następnie autorki wskazują na specyfikę przekładu wspomnianej grupy tekstów, jak również na wybrane aspekty teorii translacji, które znajdują zastosowanie w kontekście muzealnym, tj. w sposób szczególny na problematykę ekwiwalencji, teorię skoposu, a także aspekty transferu kulturowego oraz kultury przekładu. Zawarte we wstępie rozważania teoretyczne zostały skonfrontowane w dalszej części artykułu z materiałem empirycznym, zaczerpniętym ze zrealizowanego przez Opolską Germanistykę projektu translatorskiego dla Muzeum Śląska Opolskiego.

Słowa kluczowe: teksty muzealne, transfer kulturowy, wielojęzyczność, projekt translatorski, Muzeum Śląska Opolskiego

On the special features of museum texts and their specificity in the context of translation

Abstract: This article will first discuss the special characteristics, challenges and functions of museum texts, including addressee-orientation, readability, multimodality, spatial limitations and intercultural sensitivity. Sub-

sequently, reference is made to the translation-relevant specifics of this group of texts and to selected principles of translation studies that are applied in the museum context. In particular, the problems of equivalence, the skopos theory as well as aspects of cultural transfer and translating culture should be mentioned. In the empirical part, the considerations made at the beginning are illustrated and confronted with a practical example. This is a translation project of the Opole German Department for the Museum of Opole Silesia.

Key words: museum texts, cultural transfer, multilingualism, translation project, Museum of Opole Silesia

1 Einleitung

Die Museen sind Schatzkammern der Objekte und Worte (vgl. HOOPER-GREENHILL 1994: 115). Sie kommunizieren in Ausstellungstexten ihr Wissen, Kultur und Geschichte, um ein breites Publikum zu erreichen. Damit diese Inhalte auch fremdsprachige Besucher ansprechen können, müssen sie übersetzt werden. Nach SILVERMANN (2014: URL), DROTNER, SCHRODER (2014: 10) und PIREDDU (2022: 36) erzeugt die Verfügbarkeit mehrsprachiger Texte positive Reaktion des Publikums, was wiederum ein positives Image des Museums erschafft und die Zugänglichkeit verbessert. Im Museum des Oppelner Schlesiens (Muzeum Śląska Opolskiego) in Opole werden beispielsweise Begleittexte mehrsprachig (polnisch, englisch und tschechisch) präsentiert. Trotz der Geschichte der Region wurde die deutsche Sprache bislang in den Ausstellungen vermisst. Die Entscheidung für die Erweiterung der Mehrsprachigkeit ist nicht nur ein praktischer Schritt zur Besuchergewinnung, sondern auch Ausdruck eines gesellschaftlichen Wandels: Wurde früher die deutsche Geschichte der Region in Ausstellungen weitgehend ausgeblendet (vor 1989), setzt man heute auf kulturelle Vielfalt und Inklusion. Übersetzungen im Museumsbereich sind somit eine Brücke zwischen Sprachen und Kulturen, die es ermöglichen, dass Besucher unabhängig von ihrer Herkunft die Ausstellungen verstehen und wertschätzen können. Durch Übersetzungen kann das kulturelle Erbe für ein internationales oder bilinguales Publikum erfahrbar gemacht werden.

Dieser Beitrag soll anhand von Übersetzungstheorien und Besonderheiten von Museumstexten zunächst zeigen, welche Herausforderungen sich für Übersetzer dieser Texte ergeben. Anschließend werden die dargestellten theoretischen Grundsätze am Beispiel eines auf Museumstexte bezogenen Translationsprojekts der Oppelner Germanistik exemplarisch veranschaulicht und für den gegebenen Kontext verifiziert.

2 Übersetzungstheorien im Museumskontext

In der Übersetzungswissenschaft haben sich im Laufe der Zeit unterschiedliche Paradigmen herausgebildet, die auch für das Übersetzen von Museumstexten relevant sind. Ältere äquivalenzorientierte Ansätze (z. B. Nidas Konzept der

formalen vs. dynamischen Äquivalenz) stellen die Gleichwertigkeit der Botschaft in den Vordergrund. Dynamische Äquivalenz zielt darauf ab, im Zieltext eine ähnliche Wirkung auf die Leser zu erzielen wie der Originaltext im Ausgangskontext, während formale Äquivalenz eher an einer genauen Formtreue ausgerichtet ist (vgl. NIDA 1964: 159–160). Moderne Ansätze betonen jedoch, dass strikte Wort-für-Wort-Treue oft nicht ausreicht, um die Funktion eines Textes im neuen Kontext zu erfüllen.

Insbesondere die funktionalistischen Theorien (REISS, VERMEER, NORD u.a.) haben das Übersetzen als zielgerichtete Handlung neu definiert. Im Zentrum steht die Skopostheorie nach VERMEER, die besagt, dass jede Übersetzung einem bestimmten Zweck („Skopos“) im Zielkontext dienen muss. Übersetzen wird als kulturelle Transferhandlung verstanden, bei der der Zieltext auf die Bedürfnisse der Zielkultur und Zielgruppe zugeschnitten wird. Laut VERMEER solle Übersetzung einen Text in einer Zielkultur für einen bestimmten Zweck und Empfänger in der Zielsituation produzieren (1989: 229). Daraus folgt, dass der Zieltext in Form, Inhalt und Absicht vom Original abweichen darf, solange er im Zielkontext die beabsichtigte Funktion erfüllt. Diese Zieltextorientierung steht im Gegensatz zu ausgangstextfixierten Ansätzen: Übersetzung wird nicht mehr primär als sprachliche Substitution gesehen, sondern als kommunikative Handlung mit eigenem Wert im Museumskontext.

Die Hinwendung zu Funktion und Zweck hat die frühere Debatte um Äquivalenz neu eingeordnet. So stellten HATIM und MASON fest, dass der funktionalistische Ansatz die Dichotomie von formaler vs. dynamischer Äquivalenz (nach NIDA) überwunden hat, indem er weitere Kontexteinflüsse auf Übersetzungsentscheidungen einbezieht. Wichtig ist nun die kommunikative Kohärenz: Der Zieltext soll in sich stimmig und für die Zielgruppe verständlich sein, auch wenn dafür kreative Umformulierungen nötig sind (vgl. 1997: 9–11). NORD ergänzt das Modell um das Prinzip der Loyalität, d.h. Verantwortung sowohl gegenüber dem Ausgangstext (Inhalt und Intention des Autors), als auch gegenüber dem Zielpublikum (Verständlichkeit und Zweckmäßigkeit) (vgl. 2005: 126). Gerade bei Museumstexten muss der Übersetzer dem historischen Inhalt treu bleiben, gleichzeitig aber die Darstellung an die Erwartungen der Besucher anpassen.

Darüber hinaus wird Übersetzen heute stark als kulturelle Mediation gesehen. Übersetzer fungieren als Kulturvermittler, die sich zwischen der Ausgangskultur und Zielkultur bewegen. Im Museumsbereich bedeutet dies, dass bei der Übersetzung auch kulturell geprägte Konzepte übertragen werden müssen. Nicht zuletzt weisen neuere Studien darauf hin, dass Museumstexte ideologische Komponenten enthalten können. Ausstellungstexte präsentieren Geschichte und Kultur stets aus einer bestimmten Perspektive der Institution. Sie sind nach

CZACHUR, MIKOŁAJCZYK und OPIŁOWSKI „in die institutionelle Kultur eingebettet und reflektieren spezifische, westlich zentrierte Ideologien” (2022: 63).¹ MACDONALD (2006) betont, dass selbst scheinbar objektive Objektbeschriftungen Narrative formen (z. B. nationale oder koloniale Erzählungen). Übersetzer müssen solche impliziten Botschaften erkennen und entscheiden, wie sie solche im Zieltext repräsentieren. STURGE zieht eine Analogie zur Ethnographie: Die Übersetzung von Museumstexten sei vergleichbar mit kulturanthropologischer Feldforschung, da sie einen Dialog mit dem „Anderen“ herstellt und Machtverhältnisse sowie Perspektiven beim Übertragen mitverhandelt. Übersetzer müssen also sensibel mit Sprache umgehen, die z. B. koloniale oder nationalgeschichtliche Sichtweisen enthält, um einerseits den Originaltext nicht zu verfälschen, andererseits aber dem Zielpublikum einen kritischen Zugang zu ermöglichen (vgl. 2007: 21).

Die Gestaltung von Übersetzungen in kultursensiblen Bereichen, zu denen zweifelsohne die im musealen Kontext so oft thematisierte Geschichte schlechthin und ganz besonders die deutsch-polnischen Beziehungen gehören, wird des Weiteren durch die jeweilige, meistens wechselhafte nationale Übersetzungspolitik beeinflusst,² die ihrerseits wiederum die langfristige Translationskultur mit prägt. Nach dem Verständnis von PRUNČ ist unter dem letztgenannten Begriff „ein Subsystem einer Kultur zu verstehen, das sich auf das Handlungsfeld Translation bezieht“ (2012: 340) und welches ein „Set von gesellschaftlich etablierten, gesteuerten und steuerbaren Normen, Konventionen, Erwartungshaltungen, Wertvorstellungen und habitualisierten Verhaltensmustern“ (ebd.) umfasst. Der kulturbewusste und -sensitive Übersetzer muss also bei seinen translatorischen Entscheidungen auch potenzielle Interessenkonflikte erkennen und ihnen vorbeugen können.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Übersetzungstheorien wertvolle Einsichten für den Museumskontext liefern. Die funktionale Übersetzungsstrategie betont, dass der Zweck des übersetzten Museumstextes – etwa informieren, anregen, unterhalten – im Vordergrund steht. Eine reine Wort-für-Wort-Übersetzung greift zu kurz, stattdessen sind Adaptationen häufig notwendig. Dabei bleibt die Inhaltstreue wichtig (Fakten und historische Bezüge müssen korrekt wiedergegeben werden), doch die Vermittlungsweise kann an die Rezeptionsgewohnheiten der neuen Leser angepasst werden.

¹ Originalzitat: „Museums have also been shown to reproduce dominant ideologies, often reflecting the values and perspectives of Western, educated elites” [U. d. d. Verf.]

² Vgl. hierzu z. B. KRYSZTOFIK (2010: 20–21), nach der die Übersetzungspolitik potenziell einen manipulierenden Einfluss einerseits auf die Gestaltung der Kulturpolitik, andererseits folglich auf die Bewertung der „Korrektheit des Translats“ ausüben kann.

3 Besonderheiten und Herausforderungen bei Museumstexten

Museumstexte – seien es Einführungstafeln, Objektetiketten oder Ausstellungskataloge – weisen spezifische stilistische und kommunikative Merkmale auf, die im Folgenden dargestellt werden:

- *Informative Mehrfachfunktion*: Museumstexte dienen primär der Informationsvermittlung. Sie erklären den Ausstellungsgegenstand, ordnen ihn historisch oder kulturell ein und vermitteln dem Besucher neues Wissen. Sie haben auch einen appellativen Charakter: Sie sollen Interesse wecken und die Besucher emotional oder intellektuell ansprechen, um eine Verbindung zum Objekt herzustellen. Häufig kommen zudem instruktive Elemente hinzu (z. B. Wegweiser, Nutzungsanleitungen interaktiver Stationen) sowie mitunter persuasive Aspekte (z. B. in Ausstellungspostern oder Presstexten, die Lust auf den Ausstellungsbesuch machen). Ein einzelner Museumstext kann also mehrere Funktionen gleichzeitig erfüllen. Das bestätigen DAWID und SCHLESINGER, indem sie feststellen, dass „Texte in Museen nicht nur eine Informationsfunktion [haben], sondern die Besuchenden auch motivieren, aktivieren und zu Reflexionen anregen [sollen]. Es handelt sich um mehrfunktionale Texte, die sowohl beschreibend, als auch erklärend und appellativ sind“ (2015: 112).³ Daraus folgt, dass der Übersetzer flexibel sein muss und ggf. verschiedene Übersetzungsstrategien kombinieren sollte, um all diesen Funktionen in der Zielsprache gerecht zu werden (vgl. RAVELLI 2006: 34–45).
- *Zielgruppenorientierung und Lesbarkeit*: Museumsbesucher bilden ein breites Publikum, sie sind oft keine Fachleute auf dem Gebiet der Ausstellung. Die Texte müssen daher in der Regel verständlich, prägnant und ansprechend formuliert sein. Lange Schachtelsätze oder Fachvokabular sollten vermieden werden, denn Besucher verbringen nur begrenzte Zeit vor Texttafeln. Studien zeigen, dass die meisten Leser nur einen kleinen Teil der Ausstellungstexte tatsächlich komplett lesen.⁴ Deswegen sollten die Museumstexte knapp sein und ihre Kernbotschaft in wenigen Sekunden vermitteln. Aus diesem Grund gelten in vielen Museen klare Richtlinien für die Textlänge (z. B. maximale Wort- oder Zeichenzahl pro Tafel) und den Stil. MCKAY rät Übersetzern von Ausstellungstexten, die Informationen „neu zu verpacken“, damit sie „in direkter und bekömmlicher Weise präsentiert werden und dem Besucher helfen, mit den Objekten in Beziehung

³ Siehe auch: NIEROBA (2018: 109–118).

⁴ „The average reading time per label is 10 to 15 seconds. Few visitors read full text blocks“, BEVERLY (2015: 43–45).

zu treten“ (2011: 15)⁵. Somit gelten Einfachheit und Klarheit als oberstes Gebot der Museumsübersetzungen, ohne jedoch die inhaltliche Präzision zu opfern.

- *Museumspezifische Sprache und Terminologie*: Museumstexte haben nach MAJEWSKA oft eine eigene phraseologische Prägung: Redewendungen, typische Satzmuster und Begriffe. Diese „Museumssprache“ geht über reine Fachterminologie hinaus: Ausstellungstexte verfügen über eine charakteristische Phraseologie und syntaktische Struktur. Ihre Übersetzung sollte nicht nur den Inhalt berücksichtigen, sondern auch die stilistische Eigenart, damit der Zieltext idiomatisch und für den Rezipienten natürlich wirkt (vgl. 2019: 54–55). Der Übersetzer sollte daher mit gängigen Formulierungen zielsprachlicher Museumstexte vertraut sein, um ein Ergebnis zu erzielen, das sich natürlich in das Ausstellungskonzept einfügt. Zudem erfordert die Übersetzung oft fachkundige Terminologiearbeit: In historischen Ausstellungen z. B. müssen die Namen von Personen, Orten und Epochen korrekt wiedergegeben werden (z. B. „Jadwiga Andegaweńska“ als „Hedwig von Anjou“ etc.). Oft existieren eingebürgerte Exonyme oder etablierte Übersetzungen, die recherchiert und verwendet werden sollten (z. B. Oppeln für *Opole*, Neisse für *Nysa* usw.). Konsistenz in der Terminologie ist wichtig, damit der Leser nicht verwirrt wird – insbesondere wenn Originalbegriffe beibehalten werden (etwa Organisationsnamen oder Zitate), sollten Erläuterungen oder Übersetzungen in Klammern gegeben und konsequent gleich verwendet werden.
- *Multimodalität und räumliche Begrenzungen*: Museumstexte fungieren in einer Wechselwirkung mit Objekten, Bildern, audiovisuellen Elementen und dem Ausstellungsraum. Der Übersetzer muss die multimediale Einbettung mitbedenken. Ein beschriftetes Objekt erklärt sich im Zusammenwirken mit dem realen Ausstellungsstück oder einem Bild – ohne visuelle Unterstützung kann der Text missverständlich sein. Daher ist es wichtig, dass Übersetzer Zugang zu Kontextinformationen haben. Zudem beeinflusst das Ausstellungslayout die Übersetzung: in zwei- oder mehrsprachigen Ausstellungen muss der Text jeder Sprache gleichwertig dargestellt werden – in Schriftgröße, Position und Umfang (vgl. PIREDDU 2022: 36). Dies stellt v.a. beim Übersetzen aus dem Polnischen ins Deutsche eine Herausforderung dar, da deutsche Texte tendenziell länger ausfallen als polnische. Der Übersetzer muss also unter Umständen kürzen oder anders formulieren, damit der deutsche Text nicht signifikant länger gerät, als das polnische Original

⁵ Originalzitat: „Rather than a literal rendering, the translation must repackage the information so that it is presented in a direct and digestible way, helping visitors to relate to the objects“ (McKAY 2011: 15).

(besonders wenn beide nebeneinander auf ein Schild gedruckt werden). Des Weiteren sollte der Übersetzer bedenken, dass z. B. Formatierungen (etwa Aufzählungen, Zeilenumbrüche) und Hierarchien der Textebenen (Titel, Untertitel, Fließtext) im Übersetzungsprozess respektiert werden. Kurzum: Die Gestaltungs- und Platzanforderungen der Ausstellung schränken die Freiheit der Übersetzung zusätzlich ein – sie erzwingen Knappheit und Präzision.

- *Interkulturelle Sensitivität*: Museumstexte transportieren oft kulturelle Werte oder historische Deutungen. In Museum des Oppelner Schlesiens spiegeln die Ausstellungen die wechselvolle Geschichte der Region zwischen Polen, Deutschland und Tschechien wider. Begriffe können unterschiedlich konnotiert sein. Übersetzer müssen hier höchste Sorgfalt walten lassen, um neutral und zugleich historisch exakt zu formulieren. Gegebenenfalls empfiehlt sich der Rückgriff auf fachhistorische Terminologie (z. B.: Begriffe wie „Umsiedlung“, „Volksabstimmung“ etc. präzise zu verwenden) oder das Einfügen kurzer Kontexte (z. B. Jahreszahlen oder erklärende Zusätze), damit keine Missverständnisse entstehen. Nach VENUTI sollte die Übersetzung einerseits die kulturellen Anspielungen dem Leser zugänglich machen, andererseits darf die kulturelle Fremdheit und Authentizität nicht völlig getilgt werden.⁶ Beispielsweise könnte man polnische Begriffe von kultureller Bedeutung im Text belassen, jedoch in Klammern z. B. eine Lehnübersetzung bzw. Erläuterung anbieten. Solche Entscheidungen erfordern Fingerspitzengefühl und idealerweise Abstimmung mit den Kuratoren.

Museumstexte sind keine gewöhnlichen Fachtexte. Sie richten sich an Laien und Experten gleichermaßen, müssen zugleich informieren und fesseln, und sie existieren in einem vielschichtigen kulturellen Kontext. Für Übersetzer bedeutet dies, dass sie einerseits sprachlich-stilistische Anpassungen vornehmen müssen, um Lesbarkeit und Wirkung zu erzielen, und andererseits inhaltlich-kulturelle Genauigkeit zu gewährleisten.

4 Übersetzungsprojekt für das Museum des Oppelner Schlesiens in Opole

Die oben angestellten Überlegungen zu Besonderheiten von Museumstexten sowie zur Spezifik deren Übersetzung sollen im Folgenden empirisch veranschau-

⁶ „A foreignizing translation signifies the difference of the foreign text, yet only by disrupting the cultural codes that prevail in the target language. A domesticating translation, in contrast, reduces the foreign text to target-language cultural values“ (VENUTI 1995: 20–21)

licht und überprüft werden. Im Rahmen der im Dezember 2022 unterzeichneten Kooperationsvereinbarung zwischen dem Institut für Sprachwissenschaft der Universität Oppeln (in dessen Rahmen auch die Oppelner Germanistik tätig ist) und dem Museum des Oppelner Schlesiens (Muzeum Śląska Opolskiego/ MŚO) in Opole werden von den Germanistik-Studierenden regelmäßig Übersetzungen von Museumsmaterialien ins Deutsche angefertigt, darunter von Beschreibungen der Dauer- und Sonderausstellungen, von Texten für Informationsbroschüren sowie für die Website des Museums. Der Translationsprozess verläuft unter Aufsicht von Lehrkräften, anschließend folgt jeweils die Besprechung, Korrektur und Evaluierung entstandener Translations durch die Dozent:innen.

Das zu analysierende Beispiel bezieht sich auf die Übersetzung der Broschüre über die Sonderausstellung *Cementownia Opola. Przemysł w strukturze miasta* (Die Zementwerke Oppelns. Die Industrie im Gefüge der Stadt), zumal sie ganz besonders mit der deutschen Geschichte der Stadt Opole (Oppeln) zusammenhängt. Im Hinblick auf zahlreiche Besucher aus dem deutschsprachigen Raum war es notwendig, die Beschreibungen der erwähnten Ausstellung ins Deutsche zu übersetzen, um sie in gedruckter Form verteilen zu können. Die Platzierung des deutschen Textes im Museumsraum war in diesem Fall nicht vorgesehen, da es sich dabei um eine temporäre Ausstellung handelte. Der eigentlichen Arbeit an den Übersetzungen ist eine geführte Museumsbesichtigung mit der Ausstellungskuratorin vorausgegangen. Die Ausstellung bestand aus 4 Teilen:

1. Einleitung über die Vorteile des Standortes Oppeln für die Gründung und Entwicklung der Zementindustrie zwischen 1857 bis 1908;
2. Kurze Geschichte der 9 Oppelner Zementwerke von 1857 bis zum 2. Weltkrieg;
3. Die Zementindustrie im polnischen Opole in der Nachkriegszeit;
4. Beispiele für praktische Zementverwendung – Visualisierungen von Gegenständen, die aus Zement hergestellt wurden, versehen mit deren knappen Beschreibungen.

Die zu übersetzenden Texte, die den Inhalt der Ausstellungsbroschüre darstellten, bezogen sich insbesondere auf den 2. Bereich, teilweise auch auf den ersten und dritten Teil. Das Material umfasste allerdings weder Bilder noch sonstige grafische Darstellungen. Erst nach der Besichtigung der Ausstellung konnten die Projektteilnehmenden zunächst die Lokalisierung und die Gründe für die Entstehung der Zementindustrie in Opole als auch den Zement-Herstellungsprozess nachvollziehen sowie sich die Bedeutung der Oppelner Zementwerke für die Region vergegenwärtigen. Als das wichtigste Ziel der erwähnten Zeitausstellung wurde von den Veranstaltern der Schutz des örtlichen Industrieerbes genannt. Darüber hinaus handelte es sich ebenfalls darum,

das Wissen und das Bewusstsein der Einwohner von Oppeln über die Bedeutung von Zementwerken für die wirtschaftliche, urbanistische und soziale Entwicklung der Stadt und der Umgebung zu beeinflussen, und die Tatsache zu akzeptieren, dass es unser einzigartiges Unterscheidungsmerkmal ist, welches, wenn es richtig hervorgehoben und gefördert wird, zum Aufbau der Identität von Einwohnern beitragen und einen großen Beitrag zur lokalen und regionalen Entwicklung leisten kann.⁷

Die genannten Funktionen konnten nicht gleichermaßen für die Translation übernommen werden, da sich die Zieltexte auf eine andere Rezipientengruppe richteten, so dass der Skopos einer Aktualisierung bedurfte: Bei der Übersetzung ins Deutsche wurden zum einen internationale (aus dem deutschsprachigen Raum stammende bzw. deutschsprechende), zum anderen (ortsansässige) bilinguale Empfänger als Zielgruppe ins Visier genommen. Darüber hinaus wurde auch der Umstand berücksichtigt, dass die lokale Geschichte (darunter ganz besonders die Relevanz der Zementindustrie) den ortsfremden Besuchern eher unbekannt sein dürfte.

Die zu Beginn des Projekts durchgeführte translationsrelevante Analyse der Ausgangstexte (nach NORD 2009) ergab zunächst folgende Merkmale auf der Makroebene:

- Die auf Ausstellungsteile 1 und 3 bezogenen Abschnitte haben eine kontinuierliche Struktur, bestehen aus mehreren Absätzen unterschiedlicher Länge, weisen weder weitere Gliederung noch Zwischenüberschriften auf;
- Der die Geschichte der Zementwerke betreffende ausführlichere Hauptteil besitzt eine feste Struktur: Jeder Abschnitt setzt sich zusammen aus einer 3-zeiligen Überschrift (1. Zeile: Entstehungsjahr und Kurzbezeichnung; 2. Zeile: vollständiger Name des Unternehmens im Originalwortlaut d.h. auf Deutsch; 3. Zeile: heutige Bezeichnung des Standortes/Straßenname bzw. Stadtteil) und einer nachfolgenden knappen kontinuierlichen Beschreibung, wie z. B.:

1865 – PRINGSHEIM

Cement-Fabrik des Herrn Pringsheim zu Königlich-Neudorf

(obecnie: ul. Marka z Jemielnicy)

Druga w kolejności cementownia w Opolu została założona w 1865 roku przez – pochodzącego z Bierutowa (Bernstadt) – Heymanna Pringsheima (1810–1875), znanego w Opolu właściciela browaru i radnego miejskiego. Pringsheim, prowadzący bardzo szerokie interesy, siedem lat po zbudowaniu fabryki – mimo początkowych oporów – zdecydował się sprzedać zakład swojemu konkurentowi Friedrichowi Wilhelmowi Grundmannowi. Od tego momentu – przez kolejne niemal pół wieku – dotychczasowe dwie cementownie działały już pod jednym szyldem, tworząc spółkę Oppelner Portland-Cement-Fabriken.⁸

⁷ Iwona SOLISZ, Leiterin des Museums des Oppelner Schlesiens, Quelle: <https://muzeum.opole.pl/cementownie-opola-przemysl-w-strukturze-miasta/> (Zugriff am 12.07.2025)

⁸ o.A.: *Cementownie Opola. Przemysł w strukturze miasta*. (Broszura informacyjna), Muzeum Śląska Opolskiego, Opole 2022.

so dass in der deutschen Fassung die zwei ersten Zeilen aus dem Original übernommen werden konnten:

1865 – PRINGSHEIM
Cement-Fabrik des Herrn Pringsheim zu Königlich-Neudorf
 (heute: ul. Marka z Jemielnicy)

Die chronologisch als zweite eröffnete Zementfabrik in Oppeln wurde 1865 von dem aus Bernstadt stammenden und in Oppeln bekannten Brauereibesitzer und Stadtratsmitglied Heymann Pringsheim (1810–1875) gegründet. Pringsheim, der ein breites Gewerbe-Spektrum betrieb, beschloss sieben Jahre nach dem Bau der Fabrik, diese trotz anfänglicher Widerstände an seinen Konkurrenten Friedrich Wilhelm Grundmann zu verkaufen. Von diesem Zeitpunkt an bildeten die beiden Zementfabriken zusammen für das nächste halbe Jahrhundert die Gesellschaft „Oppelner Portland-Cement-Fabriken“.⁹

Nach einer gründlichen Lektüre und Analyse des ausgangssprachlichen Materials wurden in einem weiteren Schritt Besonderheiten der zu übersetzenden Texte auf der Mikroebene ermittelt:

- Die Ausgangstexte haben gemäß den Standards der modernen Museumskommunikation einen allgemeinsprachlichen, verständlichen Charakter, enthalten nur vereinzelte Fachwörter (wie beispielsweise *wapiennki*, *piecie obrotowe*, *kolej wqskotorowa*, *zdolność produkcyjna*);
- Die auf der Ausstellung dargestellte Wirklichkeit bezieht sich größtenteils auf die deutsche Geschichte der Stadt Opole (Oppeln), was zur Folge hat, dass bereits im polnischen Ausgangstext recht zahlreiche Bezeichnungen von Unternehmen, Ortschaften, Stadtteilen, aber auch vereinzelte weitere Schlüsselbegriffe auf Deutsch angegeben sind, was die translatorische Arbeit zweifellos erleichterte;
- In dem Abschnitt, der die Nachkriegsgeschichte der Stadt behandelt, erfolgt eine Umbenennung der ursprünglich von deutschen Unternehmen errichteten Objekte in polnische Bezeichnungen.

Um einerseits sowohl den historischen Realien als auch der aktuellen zeitgeschichtlichen Lage gerecht zu werden und andererseits gleichzeitig die Einheitlichkeit der einzelnen zielsprachlichen Abschnitte zu gewährleisten, wurde zunächst die Frage des translatorischen Umgangs mit Eigennamen (insbesondere Orts- bzw. Stadtteilbezeichnungen) im Translat festgelegt. An dieser Stelle sei auf die ausführliche Diskussion zur Übersetzbarkeit von Toponymen unter Translationswissenschaftlern, Historikern und Namenforschern verzichtet (siehe z. B. LIETZ 2001, PLETZING 2006, KREMER 2016) und lediglich auf das zu Zwecken des genannten Projekts angenommen Prinzip verwiesen: Soweit sich die Beschreibungen auf die Zeit vor dem Zweiten Weltkrieg bezogen, wurden in den Zieltexten die historischen deutschen Bezeichnungen verwendet (wie

⁹ o.A.: *Die Zementwerke Oppelns. Die Industrie im Gefüge der Stadt*. (Informationsbroschüre, deutsche Fassung), Opole 2022.

etwa *Oppeln, Königlich-Neudorf, Groschowitz, Sakrau*). In Abschnitten, die sich mit der Nachkriegsgeschichte von Opole auseinandersetzten, wurden wiederum nur die polnischen (bzw. polnisierten) Namen eingesetzt (z. B. *Opole-Miasto, Opole-Port, Odra, Piast, Nowa Wieś Królewska*). Darüber hinaus erscheinen in den Zitaten aus der damaligen Propaganda vereinzelte kommunistische Schlüsselbegriffe wie *Nowa Huta, plan trzyletni, plany wielkiej Sześciolatki*, die in der Translation ins Deutsche entsprechend als *Neue Hütte, der wirtschaftliche Dreijahresplan* und *Sechsjahresplan* sinngemäß wiedergegeben wurden.

Die Ausstellung *Zementwerke Oppelns. Die Industrie im Gefüge der Stadt* bildete nach Ankündigung der Museumsleiterin zunächst die erste Etappe der Erschließung des industriellen Erbes der Stadt Opole. Das Projekt weist noch ein beträchtliches Entwicklungspotential und wird voraussichtlich künftig fortgesetzt.

5 Fazit

Die Übersetzung von Museumstexten – insbesondere in der Sprachkombination Polnisch–Deutsch – vereint fachliche Präzision mit kreativem Kulturtransfer. Übersetzer müssen sich als Autoren zweiter Hand verstehen, die den Originalinhalt respektieren, ihn aber für eine andere Leserschaft neu kontextualisieren. Renommiertere Theorien wie die Skopostheorie bieten dabei wertvolle Orientierung: Nicht die formale Nähe zum Original ist entscheidend, sondern die Funktionalität und Wirkung des Zieltexts im Museum. Museumstexte stellen besondere Anforderungen an Sprache und Vermittlung – sie müssen verständlich, prägnant und ansprechend sein, ohne an fachlicher Tiefe zu verlieren. Hierbei gilt es eine Balance zwischen der Vermittlung theoretischer Kenntnisse und der praktischen Anwendung in musealen Szenarien zu finden. Diese Konstatierung bestätigt ebenfalls das im Schlussteil umrissene Translationsprojekt der Oppelner Germanistik, bei dem es sich um die deutsche Übersetzung der Broschüre über eine Sonderausstellung des Museums des Oppelner Schlesiens handelte. Das Projekt zeigt insbesondere die Relevanz der deutschen Geschichte für die Identität der lokalen Gemeinschaft sowie die Bedeutung des angemessenen Umgangs mit Eigennamen (von Ortschaften, Städten, Stadtteilen, Straßen) im Kontext der wechselhaften deutsch-polnischen Geschichte der Stadt. Die im Rahmen des Projekts zu übersetzenden polnischen Ausgangstexte haben grundsätzlich einen allgemeinsprachlichen Charakter, weisen einen niedrigen Anteil des Fachwortschatzes auf und enthalten bereits recht zahlreiche Eigennamen und Schlüsselbegriffe auf Deutsch, was die translatorische Aufgabe wesentlich erleichterte. Die deutsche Übersetzung der Museumsbroschüre trug wesentlich zu einer Erweiterung des Adressatenkreises der erwähnten Ausstellung bei,

ermöglichte eine breitere Inklusion und machte das lokale Kulturerbe für ein inter- bzw. bilinguales Publikum erfahrbar.

Literatur

- CZACHUR, Waldemar/ MIKOŁAJCZYK, Beata/ OPIŁOWSKI, Roman (2022): *Museum communication: the current state of research and challenges for linguistics*. In: *Stylistyka XXXI*, Opole, 47–68.
- DAVID, Evelyn/ SCHLESINGER, Robert (2015): *Texte in Museen und Ausstellungen. Ein Praxisleitfaden*. Bielefeld. 2. Aufl.
- DROTNER, Kirsten/ SCHRODER Kim Christian (2014): *Museumskommunikation und soziale Medien*. London.
- HATIM, Basil/ MASON, Ian (1997): *The Translator as Communicator*. London.
- HOOPER-GREENHILL, Eilean (1994): *Museum & Gallery Education*. Leicester.
- KREMER, Dietlind (u.a.) (2016): *Namen und Übersetzung*. In: *Namenkundliche Informationen* 107/108 der Deutschen Gesellschaft für Namenforschung. Leipzig.
- KRYSZTOFIK, Maria (2010): *Vom Übersetzen der Kulturtwörter*. In: KRYSZTOFIK, Maria (Hrsg.): *Probleme der Übersetzungskultur*. Frankfurt am Main, 9–23.
- LIETZ, Gero (2021): „Im Garten der Wandalen“. *Ortsnamenänderungen im Reichsgau Wartheland 1939–1945*. In: *Convivium* 2001, 9–54.
- MACDONALD, Sharon (2006): *A Companion to Museum Studies*, Oxford.
- MAJEWSKA, Katarzyna (2019). *Styl i funkcje tekstów wystawowych*. In: NIEROBA, Ewa/ SZEFER, Agnieszka (Hrsg.), *Zagadnienia komunikacji w muzeum*. Katowice, 49–64.
- McKAY, David (2011): *Translating Labels for Museum Exhibitions*. In: *The ATA Chronicle* 40, 8, 14–19.
- Muzeum Śląska Opolskiego – Offizielle Webseite. (Zugriff: Juli 2025).
- NIDA, Eugene (1964). *Toward a science of translating: With special reference to principles and procedures involved in Bible translating*. Leiden.
- NIEROBA, Ewa (2018): *Tekst muzealny jako narzędzie angażowania publiczności muzealnej*. In: NIEROBA, Ewa (Hrsg.): *Człowiek – Muzeum – Komunikacja*. Katowice, 109–118.
- NORD, Christiane (2009): *Textanalyse und Übersetzen: theoretische Grundlagen, Methode und didaktische Anwendung einer Übersetzungsrelevanten Textanalyse*. Tübingen.
- PIREDDU, Silvia (2022): *Qualität in der Übersetzung: Planung und Bewertung von Museumstexten*. In: *Studia Quaestiones* 23, 35–36.
- PLETZING, Christian: *Die Politisierung der Toponymie. Ortsnamenänderungen in den preußischen Ostprovinzen während des 19. Jahrhunderts*. In: LOEW, Peter Oliver (Hrsg.) (2006): *Wiedergewonnene Geschichte. Zur Aneignung von Vergangenheit in den Zwischenräumen Mitteleuropas*. Wiesbaden, S. 263–277.
- PRUNČ, Erich (2012): *Entwicklungslinien der Translationswissenschaft. Von den Asymmetrien der Sprachen zu den Asymmetrien der Macht*. 3. erweiterte und verbesserte Aufl. Berlin.
- RAVELLI, Louise (2006): *Museum Texts: Communication Frameworks*. London/ New York, 34–45.
- SERRELL, Beverly (2015): *Exhibit Labels: An Interpretive Approach*. Walnut Creek, CA.
- SILVERMAN, Raymond (2014): *Museum as Process: Translating Local and Global Knowledges*. London. URL: <https://doi.org/10.4324/y781315755y35>.
- STURGE, Kate (2007): *Representing Others: Translation, Ethnography and Museum*. Routledge.
- VENUTI, Lawrence (1995): *The Translator's Invisibility: A History of Translation*. Routledge. London/New York.
- VERMEER, Hans J. (1989): *Skopos and Commission in Translational Action*. In: VENUTI, Lawrence (Hrsg.): *The Translation Studies Reader*. London / New York.
- WAGIŃSKA-MARZEC, Maria (2003): *Die Festlegung der Ortsnamen in den polnischen West- und Nordgebieten*. In: MAZUR, Zbigniew Edward (Hrsg.): *Das deutsche Kulturerbe in den polnischen West- und Nordgebieten*. Wiesbaden, 184–219.