



Translationsqualität und Crowdsourced Translation

Untertitelung und ihre Bewertung –
am Beispiel des audiovisuellen Mediums *TEDTalk*

Carmen Klaus

F Frank & Timme

Carmen Klaus

Translationsqualität und Crowdsourced Translation

Klaus-Dieter Baumann/Hartwig Kalverkämper/Klaus Schubert (Hg.)

TRANSÜD.

Arbeiten zur Theorie und Praxis des Übersetzens und Dolmetschens

Band 68

Carmen Klaus

Translationsqualität und Crowdsourced Translation

Untertitelung und ihre Bewertung –
am Beispiel des audiovisuellen Mediums *TEDTalk*

FFrank & Timme
Verlag für wissenschaftliche Literatur

Umschlagabbildung: Meebrug, Brügge (Belgien) © iStockphoto.com/ArtMarie
Porträtfoto auf dem Umschlag: Christian Sommer
Umschlagtext: Ligia Dana Tudorica (www.primatexterina.de)

ISBN 978-3-7329-0031-2
ISSN 1438-2636

© Frank & Timme GmbH Verlag für wissenschaftliche Literatur
Berlin 2015. Alle Rechte vorbehalten.

Das Werk einschließlich aller Teile ist urheberrechtlich geschützt.
Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechts-
gesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar.
Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen,
Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in
elektronischen Systemen.

Herstellung durch Frank & Timme GmbH, Wittelsbacherstraße 27a,
10707 Berlin.

Printed in Germany.

Gedruckt auf säurefreiem, alterungsbeständigem Papier.

www.frank-timme.de

INHALT

ABBILDUNGSVERZEICHNIS	8
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	9
DANKE	11
EINLEITUNG	13
THEORETISCHE GRUNDLAGEN	17
1 TED UND <i>CROWDSOURCED TRANSLATION</i>	17
1.1 Crowdsourcing	18
1.2 Crowdsourcing und Translation	22
1.3 Die <i>User</i> – hochmotivierte Dilettanten?	26
1.3.1 Die Produzenten von <i>User-Generated Content</i>	27
1.3.2 Die „professionellen Übersetzer“	29
1.3.3 Warum partizipiert die <i>Crowd</i> ?	30
1.4 TED und das <i>TED Open Translation Project</i>	32
1.4.1 TED und die Internetseite <i>TEDTalks</i> – Zahlen und Fakten	32
1.4.2 Das <i>TED Open Translation Project</i>	34
2 TRANSLATIONSQUALITÄT.....	39
2.1 Bewertung von Translaten.....	40
2.1.1 Bewertungssituation und Bewertungsmaßstab	44
2.1.2 Der „Idealzustand“ – wann ist ein Translat gelungen?	45
2.1.3 Die Skopostheorie	47
Exkurs: Skopos und Bewertung.....	51
2.2 Untertitelte audiovisuelle Texte.....	52
2.2.1 Besonderheiten der Untertitelung.....	52
2.2.2 Der „Idealzustand“ – wann ist die Untertitelung gelungen?	54
2.2.3 Bewertung untertitelter audiovisueller Texte	56

PRAKTISCHER TEIL	63
3 UNTERSUCHUNGSGEGENSTAND	63
3.1 Der TED- <i>Talk</i>	63
3.2 Skopos	64
3.3 Rezipienten	66
3.3.1 Profil	66
3.3.2 Rezeptionssituation.....	66
3.4 Textbestimmung	67
3.4.1 Zieltext.....	67
3.4.2 Ausgangstext.....	67
3.5 Besonderheiten des Texts „untertitelter TED- <i>Talk</i>“	68
4 KRITERIEN	71
4.1 Gängige Kriterien	71
4.1.1 Technische Aspekte.....	71
4.1.2 Translatorische Aspekte.....	81
4.2 Vorschlag: Weitere Kriterien	86
4.3 Kriterienkatalog der Analyse	87
4.3.1 Allgemeine Informationen zum Ausgangstext.....	88
4.3.2 Technische Aspekte.....	91
4.3.3 Translatorische Aspekte.....	92
4.3.4 Gehäuft auftretende Mängel	93
4.3.5 Rezipientenreaktionen.....	93
5 ANALYSE	95
5.1 Methode	95
5.2 Grobanalyse	96
5.2.1 Generelle Tendenzen	96
5.2.2 Ergebnisse der Grobanalyse im Einzelnen.....	103
5.2.3 Gehäuft auftretende Mängel im Überblick.....	107
5.3 Detailanalyse – Jessie Arrington: „<i>Wearing nothing new</i>“	108
5.3.1 Allgemeine Informationen zum Ausgangstext.....	109
5.3.2 Intuitive Bewertung (Ergebnis der Grobanalyse).....	109
5.3.3 Detaillierte Analyse – deutsche Version (DE)	110
5.3.4 Detaillierte Analyse – spanische Version (ES)	129

6	AUSWERTUNG DER UNTERSUCHUNGSERGEBNISSE.....	147
6.1	Zusammenfassung der Untersuchungsergebnisse.....	147
6.1.1	Technische Aspekte	147
6.1.2	Translatorische Aspekte	148
6.1.3	Ursachen der Untersuchungsergebnisse	151
6.2	Schlussfolgerungen zu den Ursachen.....	152
6.2.1	„Universalskopos“	152
6.2.2	<i>Template</i> – das TED-Transkript.....	153
6.2.3	Übersetzungsauftrag	153
6.2.4	Technische Voraussetzungen	154
6.2.5	Mangelnde Sorgfalt TED	154
6.2.6	Relais-Übersetzung	154
6.2.7	Übersetzer sind Nutzer	154
6.3	Beantwortung der Forschungsfrage	155
	FAZIT UND AUSBLICK	159
	LITERATURVERZEICHNIS	163
	ANHANG	AUF CD-ROM

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1 – Zu übersetzende Elemente des TED- <i>Talks</i>	34
Abbildung 2 – Gewichtung und Rangfolge der semiotischen Kanäle	53
Abbildung 3 – Grobanalyse: Gesamtbewertungen DE – ES	97
Abbildung 4 – Grobanalyse: Aufgeschlüsselte Gesamtbewertungen DE und ES	98
Abbildung 5 – Grobanalyse: Lesegeschwindigkeit DE	98
Abbildung 6 – Grobanalyse: Lesegeschwindigkeit ES.....	99
Abbildung 7 – Grobanalyse: Translatorische Aspekte DE.....	100
Abbildung 8 – Grobanalyse: Translatorische Aspekte ES	101
Abbildung 9 – Grobanalyse: Aufgeschlüsselte Bewertungen aller Kriterien DE	101
Abbildung 10 – Grobanalyse: Aufgeschlüsselte Bewertungen aller Kriterien ES	102
Abbildung 11 – Grobanalyse: Prototypische Durchschnittsbewertungen DE und ES.....	102
Abbildung 12 – Grobanalyse: Schwerwiegender Inhaltsfehler.....	106
Abbildung 13 – Grobanalyse: Gehäuft auftretende Mängel	108
Abbildung 14 – Detailanalyse: Allgemeine Informationen zum Ausgangstext.....	109
Abbildung 15 – Detailanalyse: Ergebnisse der Grobanalyse des Beispiel- <i>Talks</i>	109

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

ASQ	American Society for Quality
ASTM	ASTM International Standards, vormalig: American Society for Testing and Materials
C. K.	Carmen Klaus (Autorin)
DE	Deutsch
EN	Englisch
ES	Spanisch
ISO	International Organization for Standardization
TED OTP	TED Open Translation Project

DANKE ...

An dieser Stelle möchte ich mich bei all jenen bedanken, ohne deren Unterstützung dieses Buch nicht zustande gekommen wäre.

Allen voran danke ich dem Betreuer meiner Arbeit und Herausgeber der Reihe TRANSÜD, Herrn Prof. Dr. Dr. h. c. Hartwig Kalverkämper. Sie ließen mir freie Hand, hatten stets ein offenes Ohr und haben mir hilfreiche Denkanstöße gegeben, die sich an zahlreichen Stellen dieses Buches wiederfinden. Danke für Ihren Vertrauensvorschuss und die Möglichkeit, dieses Buch zu veröffentlichen! Mein ganz herzlicher Dank gilt auch Frau Dr. Karin Timme und Herrn André Horn vom Verlag Frank & Timme für die ausgesprochen angenehme Zusammenarbeit. Sie waren jederzeit bereit, sich Zeit für meine Belange zu nehmen. Haben Sie vielen Dank für Ihr Entgegenkommen und Ihre Geduld!

Den TED-Übersetzern, deren *Talks* in dieser Arbeit zitiert werden, danke ich für ihr freundliches Einverständnis zur Veröffentlichung der Ergebnisse. Ich freue mich, dazu beitragen zu können, dass Eure Arbeit wissenschaftlich ernst genommen und anerkannt wird.

Einen erheblichen Anteil meiner Untersuchungsergebnisse habe ich jenen Personen zu verdanken, die sich *TED-Talks* angesehen und den Rezipientenfragebogen ausgefüllt haben. Vielen Dank für Eure Zeit und Eure hilfreichen Anregungen!

Sechs Frauen haben dieses Buch oder Teile davon vor der Veröffentlichung gelesen und mir wertvolles Feedback gegeben. Ihnen möchte ich einen ganz besonderen Dank aussprechen:

Julia Funcke

Sarah Florence Gaebler

Anna-Sophie Sieben

Ligia Dana Tudorica

Anne Warwas

Andrea Wierich

Ihr habt mehr Zeit aufgewendet, als ich erwarten durfte, und einen unschätzbaren Beitrag zu diesem Buch geleistet. Ohne Eure Hilfe hätte ich es nicht geschafft. Danke!

EINLEITUNG

Das Internet ist zu einer Art Experimentierfeld geworden, auf dem sich Laien in Bereichen „ausprobieren“, die bisher Fachleuten vorbehalten waren. Internetnutzer¹ veröffentlichen in ihrer Freizeit Nachrichten und betreten damit das Terrain von Journalisten, sie betätigen sich als Hobby-Fotografen und verkaufen selbst geschossene Fotos im Internet, oder sie schreiben gemeinsam mit Millionen anderen an der Internet-Enzyklopädie Wikipedia.

Durch die zunehmende Interaktivität der Medien rückt der Nutzer ins Zentrum des Interesses: Er ist nicht mehr nur Rezipient, sondern übernimmt selbst die Rolle des Akteurs und ernst zu nehmenden Kritikers. Der Konsument ist vom Empfänger zum Sender geworden – zum sogenannten „Prosumenten“. Das *Time Magazine* trug dieser Entwicklung Rechnung und kürte im Jahr 2006 seine Leser – „You“ – zur „Person of the Year“:²

Während Internetnutzer ursprünglich vor allem in Eigeninitiative und zum Wohl der Allgemeinheit aktiv wurden, zeichnet sich aktuell ein neuer Trend ab: Unternehmen verschiedenster Branchen machen sich den Enthusiasmus ihrer Kunden oder der Nutzer ihrer Internetseiten zunutze und rufen diese dazu auf, für sie tätig zu werden – gegen geringe bzw. ohne Entlohnung. Dabei handelt es sich vielfach um Tätigkeiten, die bisher von Fachleuten durchgeführt wurden, wie beispielsweise Produktdesign. Dieses Geschäftsmodell, allgemein als „Crowdsourcing“ bezeichnet, wird in Kapitel 1 dieser Arbeit eingehender erklärt.³

Auch die Translationsbranche ist von dem beschriebenen Phänomen betroffen. Fans übersetzen für andere Fans ganze literarische Werke und stellen sie kostenlos im Internet zur Verfügung, bevor die offizielle Übersetzung veröffentlicht wird. Sie fertigen Untertitel zu Fernsehserien und Spielfilmen an oder übersetzen

¹ Wenn in der vorliegenden Arbeit die maskuline Form verwendet wird, so sind damit männliche und weibliche Personen gemeint.

² Grossman 2006: You – Yes, You – Are TIME’s Person of the Year. <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1570810,00.html> [Stand: 14.06.2013].

³ Der Begriff „Crowdsourcing“ ist eine Wortschöpfung aus den Worten *Outsourcing* (Beschäftigung von betriebsexternem Personal) und *Crowd* (engl. für „breite Masse“, „Menschenmenge“) und bezeichnet das Auslagern von eigentlich professionellen Tätigkeiten an eine breite Masse von „Freizeitarbeitern“. Eingeführt wurde der Begriff im Jahr 2006 von Jeff Howe.

Liedtexte. Oder sie folgen dem Aufruf eines Unternehmens und übersetzen dessen Internetseite bzw. die dort veröffentlichten Inhalte.

Translation durch Laien ist nicht neu: Da es an einer geschützten Berufsbezeichnung fehlt, kann sich jeder als Translator betätigen, der sich dazu in der Lage sieht. Dass unqualifizierte Translatoren mit missglückten Übersetzungen oder Dolmetschleistungen dem Ruf ihrer Kollegen Schaden zufügen oder den Markt durch niedrige Preise kontaminieren, ist der Branche ebenso vertraut wie die Tatsache, dass im medizinischen und sozialen Bereich Laien als Dolmetscher eingesetzt werden oder Sekretärinnen und Praktikanten Firmendokumente übersetzen.

Neu hingegen ist die Dimension, die das Phänomen aufgrund der Möglichkeiten des Internets angenommen hat. Nicht professionelle Übersetzungen sind leichter verfügbar denn je, und ihre Masse ist überwältigend. Hinzu kommt, dass sie von Menschen in deren Freizeit angefertigt werden – zum Spaß und ohne Entlohnung.

Durch diese Übersetzungen werden einer breiten Masse Informationen zugänglich gemacht, die ohne die Arbeit der Freiwilligen nicht verfügbar wären. Besonders Minderheitensprachen, die von der Industrie aus ökonomischen Gründen eher stiefmütterlich behandelt werden, erleben hierdurch Aufwind.

Allerdings stößt diese Entwicklung nicht nur auf Zustimmung und hat u. a. auch in der Translationsbranche heftige Reaktionen ausgelöst.⁴

Häufig angeführte Kritikpunkte sind die niedrige bzw. fehlende Entlohnung sowie mangelnde Qualität, verbunden mit entsprechenden Auswirkungen auf den Status der Translationsbranche. In der Translationswissenschaft wurden bereits erste Rufe nach Forschung zur Übersetzung durch Nutzer laut.⁵ Die kanadische

⁴ O'Hagan 2012b: S. 14–15; siehe beispielsweise o. V. 2013: Professional Translators Against Crowdsourcing and Other Unethical Business Practices (Petition). <http://www.petitiononline.com/TEBP3/petition.html> [Stand: 15.06.2013].

⁵ So fand z. B. im Jahr 2009 die Konferenz „Media for All“ unter dem Motto „Quality made to measure“ statt. Wissenschaftler werden dazu aufgefordert, Beiträge zum Thema Laienübersetzung und Qualität einzureichen, und es erscheinen Werke, die sich mit dem Phänomen beschäftigen: O'Hagan 2012a (zum Thema Crowdsourcing und Translation), O'Hagan 2012b (zum Thema der Übersetzung durch Internetnutzer) und Susam-Saraeva/Pérez-González 2012 (zum Thema der Translation durch Nichtprofessionelle).

Translationswissenschaftlerin Julie McDonough beispielsweise lobt die positiven Auswirkungen des Crowdsourcing auf Minderheitensprachen, warnt jedoch auch vor den möglichen negativen Folgen schlechter Qualität:

“What we need now, then, is more research into the quality of the translations produced by volunteer, crowdsourced efforts. Making information available in more languages is laudable, but if the translations are inaccurate, contain omissions or have added information, then the crowdsourcing model may not be as advantageous as it appears.”⁶

An diesem Punkt möchte die vorliegende Arbeit anknüpfen.

Besonders betroffen sind jene Bereiche der Translation, die im Internet rezipiert werden, wie die Software-Lokalisierung und die Untertitelung. Forschungsbedarf besteht vor allem bei der Untertitelung, da sich hier neue Genres herausgebildet haben.⁷ Während die (in Eigeninitiative durchgeführte) Fanuntertitelung bereits wissenschaftliche Aufmerksamkeit erlangt hat, ist das (durch Unternehmen angeforderte) Crowdsourcing im Bereich der Untertitelung noch wenig erforscht. Als interessantes Forschungsobjekt erscheint in diesem Zusammenhang das *TED Open Translation Project*, das in der Literatur immer wieder als beispielhaft angeführt wird.

TED ist ein privates, gemeinnütziges Unternehmen, das regelmäßig Konferenzen zum Ideenaustausch zwischen zahlreichen Fachgebieten veranstaltet⁸ und auf seiner Internetseite *TEDTalks* (www.ted.com) Videos von aufgezeichneten Vorträgen (sogenannten *Talks*⁹) einem breiten Publikum kostenlos zum Ansehen oder Herunterladen zur Verfügung stellt. Seit 2009 werden die Videos mit Un-

⁶ McDonough Dolmaya 2010: Crowdsourcing: One of the top two threats to professional translators? <http://mcdonough-dolmaya.ca/2010/03/26/crowdsourcing-one-of-the-top-two-threats-to-professional-translators/> [Stand: 25.03.2013].

⁷ Pérez-González etwa weist darauf hin, dass aktuell eine große Menge heterogener Textarten untertitelt werden, die nicht mehr im Bereich der Filmindustrie angesiedelt sind (Pérez-González 2007: S. 67 f.).

⁸ „TED“ steht dabei für die ursprünglich nur drei in den Konferenzen behandelten Fachbereiche *Technology*, *Entertainment* und *Design*.

⁹ Die beiden Bezeichnungen „Vortrag“ und „Talk“ werden in der vorliegenden Arbeit synonym gebraucht und bezeichnen die Videos der aufgezeichneten Vorträge.

tertiteln in zahlreichen Sprachen angeboten. Als Übersetzer wirken dabei die Nutzer der Seite.

Die vorliegende Arbeit wird sich mit diesen untertitelten Vortragsvideos auf der Internetseite *TEDTalks* übersetzungskritisch auseinandersetzen.¹⁰ Ziel ist es, aufzuzeigen, inwieweit die Translate den normativen Qualitätsanforderungen der Translationswissenschaft entsprechen. Dabei sollen deutsche und spanische Versionen untersucht werden.¹¹

Die Arbeit soll Antworten auf die folgende Frage geben:

Wie kann die Qualität von untertitelten *TED-Talks* anhand gängiger translati-
onswissenschaftlicher Normen gemessen werden und wie ist sie zu beurteilen?

Zu diesem Zweck wird im Folgenden zunächst das Phänomen des Crowdsourcing im Allgemeinen (Kapitel 1.1) sowie im Bereich der Translation beleuchtet (Kapitel 1.2), um anschließend auf die Produzenten von Crowdsourcing-Leistungen zu sprechen zu kommen (Kapitel 1.3). Nach einer Vorstellung der Internetseite *TEDTalks* und des TED-Übersetzungsprojekts *TED Open Translation Project* (Kapitel 1.4) folgt im zweiten Kapitel eine Auseinandersetzung mit der Frage, wie Translationsqualität gemessen und beschrieben werden kann (Kapitel 2.1) und anhand welches Bewertungsansatzes das hier zu untersuchende Translat konkret bewertet werden soll (Kapitel 2.2). Im Anschluss daran wird der Untersuchungsgegenstand eingehend dargestellt (Kapitel 3). Kapitel 4 widmet sich den Bewertungskriterien (Kapitel 4.1 und 4.2) und dem Kriterienkatalog, wie er bei der Analyse zur Anwendung kam (Kapitel 4.3). Die Ergebnisse der Analyse werden in Kapitel 5 beschrieben und in Kapitel 6 ausgewertet. Die Beantwortung der Forschungsfrage erfolgt in Kapitel 6.3. Die Arbeit schließt mit Fazit und Ausblick.

¹⁰ Eine Beschreibung des Unternehmens und seines Übersetzungsprojektes folgt in Kapitel 1.4.

¹¹ Die Untersuchung wurde im Rahmen meiner im Juni 2013 eingereichten Diplomarbeit durchgeführt und berücksichtigt die Gegebenheiten zu diesem Zeitpunkt. Im März 2014 wurde die Internetseite *TEDTalks* neu aufgesetzt, wodurch sich auch Änderungen beim *TED Open Translation Project* ergaben. Hierauf soll an dieser Stelle nicht im Detail eingegangen werden. Eine Untersuchung von *Talks*, die nach diesem Relaunch untertitelt wurden, besonders auch im Vergleich mit der vorliegenden Arbeit, verspricht jedoch interessante Ergebnisse. Aus diesem Grund werden einige prägnante Änderungen unter „Fazit und Ausblick“ Erwähnung finden (siehe S. 161).

THEORETISCHE GRUNDLAGEN

1 TED UND CROWDSOURCED TRANSLATION

Die hier betrachteten Übersetzungen werden wie erwähnt von einer unbekanntem, nicht professionellen „Masse“ („*Crowd*“) erstellt. Solche Massen werden auf verschiedenste Art und Weise im Internet tätig. Ein Beispiel ist Wikipedia, die größte im Internet frei zugängliche Enzyklopädie, die von Internetnutzern erarbeitet und kontinuierlich erweitert wird.¹² Auch Kommentare oder Beiträge in Foren bzw. auf anderen Internetseiten zählen zu dieser Art von Aktivitäten, ebenso Bewertungen von Produkten und (Ver-)Käufern oder Produktrezensio-nen, wie sie sich etwa bei eBay und auf den Internetseiten von Versandhäusern finden. Daneben werden Nutzer vermehrt in Bereichen aktiv, die bisher be-stimmten Berufsgruppen vorbehalten waren, und betätigen sich beispielsweise als Journalisten¹³, Fotografen¹⁴ und Übersetzer¹⁵.

Die von Nutzern produzierten Inhalte werden unter der Bezeichnung *User-Generated Content* erfasst:¹⁶

¹² Derzeit existieren 30 Mio. Einträge, sogenannte „Artikel“, in 287 Sprachen, bei-spielsweise 4,5 Mio. englischsprachige und knapp 1,7 Mio. deutsche Einträge (Wikipedia-Autoren: Wikipedia. <http://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia> [Stand: 13.07.2014]). Im November 2011 wurden insgesamt knapp 32 Mio. registrierte und 270.000 aktive Nutzer verzeichnet (Wikipedia-Autoren: Wikipedia Commu-nity. http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Wikipedia_community&oldid=555773070 [Stand: 20.05.2013]).

¹³ Diese Form des Laienjournalismus wird auch als *Citizen Media* bezeichnet (siehe z. B. Salzberg 2008).

¹⁴ Wie z. B. auf den Seiten Flickr (www.flickr.com) und iStockPhoto (<http://www.istockphoto.com>).

¹⁵ Auf mögliche Ausprägungen der Übersetzung durch Nutzer wird in diesem Ka-pitel noch näher eingegangen.

¹⁶ Für die englische Bezeichnung *Content* wurde hier das deutsche „Inhalte“ ver-wendet. Obwohl sicherlich keine besonders glückliche Übersetzung, ist dies doch die gemeinhin im Internet verwendete Bezeichnung. Der Einfachheit halber wird *User-Generated Content* im Weiteren auch mit „Nutzeraktivitäten“ bzw. „Nutzer-leistungen“ benannt. Für die englische Bezeichnung *User* soll im Folgenden auch die deutsche Entsprechung „Nutzer“ verwendet werden.