

**Rafał Jakiel**  
Wrocław (Polen)

## „Pirates aus der Karibik“. Ein chrematonischer Beitrag zur deutschsprachigen und polnischen Filmtitelübersetzung

---

### ABSTRACT

‘Pirates aus der Karibik’. A chrematonymical contribution to German and Polish translation of movie titles

In this article the blockbuster titles are analyzed. We treat them as names (chrematonyms), which identify specific co-texts and are in principle translatable (literally, functionally, etc.) or can be expressed in the form of a new formulation with functional translation characteristics. A movie title is definitely a market product and as such has to be sold. The influence of the market cannot be denied, as well as the harmonious, chaos-free trends / strategies and the national conventions of translation, which are pointed out after the analysis. We may observe the strategies of loan word use (Germany) and translation (Poland) and see differences in the ways that the title as a translation excerpt is dealt with.

**Keywords:** film title, movie title, blockbuster title, translation, market influence.

---

### 1. Einleitung

Durch den Filmtitel soll ein erster Kontakt zu einer potentiellen Zuschauerschaft hergestellt werden (seine phatische Funktion, vgl. Nord 1993: 216). Ein ganz besonderer Kontakt, bei dem sich viel entscheidet. Die erste Einstellung, die erste Assoziation wird vom Titel hervorgerufen (die metakommunikative Funktion, vgl. Nord 1993: 30) und kann sogar den Entschluss beeinflussen, ob man nach einem bestimmten Film greift. Der Titel ist ganz bestimmt einer der Faktoren dieser Wahl<sup>1</sup>. Er kann

---

1| Meines Erachtens sind hier Titel, Trailer (Voranzeige) und die billige Werbekampagne eines Films entscheidend.

zum Symbol, zum Magneten für das Publikum werden, eine weltweit anerkannte Marke sein und damit ein Leim, auf den man geht. Das kann sich aber auch schnell umkehren: Ein Titel könnte sich in bestimmten Kreisen als Schundbezeichnung etablieren, die sogar außerhalb der Filmindustrie ihre Anwendung findet. Ein Titel ist weiter häufig mehr als eine Bezeichnung für das Publikum. Er ist das Amalgam, eine Mischung aus vielen Aussagen, die sich eng oder locker mit dem ursprünglichen Werk verbinden, ein Kultbegriff. Die Rolle der Filmtitel, auch in der gegenwärtig herrschenden Trailers-Ära<sup>2</sup>, ist weiterhin von größter Bedeutung und dessen Übersetzungsanalyse eine äußerst interessante Forschungsaufgabe. Besonders aus der Perspektive der außersprachlichen, rein kommerziellen Faktoren, die hier mit hineinspielen (die Lizenzen und die Allmacht des Filmverleihs), ist die sprachwissenschaftliche Besprechung von Titelübersetzung eine echte Herausforderung, die ich in diesem Beitrag annehmen möchte. Die Grenzlinie zwischen dem, was zum Entertainment, zur medialen Welt gehört, und der sprachwissenschaftlichen Traduktologie in der titrologischen Forschung ist schwer aufzuzeichnen.

## 2. Forschungsobjekt

### 2.1. Begriff

Die semantischen Einheiten engl. *title*, dt. *Titel* und pl. *tytuł* gehen auf die lateinische Bezeichnung „titulus“ zurück, die sich mit den deutschen Lexemen „Inscription“ bzw. „Aufschrift“ wiedergeben lässt (vgl. Bouchehri 2008: 14). Wir verstehen einen Referenten der oben erwähnten Lexeme als „kennzeichnenden Namen eines Buches, einer Schrift, eines Kunstwerks“ (Duden) oder als „the name given to a particular book, painting, play etc“ (LDOCE). Diesen Definitionen zufolge ist er ein Name, ein Chrematonym, was in der titrologischen Forschung als „funktionale Definitionen eines Titels“ dargestellt wurde (Bouchehri 2012: 17). Ein Titel ist selbst keine autonome Größe, er ist immer mit dem Objekt verbunden, das er benennt (Wulff 1985: 167). Der bezeichnende Text ist normalerweise verbaler Art, wobei der bezeichnete Text einem anderen Medium (z.B. Film, Bildern) entstammen kann (vgl. Wulff 1985: 167).

### 2.2. Forschung

Man kann verschiedene Ausgangspunkte bei der Analyse von Filmtiteln beobachten. In der Forschungsliteratur wird ihre metakommunikative Seite diskutiert,

2| Bouchehri (2008: 42) ergänzt Schreitmüllers Ansichten (1994: 76) bezüglich der Zugänglichkeit der Kostproben von Filmen und der damit verbundenen Darstellungsfunktion der Titel. Für Schreitmüller sind die Filme als Produkte „isoliert“ und für die Zuschauer nur in Form von Trailern in Vorprogrammen der Kinos erhältlich. Die Darstellungsrolle der Titel wäre in diesem Fall größer. Bouchehri konstatiert nicht ohne Recht, dass mittlerweile fast alle Filmtrailer im Internet verfügbar sind. Ich würde hier aber gerne die Frage stellen, inwieweit diese Kostproben ehrlich und redlich sind (z.B. *Brücke nach Terabithia*).

weil sie häufig eine Information zu dem betitelten Text (Ko-Text) vermitteln (u.a. Gülich / Heger / Raible 1979, Hellwig 1984, Rothe 1986, Nord 1993, Bouchehri 2008). Zwischen den beiden Texten besteht dann ein in der Forschungsliteratur diskutierter Zusammenhang (u.a. Hellwig 1984, Nord 1993, Bouchehri 2008). Ein Titel hat weiter für Wissenschaftler einen Textstatus, weil er eine eigene Form von Textualitätskriterien separat aufweist (Modell von Beaugrande / Dressler 1981: 3–13, vgl. Nord 1993, Bouchehri 2008). Die Titel und ihre Übersetzungen werden u.a. von Nord (1993), Dietz (1995), Jarniewicz (2000), Berezowski (2004), Kuczyński (2004), Bouchéri (2008) untersucht, manchmal aus funktional-übersetzungswissenschaftlicher Sicht (in Anlehnung an die Skopostheorie von Reiß / Vermeer 1984, vgl. Nord 1990, 1993, 1997, 2004). Es werden verschiedene Typen von Titeln analysiert, z.B.: Titel von Belletristik (u.a. Rothe 1986, Nord 1993, 2004, Kuczyński 2004), Filmtitel (u.a. Nord 1993, Schreitmüller 1994, Schubert 2004, Bouchehri 2008 und 2012), Titel wissenschaftlicher Texte (Dietz 1995) etc.

### 2.3. Textualität und Metakommunikation bei Titeln

Die Anwendung der Textualitätskriterien auf Filmtitel ermöglicht uns vom Textstatus dieser Bestandteile der Mitteilungen zu reden. Viele zusammengesetzte Einworttitel und alle satzförmigen Titel von Filmen weisen grammatikalische Kohäsion auf (vgl. Nord 1993: 31) und damit erfüllen sie das erste der im Modell von Beaugrande / Dressler aufgestellten Textualitätskriterien (vgl. Beaugrande / Dressler 1981: 3–13). Nord sieht weiter in der Verbindung zwischen dem Titel und dem Ko-Text „die gleiche Art von Kohärenz bzw. Kongruenz wie zwischen anderen Metatexten (Abstract, Zusammenfassung, Textkommentar, Inhaltsangabe) und ihren Objekttexten“ (Nord 1993: 35). Der von Sprachwissenschaftlern als Metatext eingestufte Titel (vgl. Hellwig 1984: 16, Nord 1993: 41, Bouchéri 2008: 18) sagt etwas über einen Text aus und ist demzufolge intentional. „Die Intentionalität eines Titels ist also direkt auf den Ko-Text gerichtet“ (Nord 1993: 35). Da die „Intentionalität eine Voraussetzung für jede Art von Kommunikation“ ist (Vater 2001: 42), bildet die Akzeptabilität „eher eine allgemeine Voraussetzung für erfolgreiches Kommunizieren“ (Vater 2001: 44). Damit der Rezipient den Text verständlich und relevant findet und ihn infolgedessen akzeptiert (vgl. Beaugrande/Dressler 1981: 9), soll er kohäsiv und kohärent wirken. Und während bei Texten Mängel in Bezug auf Kohäsion oder Kohärenz zulässig sind, ist diese Verstehensbereitschaft „für den Titel mit seiner elliptischen Form“ enorm wichtig (Nord 1993: 36). „Jeder Titel informiert zunächst darüber, dass es einen Text gibt“ (Nord 1993: 37) und bespricht manchmal sogar die jeweiligen Merkmale dieses Textes (z.B. Thema, Inhalt, Produktionsland oder Gattung). Deswegen sind Titel informativ (im eingeschränkten Verständnis von Informativität als Textualitätskriterium, Vater 2001: 46). Die eventuelle Situationalität eines Titels erfordert seine Betrachtung innerhalb einer Kommunikationssituation (vgl. Beaugrande / Dressler 1981: 12, Vater 2001: 47), was

kurzum seine „Situierung in Raum und Zeit, das Trägermedium, den Anlaß [...] für den er produziert wird, und die sich aus der Konstellation der Situationsfaktoren ergebende Funktion“ (Nord 1993: 38) bedeutet. So ist jeder Titel ohne Zweifel situativ verankert. Erst gemeinsam mit der Intentionalität und der Akzeptabilität kann den Titeln eine kommunikative Funktion zugewiesen werden. Die Intertextualität der Titel können wir dementsgegen dreifach definieren: als Bezug auf andere Titel (Intertitularität), als Beziehung zwischen dem Titel (Text) und dem Ko-Text, als Beziehung zwischen dem Titel und anderen (Ko-)Texten (vgl. Nord 1993: 39).

Die Forschung ist sich darüber einig, dass es sich bei einem Filmtitel um einen Text handelt, der all diese Textualitätskriterien realisiert. Dieser Text informiert über einen anderen Text, „der erste handelt über letzteren“ (Hellwig 1984: 16) und oft über dessen kennzeichnende Merkmale. Aus diesem Grund betrachtet man den Titel mit seinen metatextlichen Eigenschaften oft als Darsteller einer Metakommunikation. Die Art des Zusammenhangs, der zwischen dem Text und dem Ko-Text besteht, sieht Nord (1993: 40) als eine gegenseitige Explikationsbeziehung der auf verschiedenen Kommunikationsebenen stehenden, komplementären Texte (vgl. Reiß/Vermeer 1984: 181ff.). Man beobachtet auch eine gewisse Autonomie zwischen den beiden Elementen. Besonders im Fall eines Filmtitels, wo sie „verschiedenen semiotischen Systemen angehören“, ist diese Unabhängigkeit leicht wahrnehmbar (vgl. Bouchehri 2008: 20).

#### 2.4. Onomastische Züge und Übersetzbarkeit von Titeln

Zahlreiche Forscher bestätigen die Meinung, dass Titel sich als Namen von bestimmten Texten definieren lassen. Es gibt in der Titelforschung aber auch immer wieder Auffassungen, in denen man sich gegen die Gleichsetzung von Name und Titel wendet. Die Frage nach der Namenhaftigkeit der Titel verbinden die Forscher oft mit der Semantik und Übersetzbarkeit dieser Texte. Für Moennighoff (2000 zit. nach Bouchehri 2012: 18) präzisieren die Namen keine individuellen Eigenschaften der Namenträger, was bei den Titeln oft der Fall ist. Die Namen haben zwar eine semantische Bedeutung, die aber heute nicht mehr ersichtlich und eindeutig belegbar ist (Moennighoff 2000 zit. nach Bouchehri 2012: 19). Daraus würde resultieren, dass die normalerweise semantisch durchsichtigen Titel nicht zu den Eigenamen gehören können. Diesbezüglich räumt Hellwig (1984: 7) ein, dass die Namen einen Text identifizierbar machen, so wie der Eigenname ein Individuum. Es gibt aber nach seiner Auffassung einen gravierenden Unterschied zwischen dem „Namensgebungsakt“ und dem „Setzen des Namens“ (Hellwig 1984: 7). Die Namenhaftigkeit der Titel bestreitet er definitiv, er sieht die Titel eher als Zitate, die eine ebensolche intensionale Nicht-Substituierbarkeit aufweisen wie Namen. Für Wulff (1985: 164) sind „die echten Namen“ grundsätzlich semantisch indifferent und lassen sich deshalb nicht übersetzen. Immerhin beobachtet er bei Titeln die Namenfunktion. Wulff (1985: 164) bezieht sich weiter

auf die Meinung von Fleischer (1964), was ich aus einer späteren Ausgabe zitiere: „Übersetzbar ist nur das charakterisierende Element der lexikalischen Bedeutung: wo dies nicht ein gewisses Mindestmaß erreicht, kann von Übersetzung keine Rede sein. Buchtitel, die ja schließlich auch als Namen anzusehen sind, werden in der Regel übersetzt“ (Fleischer 1992: 11). Die Semantizität eines Titels gilt hier nicht als Antwort. Rothe (1986: 14) kontert hier, dass die Onyme lediglich heute semantisch leer scheinen. Ursprünglich war die lexikalische Seite, die eine Eigenschaft, Haltung oder Charakteristika vermittelte (vgl. Debus 2012: 83), leicht wahrnehmbar. Ähnliches betrifft die fiktiven bzw. irrealen Namen (vgl. Debus 2012: 29), besonders die literarischen Namen. Die fiktiven Namen beinhalten oft semantische Mitteilungen, die den Träger identifizieren und beschreiben lassen (redende Namen, vgl. Debus 2012: 207). Wie viele andere Sprachwissenschaftler vertritt Kromp (2008: 29) die Auffassung, dass die literarischen Namen durchaus funktional übersetzbar sind (vgl. dazu auch Jakiel / Jarosz 2012: 98).

Die Sprachwissenschaftler begriffen schnell, dass sich im Fall der Film- und Buchtitelübersetzung noch eine andere Sphäre zu Wort meldet. So wurden von Kalverkämper (1996: 1022) die außersprachwissenschaftlichen Faktoren ins Spiel gebracht, die den Übersetzungsprozess der oben erwähnten Belege neu definieren können. Die Lizenzierung und die entscheidende Stimme des Verleihunternehmens führen dazu, dass man hierbei „weit über die Toleranzen einer echten Übersetzung“ hinausgeht (Kalverkämper 1996: 1022). Ein Titel, besonders ein Filmtitel, wird zum Marktprodukt und wird so benannt, dass die Verkaufschancen des Films verbessert werden. Die finanziellen Gründe führen seiner Auffassung nach dazu, dass wir es statt mit einer Übersetzung oft mit einem Neunamen, Namensersatz oder Innovation zu tun haben.

Identifizierung ist und bleibt die wichtigste Funktion eines Titels (Genette 1989: 82 zit. nach Bouchehri 2008: 24). Davon ausgehend betrachten wir in diesem Beitrag die Titel als Namen (Chrematonyme), die bestimmte Texten identifizieren, die sich „nicht durch einen intensional bedeutungsgleichen Ausdruck substituieren lassen“ (Hellwig 1984: 7), die einerseits willkürlich, andererseits motiviert sind (Nord 1993: 88), die grundsätzlich übersetzbar<sup>3</sup> sind (wörtlich, funktional etc.) oder sich in Form einer Neuformulierung bzw. Titelinnovation, die die Merkmale einer funktionalen Übertragung aufweist, wiedergeben lassen.

## 2.5. Titelfunktion

Man unterscheidet in der Forschung folgende Titelfunktionen:

- ▶ Distinktive Funktion – ein Titel macht einen Text auffindbar und ermöglicht ihn von anderen Texten zu unterscheiden, was von Nord (1993: 87) „Namensfunktion“ der Titel genannt wurde.

3| Eine ausführliche Übersicht der Übersetzungstechniken folgt unter Abschnitt 3.

- Metatextuelle Funktion – die Verweisung auf einen zugehörigen Ko-Text haben wir schon unter 2.3 besprochen.
- Phatische Funktion – der Aspekt der Kontaktstiftung, die Knüpfung eines Kontakts; man hat oft keinen direkten Zugang zum Ko-Text, wenn der Titel rezipiert wird; er steht hier in Vermittlerposition, weckt Interesse und macht auf das zugehörige Werk aufmerksam (Bouchehri 2008: 30); diese Verbindung bleibt auch nach der Rezeption des Textes erhalten.
- Darstellungsfunktion – Angabe der Informationen über den Ko-Text; dargestellt werden können die Textsituation (metakommunikativ: Es wird Bezug auf die Faktoren der Kommunikationssituation des Textes genommen, d.h. auf den Sender, seine Intention, den Empfängerkreis, das Medium, Ort, Zeit und Anlass von Textproduktion oder -rezeption.), das Textreferens (Objektreferenz, thematische Titel, Hinweis auf das Thema oder den Inhalt des Ko-Textes) und die Textform (rhematische Titel: Merkmale des Aufbaus, der lexikalisch-semantischen Gestaltung) (vgl. Nord 1993: 107–131, Bouchehri 2008: 26ff.).
- Ausdrucksfunktion – Nord führt drei Aspekte an, auf die sich die Ausdrucksfunktion beziehen kann: die Einstellung des Senders zur Textsituation, die Einstellung des Senders zum Text, den Ausdruck der Einstellung zum Textreferens, (vgl. Nord 1993: 131–143, Bouchehri 2008: 28ff.); problematisch wird aber die Frage nach dem Titelgeber, besonders in der Übersetzung (vgl. Bouchehri 2008: 29). Die Ausdrucksfunktion kann nicht in „Herausgebertiteln“ verbalisiert werden (Nord 1993: 132).
- Appellfunktion – die geknüpfte Verbindung (bei der Erfüllung der phatischen Funktion) soll in der Appellfunktion konkret verwirklicht werden; der Hinweis auf die Existenz des Ko-Textes ist nicht ausreichend; durch die Appellfunktion eines Titels erweckt man das Interesse seines Publikums, damit sich die Empfänger für diesen Ko-Text interessieren, im besten Fall bereits bevor er im Regal zur Verfügung steht (vgl. Nord 1993: 143).
- die Anwendung von stilistischen Mitteln wie Reim, Alliteration, Assonanz, Paronomasie, Metaphorik, Antithetik, Elliptik, Inkongruenz, Mehrdeutigkeit, Abwandlung sprachlicher Formeln und Abweichungen von der Standardsprache wurde von Bouchehri (2008: 32ff.) zusätzlich als poetische Funktion des Titels eingestuft.

## 2.6. Titeltypologie und -struktur

Die Distinktion zwischen dem, was unter Form und Typ eines Titels verstanden wird, ist in diesem Zusammenhang unvermeidlich. Die Vielfalt der syntaktischen Strukturen von Titeln (Titelformen) ist nach Nord (1993: 51ff.) klar von den nur wenigen gängigen Modellen von Titeln (Titeltypen) zu unterscheiden. Nach der äußeren Erscheinungsform lassen sich folgende Typen von Titeln unterscheiden:

- Einfacetitel – bestehen aus einer Titel-Einheit (Nord 1993: 52); von einem Buchstaben bis hin zu Kombinationen aus Teilsätzen, Satzgefügen, soweit keine der Titelhälften der anderen über- oder untergeordnet wird, z.B. „2012“<sup>4</sup>, „Er? Will! Sie nicht?“;
- Doppeltitel – bestehen aus zwei Teilen, die vollgültige alternative Titel eines Ko-Textes sein können und mit einer disjunktiven Konjunktion „oder“ verbunden sind, z.B. „Emma oder Die unruhige Zeit“ (Nord 1993: 53); eine historische Form, die noch heute eine ästhetische Qualität durch Archaisierung zum Ausdruck bringt (Zuschlag 2002: 113); beim Film sind sie eher eine Seltenheit (Bouchehri 2008: 51);
- Titelgefüge – mehrgliedrige Titel, die aus einem Obertitel und einem oder mehreren Untertiteln bestehen (Bouchehri 2008: 52), z.B. „Der Herr der Ringe: Die Rückkehr des Königs“; die Titelteile sind in diesem Fall syntaktisch unverbunden und nicht gleichrangig – der Untertitel kann als eine Form der Apposition zum Haupttitel angesehen werden (vgl. Bouchehri 2008: 51, Nord 1993: 53f.).

Einfacetitel können in den folgenden syntaktischen Strukturen vorkommen (Bouchehri 2012: 70ff.):

- nominale Titel – Eigename oder Appellativa, mit oder ohne Artikel, manchmal mit Ergänzung, z.B. „Ted“, „Sherlock Holmes“;
- satzförmige Titel – mit finitem Verb, z.B. „Veronika beschließt zu sterben“;
- adverbiale Titel – Adverb oder eine adverbiale Bestimmung, z.B. „Day after Tomorrow“;
- adjektivische Titel – Adjektiv, manchmal auch mit Adverbien zur näheren Bestimmung, z.B. „Szybcy i wściekli“;
- verbale Titel – Verb im Infinitiv, Präsenspartizip, Gerundium, z.B. „Leaving Las Vegas“, „Leben und sterben lassen“;
- interjektionsförmige Titel, z.B. „Hallo, Mr. President“.

### 3. Techniken der Filmtranslation

Als Ansatzpunkt dieses Beitrags gilt die Annahme, dass ein Titel ein Chrematonym ist. Die in der Forschungsliteratur präsentierten Ansichten bezüglich der Übersetzungstechniken der Eigennamen (z.B. Hejwowski 2004: 52) entsprechen unserer Analyse nur zum Teil. Es wird in diesem Beitrag die Auffassung vertreten, dass die Bezeichnungen *Methode*, *Prozedur*, *Strategie* und *Technik* drei qualitativ unterschiedliche Begriffe benennen (Hejwowski 2004: 76). Eine *Technik* ist die konkrete, einzeln angewandte Vorgehensweise im Übersetzungsprozess. Eine *Strategie* dagegen wird zur bevorzugten Art der Behandlung von Elementen

4| Es wurden eigene Beispiele sowie Belege von Nord (1993) und Bouchehri (2008) verwendet.

in Bezug auf den ganzen Text. Bei unserem Forschungsobjekt wird die Strategie eher zur allgemeinen Tendenz in Übersetzung vieler Titel. Im Folgenden stellen wir die Typologie der Übersetzungsverfahren von Nord (2004: 910f.) und Bouchehri<sup>5</sup> (2008: 65–84) dar:

- Entlehnung (auch: Titelidentität) [EN] – Ausgangsform wurde beibehalten, eventuell phonetisch, morphologisch oder orthographisch angepasst, z.B. engl. „Inception“ → dt. „Inception“;
- wörtliche Übersetzung (auch: Titelanalogie) [ÜB] – homologe bzw. analoge (syntaktische Anpassung) Übersetzung eines Titels, z.B. engl. „Up“ → dt. „Oben“;
- Abwandlung [AB] – es werden minimale Eingriffe, semantische Modulation, Paraphrase unter Bewahrung des Schlüsselwortes bzw. Aussagekerns vorgenommen, z.B. engl. „The Hobbit: An Unexpected Journey“ → pl. „Hobbit – Niezwykła podróż“, engl. „Go“ → dt. „Go!“;
- Expansion (auch: Erweiterung) [EX], z.B. engl. „Sphinx“ → dt. „Der Fluch der Sphinx“, engl. „Wilde“ → dt. „Oscar Wilde“;
- Reduktion [RE] – Verkürzung eines Originaltitels, Vereinfachung, z.B. engl. „The Matrix Reloaded“ → dt. „Matrix Reloaded“;
- freie Neuformulierung (auch: Titelinnovation) [NF] – zwischen AT und ZT besteht keine Äquivalenzbeziehung, z.B. engl. „Die hard“ → pl. „Szklana pułapka“, engl. „Meet the Fockers“ → dt. „Meine Frau, ihre Schwiegereltern und Ich“.

Letztendlich behauptet Bouchehri, dass man es auch sehr oft mit Hybridformen zu tun hat, bei denen mehrere Translationstechniken zum Einsatz kommen, z.B. engl. „Avatar“ → dt. „Avatar – Aufbruch nach Pandora“.

## 4. Korpus

Da wir die Beziehung zwischen der Sprache und dem Markt im Übersetzungsverfahren der Filmtitel beobachten möchten, bildet die Grundlage für die Erstellung des Korpus die Liste der erfolgreichsten Filme aller Zeiten (eng. all time worldwide boxoffice), die vom Portal *boxofficemojo.com* zusammengestellt wurde<sup>6</sup>. Als Ziel unserer Untersuchungen gelten demzufolge die sog. Blockbusters, d.h. sehr erfolgreiche Kinoproduktionen mit hohen Einspielergebnissen (eng. Box Office). Eine genaue Feststellung, ab welcher Summe sich eine Produktion als ein von uns gewünschter Blockbuster einstufen lässt, wird problematisch. Ohne Frage sind hier die Werke, die die Eine-Milliarde-Dollar-Marke überschritten haben,

5| Bei Bouchehri finden wird den Begriff „Strategie“, der eigentlich mit dem Terminus „Technik“ verwechselt wurde, vgl. Hejwowski (2004: 76).

6| Stand: 5.05.2013, Quelle: <http://boxofficemojo.com/alltime/world>.

hinzuzuzählen. Bemerkenswert ist aber die Tendenz, dass normalerweise nur die Filme, die weltweit mehr als 500 Mio. USD eingespielt haben, auf eine fast automatische Fortsetzung hoffen können<sup>7</sup>. In Fällen, in denen ein Film diese Grenze nicht erreicht, wird das Franchise lediglich gelegentlich verlängert. Ausnahme-Beispiele, die diese Regel bestätigen, sind selten. In diesem Beitrag werden wir die weltweiten Kinoeinnahmen, das internationale Einspielergebnis als den entscheidenden Faktor bei der Wahl der Filmtitel für die Analyse ansehen. Wir betrachten für die Zwecke dieses Aufsatzes die 500 Mio.-Grenze als die Summe, ab welcher wir von einem Blockbuster sprechen. Es gibt genau 105 Filme, die – Stand heute – diese Voraussetzung erfüllen. Im Folgenden diskutieren wir die Ergebnisse der durchgeführten Analyse.

Die Sammlung der bei der Suche nach deutschen Entsprechungen zu englischen Titeln angewandten Techniken ist vielfältig. Hier sind 5 Gruppen von einfachen Techniken und 14 verschiedene Typen von Hybridformen, die insgesamt 36 Mal eingesetzt wurden, erkennbar. Bei den polnischen Übertragungen herrscht eine viel einfachere Struktur, d.h. innerhalb dieser Gruppe wurden vor allem unkomplizierte Techniken und nur ein Typ einer Hybridform (3 Mal) angewandt. Unter den ins Deutsche übersetzten Filmen dominieren im Rahmen der einfachen Formen: Entlehnungen (35 Mal, 33,33%, z.B. engl. „The Sixth Sense“ → dt. „The Sixth Sense“), Übersetzungen (25 Mal, 23,81%, z.B. engl. „Harry Potter and the Sorcerer’s Stone“ → dt. „Harry Potter und der Stein der Weisen“), Reduktionen (4 Mal, 3,81%, z.B. engl. „Transformers: Dark of the Moon“ → dt. „Transformers 3“), Neuformulierungen (4 Mal, 3,81%, z.B. engl. „Tangled“ → dt. „Rapunzel – Neu verhöhnt“) und eine Abwandlung (1 Mal, 0,95%, z.B. engl. „Puss in Boots“ → dt. „Der gestiefelte Kater“). Die ausgebaute Struktur der Hybridformen im deutschen Korpus vertreten Belege, zusammengestellt aus: Entlehnung + Übersetzung (9 Mal, 8,57%, z.B. engl. „Pirates of the Caribbean: At World’s End“ → dt. „Pirates of the Caribbean – Am Ende der Welt“), Entlehnung + Expansion (6 Mal, 5,71%, z.B. engl. „Avatar“ → dt. „Avatar – Aufbruch nach Pandora“), Reduktion + Entlehnung + Neuformulierung (4 Mal, 3,81%, z.B. engl. „The Twilight Saga: Eclipse“ → dt. „Eclipse – Bis(s) zum Abendbrot“), Entlehnung + Neuformulierung (3 Mal, 2,86%, z.B. engl. „Ice Age: Continental Drift“ → dt. „Ice Age 4 – Voll verschoben“), Übersetzung + Entlehnung (3 Mal, 2,86%, z.B. engl. „The Hunger Games“ → dt. „Die Tribute von Panem – The Hunger Games“), Entlehnung + Abwandlung (2 Mal, 1,90%, engl. „Ice Age: The Meltdown“ → dt. „Ice Age 2: Jetzt taut’s“), Übersetzung + Reduktion (1 Mal, 0,95%, z.B. engl. „The Lord of the Rings: The Fellowship of the Ring“ → dt. „Der

7| Das Franchise vom C.S. Lewis’ Meisterwerk wurde nach dem dritten Teil „The Chronicles of Narnia: The Voyage of the Dawn Treader“ und einem Gewinn von 415 Mio. USD eingestellt.

Herr der Ringe: Die Gefährten“), Entlehnung + Reduktion (1 Mal, 0,95%, z.B. engl. „Transformers: Revenage of the Fallen“ → dt. „Transformers – Die Rache“), Übersetzung + Neuformulierung (1 Mal, 0,95%, z.B. engl. „The Chronilces of Narnia: The Lion, the Witch and the Wardrobe“ → dt. „Die Chroniken von Narnia: Der König von Narnia“), Neuformulierung + Expansion (1 Mal, 0,95%, z. B. engl. „Brave“ → dt. „Merida – Legende der Highlands“) und Expansion + Übersetzung (1 Mal, 0,95%, z.B. engl. „Quantum of Solace“ → dt. „James Bond 007: Ein Quantum Trost“). Im Fall von *Star Wars* gibt es auch ein interessantes Phänomen: Der Titel wurde zuerst übersetzt, später aber wie die originale Version vom Regisseur geändert und dann in der neuen deutschen Fassung zum Teil reproduziert (Übersetzung / Entlehnung + Übersetzung: 2 Mal, 1,90%, z.B. eng. „Star Wars / Star Wars: Episode IV – A New Hope“ → dt. „Krieg der Sterne / Star Wars: Episode IV – Eine neue Hoffnung“).

Die Struktur bei der Gruppe der polnischen Belege ist viel einfacher. Hier hat man vor allem: Übersetzungen (58 Mal, 55,24%, engl. „The Dark Knight Rises“ → pl. „Mroczny rycerz powstaje“), Entlehnungen (26 Mal, 24,76%, engl. „Shrek 2“ → pl. „Shrek 2“), Neuformulierungen (7 Mal, 6,67%, engl. „The Hangover Part II“ → pl. „Kac Vegas w Bangkoku“), Reduktionen (6 Mal, 5,71%, engl. „E.T.: The Extra-Terrestrial“ → pl. „E.T.“), Abwandlungen (5 Mal, 4,76%, engl. „Finding Nemo“ → pl. „Gdzie jest Nemo?“) und Kombinationen aus Entlehnung und Übersetzung (Hybridform, 3 Mal, 2,86%, engl. „Terminator 2: Judgment Day“ → pl. „Terminator 2: Dzień sądu“).

## 5. Anmerkungen und Vorschläge

Schon auf den ersten Blick sieht man die Differenzen zwischen den Übersetzungstendenzen in beiden Sprachen. Im deutschen Korpus der Filmtitel-Entsprechungen überwiegen die separaten Entlehnungen und die Entlehnungen in Kombination<sup>8</sup> mit einer anderen Technik. Im Gegensatz dazu kommen bei den polnischen Filmtiteln vor allem die homologen und analogen Übersetzungen vor. Es wird somit im Deutschen oft reproduziert und im Polnischen übersetzt. Man strebt im zweiten Fall danach, alles möglichst wörtlich, präzise zu übersetzen, oder zumindest semantisch irgendwie wiederzugeben (z.B. durch Abwandlung). Die syntagmatischen Übertragungen der englischen Titel sind – abgesehen von den Eigennamen und den wenigen weltbekannten Verkaufsmarken (z.B. pl. „John Carter“, „Avengers“, „Titanic“, „Toy Story 3“, „Transformers“) – sehr häufig für den polnischen Sprachraum charakteristisch. Manchmal werden sogar auch die weltberühmten Werke mit einem marktwirtschaftlich interessanten, finanziellen

8 | Oft kommen hier neu formulierte Titelgefüge in Frage, die im AT in Form von Einworttiteln erscheinen.

Potenzial übertragen, z.B. engl. „Star Wars“ → pl. „Gwiezdne Wojny“, engl. „The Lord of the Rings“ → pl. „Władca Pierścieni“. Diese Strategie ist in der polnischen Sprache enorm stark verbreitet. Die Hybridformen in der polnischen Filmtitelübersetzung gehören zur Seltenheit (z.B. engl. „Transformers: Revenge of the Fallen“ → pl. „Transformers: Zemsta upadłych“), wobei sich dies in der Gruppe der deutschen Texte völlig anders darstellt.

Die deutschen Übersetzer finden Gefallen an vielen komplizierten Kombinationen, bei welchen Entlehnungen mit Übersetzung oder erläuternder Expansion verbunden wurden (z.B. engl. „Shrek 2“ → dt. „Shrek 2 – Der tollkühne Held kehrt zurück“, engl. „Life of Pi“ → dt. „Life of Pi: Schiffbruch mit Tiger“). Gemeinsam mit bloßen Entlehnungen werden die oben genannten Hybridformen am häufigsten verwendet. Die zusammengesetzten Formen, Neuformulierungen (engl. „Tangled“ → dt. „Rapunzel – Neu verföhnt“) und Expansionen (engl. „Armageddon“ → dt. „Armageddon – Das jüngste Gericht“, engl. „Ghost“ → dt. „Ghost – Nachricht von Sam“) sind in deutscher Übersetzung immer zweckvoll und an das Publikum gerichtet. Sie dienen der Erläuterung und der Angabe des Inhalts eines Ko-Textes und sind Träger der Darstellungsfunktion eines Titels. Manchmal konnte man den Eindruck gewinnen, dass die Zuschauerschaft vom Filmverleiher nicht ernst genommen wird, oder dass er an den Denkmöglichkeiten des Publikums zweifelt. Ich rede hier von Erklärungen, die offene Tür einrennen, z.B. engl. „Fast Five“ → dt. „Fast and Furious 5“, pl. „Szybcy i wściekli 5“<sup>9</sup>.

Von der Regel, dass man es bei den deutschen Versionen der englischen Titel vor allem mit reproduzierten Entlehnungen oder die Reproduktion beinhaltenden Konstruktionen zu tun hat, gibt es eine Abweichung, die mittlerweile zu einer konsequent eingesetzten Strategie geworden ist. Die schon auf dem Markt etablierten Literaturtitel (Literaturverfilmungen) werden syntagmatisch übersetzt, z.B. engl. „The Lord of the Rings: The Return of the King“ → dt. „Der Herr der Ringe: Die Rückkehr des Königs“, engl. „Alice in Wonderland“ → dt. „Alice im Wunderland“. Es scheint generell so zu sein, als ob sich die deutschen Übersetzer mehr erlauben würden. Es werden manchmal sogar Wort- und Klangspiele, wie z.B. in engl. „The Twilight Saga: Breaking Dawn Part 2“ → dt. „Breaking Dawn – Bis(s) zum Ende der Nacht“ eingesetzt, wobei dieser „Biss“ eine klare Anspielung auf die im Roman und seiner Verfilmung vorkommenden Wesen ist. Diese Art der Innovation wurde in allen Teilen der Twilight Saga verwendet. Dass sich ein Film rasch einen guten Namen macht und zur Marke wird, kann auch nicht in jedem Fall vorhergesehen werden, z.B. engl. „Pirates of the Caribbean: The Curse of the Black Pearl“ → dt. „Fluch der Karibik“. Dem Anschein nach hört es sich sehr gut an, eine sinnvolle Reduktion mit Beibehaltung des Sinns vorzuschlagen. Die

9| Die hier angewandte Neuformulierung soll vor allem dazu führen, dass man den betitelten Ko-Text mit dem Franchise assoziiert.

Einspielergebnisse der Fortsetzungen der Piraten-Saga haben diese Behauptung revidiert. Bald wurde der Übersetzer mit der Herausforderung konfrontiert, weitere Teile des Franchise zu übertragen und das dürfte in diesem Fall nicht einfach gewesen sein. Man hat sich für einen Trick entschieden, indem der Zuschauerschaft der „wahre“ Titel des Film irgendwie erneut vorgestellt wurde. Mit einer Reduktion des Untertitels kam der zweite Teil der Quadrologie (Stand heute) ans Tageslicht, engl. „Pirates of the Caribbean: Dead Man’s Chest“ → dt. „Pirates of the Caribbean – Fluch der Karibik 2“. Diese Art der Entlehnung mit beschreibender Neuformulierung des Haupttitels in Form eines Untertitels, die sich intertextuell auf den ersten Titel bezieht, wurde im Weiteren durch Reproduktionen ersetzt, die in Begleitung der wiedergegebenen Untertitel standen, engl. „Pirates of the Caribbean: At World’s End“ → dt. „Pirates of the Caribbean: Am Ende der Welt“, engl. „Pirates of the Caribbean: On Stranger Tides“ → dt. „Pirates of the Caribbean: Fremde Gezeiten“. Die Anziehungskraft der Marke<sup>10</sup> wurde hier so hoch eingeschätzt, dass man nach dem ersten Teil einen Neuanfang im Bereich der Benennung wagen wollte. Die Wiederholbarkeit des Werbesignals und die Erkennung des Produkts, besonders weltweit, sind zweifellos Gründe und Ansätze eines jeden Branding. Ich sehe darin die überall herrschende Tendenz zur Anwendung von Entlehnungen im deutschen Sprachraum.

Nicht alles ist aber einfach durchschaubar und klar. In einigen Fällen ergänzt man hartnäckig, z.B. engl. „Brave“ → dt. „Merida – Legende der Highlands“, und in anderen reduziert man unnötig, vgl. engl. „Transformers: Dark of the Moon“ → dt. „Transformers 3“. Manche Einheiten, die sich reproduzieren lassen, werden übersetzt, z.B. engl. „Mission: Impossible – Ghost Protocol“ → dt. „Mission: Impossible: Phantom Protokoll“ (Untertitel gemeint), und andere unerklärlich um jeden Preis entlehnt, z.B. engl. „Independence Day“ → dt. „Independence Day“. Es lassen sich formale Ungleichmäßigkeiten beobachten, z.B. engl. „The Matrix Reloaded“ → dt. „Matrix Reloaded“, engl. „The Dark Knight“ → dt. „The Dark Knight“. Die polnische Szene sieht viel ruhiger aus. Hier sucht man vor allem die bestmöglichen semantischen Äquivalente. Jegliche Abwandlungen (engl. „The Hunger Games“ → pl. „Igrzyska śmierci“) und Neuformulierung (engl. „Despicable Me“ → pl. „Jak ukraść księżyc“) sollen dem gewünschten Verständnis beim Zielpublikum dienen, bloße Entlehnungen sind rar (engl. „Quantum of Solace“ → pl. „Quantum of Solace“). Selbstverständlich sind einige Techniken schwierig einzustufen. Es gibt Belege, in denen jemand statt einer Abwandlung bereits eine Neuformulierung sehen könnte, engl. „The Hunger Games“ → pl. „Igrzyska śmierci“. Diese Kleinigkeiten verzerren aber das Bild der angewandten Strategien nur unwesentlich. An dieser Stelle möchte ich betonen, dass sich aus der Menge

10| Produktion und Verkauf von filmischen Gadgets und Spielzeugen sind hier auch einzu-beziehen.

der Beispiele klare Tendenzen herleiten lassen, obwohl die Homogenität bei der Anwendung der Techniken zum Postulat und zur Forderung wird. Die Rolle des Markts und sein Einfluss auf das Übersetzungsverfahren darf keinesfalls unterschätzt werden. Die Fügungen aus rein kommerziellen Gründen, nicht immer zum Nutzen der Filme, sieht man auch in der falsch verstandenen Intertextualität, z.B. engl. „Dorothy Mills“ → pl. „Egzorcyzmy Dorothy Mills“ (dt. Exorzismen von Dorothy Mills<sup>11</sup>), obwohl der Film gar nicht von einer Teufelsaustreibung handelt. Der Filmverleiher wollte hier klar auf das bekannte Werk von Derrickson „Der Exorzismus von Emily Rose“ (engl. „The Exorcism of Emily Rose“) anspielen. Neuformulierung können aber immer zu weiteren Problemen führen, z.B. engl. „The Hangover Part II“ → pl. „Kac Vegas w Bangkoku“<sup>12</sup>.

Als eine von den nach der Analyse formulierten Forderungen, die für den deutschen Sprachraum gelten, kann hier die Feststellung fungieren, dass man eine Entlehnung bzw. eine Reproduktion mit Beschreibung oder mit übersetztem Untertitel aufgrund ihrer Frequenz in die Typologie der Übersetzungstechniken einschließen könnte.

## 6. Forschungsausblick

Obwohl die Forderung nach wörtlicher Übersetzung von Filmtiteln wünschenswert wäre, etabliert sich die Überzeugung, dass die übersetzten Titel mit den originalen Einheiten kaum etwas gemein haben (vgl. Nord 2004: 909). Belczyk (2007: 124) fügt hinzu, dass übersetzte Titel oft einen schlechten Ruf haben können. Die beiden Aussagen finden aber im analysierten Korpus keine Bestätigung. Die genannten Strategien der Entlehnung (Deutschland) und der Übersetzung (Polen) haben sehr viel mit ihren Originalen zu tun: die Entlehnung wortwörtlich, die Übersetzung so präzise, wie es das sprachliche Inventar erlaubt. Man sieht schließlich klare Tendenzen, nicht nur die Laune des Übersetzers bzw. des Verleihers. Ich habe nicht vor, in Frage zu stellen, dass es gar nicht selten arbiträre und zwecklose Entscheidungen in Neuformulierungen von Titeln gibt (vgl. Belczyk 2007: 122). In unserer Analyse gab es keine Form dieser Art. Vielleicht resultiert dies aus der Einengung der Anzahl von Belegen, möglicherweise aber auch aus anderen Gründen. Die für die Untersuchung gewählte Gruppe der erfolgreichsten und bekanntesten Filme aller Zeiten könnte hier als einer dieser Gründe genannt werden. Solche Titel, die zur Schau gestellt werden, müssen transparent wirken und sich einfach mit der Marke verbinden lassen.

---

11| Eine Arbeitsübersetzung des polnischen Titels. Der Film funktionierte im deutschen Sprachraum unter dem reproduzierten englischen Namen, dt. „Dorothy Mills“.

12| Der erste Teil der Komödie hatte den polnischen Titel „Kac Vegas“, pl. kac – dt. Kater. Die Benennung der Fortsetzung könnte man somit als „Kater Vegas in Bangkok“ übersetzen.

Ein Filmtitel ist zweifellos ein Marktprodukt, das verkauft werden soll. Man betrachtet solche Einheiten in der Übersetzung unterschiedlich als eine innere Phrase oder sogar einen Eigennamen aus einem literarischen bzw. filmischen Werk. Die Einflüsse der Filmindustrie sind ebenso wenig zu leugnen wie die harmonischen, chaosfreien Tendenzen und die nationalen Konventionen in der Übersetzung. Diese Strategien sind nicht homogen, sie haben mehr als eine Begründung, bilden aber trotzdem ein sinnvolles Bild. Die hier dargestellten Meinungen und Schlussfolgerungen sind nur eine Einladung zur weiteren Diskussion. In diesem Rahmen habe ich vor, die Situation in der Fernsehindustrie und die Serientitelübersetzung genauer zu untersuchen, was ich demnächst hoffe in anderen Veröffentlichungen darstellen zu dürfen.

Es lassen sich dabei mehrere Fragen stellen, die vielleicht als Forschungsaufgaben begriffen werden könnten: Wer übersetzt die Titel wirklich? Sind daran tatsächlich viele Personen gleichzeitig beteiligt? Wie sieht die Zusammenarbeit zwischen Übersetzer und Filmverleiher aus? Werden die Postulate des Übersetzers von seinem finanziellen Unterstützer respektiert? Die hier analysierten Beispiele könnten beweisen, dass diese Kooperation gar nicht schlecht aussieht.

## Literaturverzeichnis

- Belczyk, Arkadiusz (2007). *Tłumaczenie filmów*. Wilkowiec.
- Berezowski, Leszek (2004). „Skąd się biorą polskie tytuły amerykańskich filmów?”. In: Kubiński, W./ Kubińska, O. (Hg.) *Przekładając nieprzekładalne II*. Gdańsk. S. 313–324.
- Beuagrande, Robert-Alain/ Dressler, Wolfgang U. (1981). *Einführung in die Textlinguistik*. Tübingen.
- Bouchehri, Regina (2008). *Filmtitel im interkulturellen Transfer*. Berlin.
- Bouchehri, Regina (2012). *Translation von Medien-Titeln: Der interkulturelle Transfer von Titeln in Literatur, Theater, Film und Bildender Kunst*. Berlin.
- Debus, Friedhelm (2012). *Namenkunde und Namensgeschichte*. Berlin.
- Dietz, Gunther (1995). *Titel wissenschaftlicher Texte*. Tübingen.
- Duden (<sup>5</sup>2003). *Duden. Deutsches Universalwörterbuch*. Mannheim. CD-Ausgabe (=Duden Wörterbuch).
- Fleischer, Wolfgang (1964). „Zum Verhältnis von Name und Appellativum im Deutschen“. In: *Wissenschaftliche Zeitschrift der Marx-Universität Leipzig. Gesellschafts- und sprachwissenschaftliche Klasse* 13. S. 369–378.
- Fleischer, Wolfgang (1992). *Name und Text*. Tübingen.
- Genette, Gérard (1989). *Paratexte*. Frankfurt am Main, New York.
- Gülich, Elisabeth/ Heger, Klaus/ Raible, Wolfgang (1979). *Linguistische Textanalyse. Überlegungen zur Gliederung von Texten*. Hamburg.
- Hejwowski, Krzysztof (2004). *Kognitywno-komunikacyjna teoria przekładu*. Warszawa.

- Hellwig, Peter (1984). „Titulus oder über den Zusammenhang von Titeln und Texten. Titel sind ein Schlüssel zur Textkonstitution“. In: *Zeitschrift für Germanistische Linguistik* 12/1984. S. 1–20.
- Jakiel, Rafał (2012). „Das Publicum als Selektionsdeterminante bei der Wahl der translatorischen Technik am Beispiel der literarischen *nomina propria*“. In: *Forum Artis Rhetoricae* Nr 3 (30). Warszawa. S. 78–94.
- Jakiel, Rafał/ Jarosz, Józef (2013). „Zum Gebrauch der Übersetzungstechniken bei der Wiedergabe der Eigennamen in der deutschen Translation des Romans von J.R.R. Tolkien *The Lord of the Rings*“. In: *Germanica Wratislaviensia* 137. Wrocław. S. 95–112.
- Jarniewicz, Jerzy (2000). „Przekład tytułu: między egzotyką a adaptacją“. In: Kubiński, W. / Kubińska, O. / Wolański, T. Z. (Hg.) *Przekładając nieprzekładalne*. Gdańsk. S. 477–483.
- Kalverkämper, Hartwig (1996). „Namen im Sprachtausch: Namenübersetzung“. In: Eichler, E./ Hilty, G./ Löffler, H./ Steger, H. (Hg.) *Namenforschung – Name Studies – Les noms propres. Ein internationales Handbuch zur Onomastik – An international Handbook of Onomastics – Manuel international d’onomastique*. 2 Band. Berlin, New York. S. 1018–1025.
- Kromp, Ilona (2008). *Eigennamen in deutschen und polnischen Kinderliteratur unter textlinguistischem und translatorischem Aspekt*. Frankfurt am Main.
- Kuczyński, Krzysztof A. (2004). „Miedzy komercją a estetyką. O tłumaczeniu tytułów beletrystycznych w kontekście języka niemieckiego i polskiego“. In: Bartoszewicz, I./ Hałub, M./ Jurasz, A. (Hg.) *Werte und Wertungen. Sprach-, literatur- und kulturwissenschaftliche Skizzen und Stellungnahmen*. Wrocław. S. 390–409.
- LDOCE = *The Longman Dictionary of Contemporary English Online*. Quelle: <http://www.ldoceonline.com/>, [Zugriff am 6.06.2013].
- Moennighoff, Burkhard (2000). *Goethes Gedichttitel*. Berlin, New York.
- Nord, Christiane (1990). „Funktionsgerechtigkeit und Loyalität Überlegungen zum Übersetzungsproblem ‚Titel und Überschriften‘“. In: Spillner, B. (Hg.) *Sprache und Politik*. Frankfurt am Main. S. 138–139
- Nord, Christiane (1993). *Einführung in das funktionale Übersetzen. Am Beispiel von Titeln und Überschriften*. Tübingen.
- Nord, Christiane (1997). *Translation as a Purposeful Activity*. Manchester.
- Nord, Christiane (2004). „Die Übersetzung von Titeln, Kapiteln und Überschriften in literarischen Texten“. In: Kittel, H./ Frank, P. A./ Greiner, N./ Hermans, T./ Koller, W./ Lambert, J./ Paul, F. in Gemeinschaft mit House, J./ Schultze, B. (Hg.) *Übersetzung. Ein internationales Handbuch zur Übersetzungsforschung*. Berlin. S. 908–914.
- Reiß, Katharina/ Vermeer, Hans J. (1984). *Grundlegung einer allgemeinen Translationstheorie*. Tübingen.

- .....
- Rothe, Arnold (1986). *Der literarische Titel. Funktionen, Formen, Geschichte*. Frankfurt am Main.
- Schreitmüller, Andreas (1994). *Filmtitel*. Münster.
- Schubert, Christoph (2004). *Die Appellwirkung englischer Filmtitel und ihrer deutschen Neutitel: Techniken interkulturellen Transfers*. In: *AAA – Arbeiten aus Anglistik und Amerikanistik* 29.2/2004. S. 239–259.
- Vater, Heinz (<sup>3</sup>2001). *Einführung in die Textlinguistik*. München.
- Wulff, Hans Jürgen (1985). *Zur Textsemiotik des Titels*. Münster.
- Zuschlag, Katrin (2002). *Narrativik und literarisches Übersetzen. Erzähltechnische Merkmale als Invariante der Übersetzung*. Tübingen.