

# Die Rezeption synchronisierter Film- und Fernsehtexte als Moment interkultureller Kommunikation

Katharina Bergfeld

Ob die Simpsons, Brad Pitt oder Tiffy aus der Sesamstraße, wenn sie auf deutschen Leinwänden und Bildschirmen zu sehen sind, sprechen sie akzentfrei Deutsch. Man mag darüber schimpfen, es mögen oder völlig normal finden, doch was bedeutet die Rezeption synchronisierter Medientexte für den Zuschauer und sein Textverständnis? Während in der Synchronforschung bislang aus übersetzungswissenschaftlicher Sicht das sogenannte Translat im Mittelpunkt stand, ist es an der Zeit, das Zusammenspiel von Medientext, Kulturtransfer und Zuschauer in seiner Gesamtheit zu betrachten.<sup>1</sup>



In einer Fremdsprache produzierte Filme werden in Deutschland fast immer synchronisiert, bevor sie das Publikum erreichen. Das gilt insbesondere für Kinospielefilme, Fernsehfilme und sämtliche Kinderfilme (vgl. Media Consulting Group/Peacefulfish 2007, S. 4). Um den Fokus auf das Interaktionsgefüge von Text, Zuschauer und Kultur zu richten, sind zunächst verschiedene Grundannahmen zu klären, auf denen die Gesamtheit der Überlegungen fußt:

In den Ansätzen der Cultural Studies und der Rezeptionsästhetik wird davon ausgegangen, dass durch im Text angelegte Handlungsanweisungen die Bedeutungen zwar vorstrukturiert werden, der Zuschauer sie vor dem Hintergrund seiner lebensweltlichen Bezüge<sup>2</sup> jedoch erst bedeutsam macht (vgl. Mikos 2001,

S. 177 f.; Winter 1997, S. 54). Daraus folgt zum einen, dass die Synchronisation als ästhetisches Textelement in ihrer Funktion für die Rezeption zu betrachten ist, zum anderen besagt es, dass der Zuschauer aktiv an der Bedeutungsgenerierung der Inhalte beteiligt ist (Fiske 1997, S. 79). Vor diesem Hintergrund ist die Sichtweise elementar, dass Film- und Fernsehtexte<sup>3</sup> unweigerlich als Repräsentanten sozialer, gesellschaftlicher sowie kultureller Diskurse und Konventionen fungieren, die im Entstehungsland – der sogenannten Ausgangskultur – relevant, aktuell und bedeutsam sind. Jeder Text verweist damit auf die Kontexte seiner Herkunft, die ihn inhaltlich und ästhetisch prägen. Oft werden im Medientext auch Verweise zu anderen Film- und Fernsehtexten ein-

**Anmerkungen:****1**

Der Artikel ist eine Zusammenfassung einer Diplomarbeit, mit der Katharina Bergfeld 2010 den medius-Preis gewann.

**2**

Der Begriff „Lebenswelt“ beschreibt die kulturellen, sozialen und persönlichen Kontexte von Personen. Es handelt sich ursprünglich um einen soziologischen Begriff, den Mikos (2001, S. 44 ff.) auf rezeptionsästhetische Überlegungen zum Fernsehen anwendet.

**3**

Im Rahmen der Cultural Studies wird ein sehr weiter Text-Begriff verwendet: Ein „Text“ kann alles sein, dem soziale, kulturelle oder individuelle Bedeutung zugeschrieben werden kann. Das können neben Filmen und Literatur auch Kleidung, Frisuren, Medienpersönlichkeiten und bestimmte Lebensräume wie Häuser oder Einkaufszentren sein (vgl. Fiske 1989).



geflochten – man spricht dabei von Intertextualität –, über deren Kenntnis das Publikum in der Regel dann verfügt, wenn es aus demselben kulturellen Hintergrund wie der Text stammt. Daraus folgt: Selbst wenn in Deutschland ein Film oder eine Fernsehsendung im fremdsprachigen Original geschaut wird, erfährt der kulturell transferierte Text eine Veränderung seiner angelegten Bedeutungen, da die Bedeutung eines jeden Textes letztlich erst durch die Rezeption und Aneignung der Zuschauer zur Geltung kommt. So verändert sich mit dem lebensweltlichen Kontext der Zuschauer ein wesentlicher Part des Medientextes an sich. Genau auf diese Veränderung reagiert die Synchronisation.

Die allseits beliebte US-amerikanische Fernsehserie *Die Simpsons* hat bei der Untersuchung über Ansätze einer Rezeptionsästhetik der Synchronisation als Analysegegenstand gedient. Die Serie wird von Fans und Kritikern gleichermaßen für ihre dichte Verweisstruktur geschätzt und geliebt. Die Folgen beinhalten viele kulturelle, gesellschaftliche und politische Verweise zur Realität der US-amerikanischen Ausgangskultur – ebenso wie Verweise auf andere Filme und Fernsehsendungen. Der Unterhaltungswert und Spaßfaktor beim Schauen der Serie liegt, neben vielen anderen Faktoren, also in seiner Nähe zur realen Welt, zu der Lebenswelt der Zuschauer (vgl. Diederichsen 2001, S. 16).

### **Marge sagt „Tschuldigung!“ und Homer bestellt „Karamell-Knaller-Klötze“**

Da die Serie nicht nur in den USA, sondern eben auch in Deutschland erfolgreich läuft, wird Folgendes klar: Die Synchronisation sichert nicht nur die sprachliche Barrierefreiheit, sondern sie vermittelt zwangsweise auch auf kultureller Ebene zwischen den Interaktionspartnern (Text und Zuschauer), die aus zwei unterschiedlichen kulturellen Zusammenhängen stammen. Diese Vermittlung findet statt, indem die Synchronisation in die Bedeutungsstrukturen des Textes eingreift. Die verbale Ebene wird dabei verändert, während die Bildebene originär bleibt. So entsteht innerhalb des Medientextes eine Koexistenz unterschiedlicher kultureller Marker.



4 Die Diegese bezeichnet „alles, was sich laut der vom Film präsentierten Fiktion ereignet und was sie implizierte, wenn man sie als wahr ansähe“ (Souriau 1951, S. 240).

Über die Untersuchung der Intertextualität – als besonders markantes kulturspezifisches Textwissen – war es in der Analyse möglich, die Interaktionsbarrieren im Originaltext nachzuvollziehen und so die Verantwortung, die sich daraus für die Synchronisation ergibt, abzuleiten. Am Beispiel zweier besonders verweisreicher Folgen von *Die Simpsons* (Folge 399: *24 Minutes/24 Minuten* und Folge 400 *You Kent Always Say What You Want/Das böse Wort*) konnten die intertextuellen Momente der Originalfassung mit den entsprechenden Stellen der Synchronfassung verglichen werden. Die Verweise wurden in visuelle (Schriftsprache und Bilder), akustische (Stimme, Intonation, Musik) und verbale Verweise (Dialoge und Sprecheranteile) unterschieden. Es gibt sechs verschiedene Übertragungsstrategien (vgl. Pisek 1994, S. 133 ff.), die auf jeder ästhetischen Verweisebene angewandt werden können.

Die Untersuchung der beiden *Simpsons*-Folgen hat folgende Ergebnisse gebracht: Es ist auffällig, dass die Strategien im Umgang mit verbalen Verweisen in beiden Synchronfassungen ähnlich gewichtet sind: In beiden Fällen dominiert die Strategie der Übernahme. Diese betrifft in beiden Folgen zum einen Anreden wie „Sir“, „Ma’am“, „Mr.“, „Miss“, „Gentlemen“, „Officer“, „Dad“, „Mom“, „Daddy“ und „Mommy“, zum anderen Währungseinheiten, Zeitangaben und feste Begriffe wie „Dollar“, „A.M./P.M.“ oder „News“. Außerdem werden englische Worte übernommen, die vor allem im deutschen Wortschatz der jüngeren Generation präsent sind, wie „Timer“, „Job“ oder „Loser“. Mit dieser Strategie geht meist auch die akustische Verweisebene einher, da die übernommenen Worte entsprechend englisch intoniert werden. Dies geschieht z. B. auch bei „A.M./P.M.“, obwohl es möglich wäre, die Begriffe deutsch auszusprechen. Gleiches gilt für einige der Vornamen wie „Martin“, „Lisa“, „Willie“ oder „Sarah“. Durch die Aussprache wird somit zusätzlich zur eigentlichen Vokabel auf die Ausgangskultur verwiesen.

Die zweithäufigste Strategie ist die der Anpassung an das deutsche Symbolmilieu. Sie wird in beiden Folgen jeweils einmal auf eine Weise benutzt, dass ein Verweis auf die US-Kultur bzw. US-Konsumkultur verschwindet. Die Strategie ist oft dann eingesetzt worden, wenn der Zuschauer zwar auch den Originalmoment verstanden hätte, jedoch durch die Anpassung

die Möglichkeit besteht, deutsche Umgangssprache, aktuelle und anglierte Sprache der Gegenwart oder vertraute Elemente zu repräsentieren. Wo im Original das Kinderlied *Skip to my Lou* gesungen wird, ist im Deutschen *Hoppe, hoppe Reiter* zu hören. Durch diese Strategiewahl wird ein Kinderlied in der Folge zu *meinem* Kinderlied. Genauso sagt Marge nicht: „Sorry“, als sie auf der Straße Passanten anrempelt – sie ruft: „Tschuldigung!“

Die am dritthäufigsten verwendete Strategie ist die der verallgemeinernden Erklärung. Sie ist besonders beliebt beim Umgang mit Referenzen auf Markennamen, Konsumgütern oder Medientexten, die in Deutschland unbekannt sind. Im Original sagt Homer, als er die Toppings für sein Diäteis bestellt: „Snickles, gooey bears, Charlottesville Chew, Nice ‘N’ Many, Kat-Kit, Hershel Smooches, Mrs. Bad Bar, and MilkDudes.“ Jedes der Toppings ist eine Anspielung auf in den USA bekannte Produkte. In der deutschen Synchronfassung heißt es: „Karamell-Knaller-Klötze, Lakritz-Flitz, Schokobrocken, Süße Sünde und ein Pfund Sahne.“ Um den Inhalt der Handlung zu vermitteln, ist diese Strategie ausreichend, auch wenn sie dazu führt, dass ein intertextueller Verweis (auf die Konsumkultur oder Markennamen) getilgt wird. Sie ermöglicht die Übertragung der Diegese in eine andere Kultur, jedoch nicht die Übertragung der außerdiegetischen Verweisstrukturen.<sup>4</sup>

Die Strategie der Übernahme bestimmt die Synchronisation, dennoch ist zu bemerken, dass durch die Übernahme nicht die Fremdartigkeit des Textes erhalten bleibt, sondern gerade die Elemente des Fremden betont werden, die der deutsche Rezipient als solches verstehen kann. Der ausgangskulturelle Hintergrund bleibt im Text verankert, allerdings nur insofern, als dass der Wissens- und Erfahrungshorizont des Zuschauers mit dieser Markierung im Text korrespondiert. Die Strategie der Anpassung an das deutsche Symbolmilieu wird hinzugezogen, was für den Rezipienten eine Verankerung seiner Lebenswelt durch ästhetische Elemente bedeutet. Die Einbeziehung lebensweltlicher Erfahrungen des Zuschauers kann sich auf seine Umgangssprache, Alltags- oder Kindheitserfahrungen beziehen oder auf sein rein sprachliches Verständnis von verbalen Äußerungen.

Visuelle Verweise müssen zwangsweise übernommen werden. Über die Synchronisation können sie jedoch eingebunden und verständlich gemacht werden. Ein Beispiel: Die Folge *24 Minutes/24 Minuten* lehnt sich in ihrer gesamten Ästhetik und Dramaturgie an die US-amerikanische Fernsehserie *24* an. In der Verweisserie steht das Akronym CTU für Counter Terrorist Unit. In der US-*Simpsons*-Folge wird daraus Counter Truancy Unit (deutsch: Einheit gegen das Schulschwänzen) und in der deutschen Synchronfassung: Chaoten-Treibjagd-Unit. Aufgrund der visuellen Vorgabe und dem Wunsch, eine deutschsprachige Lösung zu finden, hat sich das Ziel der CTU zwar verändert, führt aber dazu, dass der deutsche Zuschauer ein verständliches Sinnangebot bekommt.

### Die Simpsons als interkulturelles Fernseh-erlebnis

Das Ziel eines jeden Produzenten, Verleihers oder Senders ist es, ein möglichst großes Publikum anzusprechen und dieses vom Um- oder Abschalten abzuhalten. Die Aufgabe des Synchrontextes liegt vor diesem Hintergrund darin, die Interaktion zwischen Text und Zuschauer zu ermöglichen und zu fördern. Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass ein erhöhtes Verständnis des Textes, inklusive intertextueller Verweise, zu einem erhöhten Vergnügen des Zuschauers an der Interaktion mit dem Text führt. Der gezielte Einsatz der verschiedenen Übertragungsstrategien ermöglicht es somit, dass Elemente der eigenen vertrauten Lebenswelt (sogenannte „Zielkultur“) mit Elementen aus einer weniger vertrauten/fremden Kultur („Ausgangskultur“) gemeinsam in einem Text eingebunden und über die Synchronisation für den Zuschauer erlebbar gemacht werden.

Bei der Wirkung der verschiedenen Übertragungsstrategien auf die Rezipienten können drei Schwerpunkte ausgemacht werden, die jeweils Vor- und Nachteile für die Verständlichkeit des Textinhalts haben:

1) Es gibt Strategien, die – über die fiktionale Welt der Erzählung hinaus – auf die reale Ausgangskultur verweisen. Das Ziel dieser Strategien liegt darin, die Differenz zum deutschen Publikum zu unterstreichen und die Fremdheit erlebbar zu machen. Darin liegt jedoch auch das Risiko, mögliche Interaktionshürden zu schaffen.

2) Andere Strategien wiederum verweisen auf die Zielkultur. Das Risiko kann hier darin liegen, einen befremdlichen und paradoxen Eindruck auf den Zuschauer zu machen. Der positive Effekt kann für den Zuschauer darin liegen, Elemente seiner eigenen Lebenswelt wiederzuerkennen und dadurch leichter in Interaktion mit dem Text treten zu können.

3) Bei der dritten Variante werden sämtliche kulturspezifischen Momente getilgt und wird der Inhalt auf die Handlung der Diegese reduziert. Ein negativer Effekt auf den Text und die Rezeption kann der Verlust von einem realistischen und alltagsnahen Interaktionserlebnis sein sowie eine damit zusammenhängende Abflachung der Handlungstiefe. Positiver Effekt dieses Schwerpunkts ist, dass keine eventuell befremdlichen Zusammenhänge zwischen Ausgangs- und Zielkultur entstehen oder nicht im Original befindliche Konnotationen den Text verändern.

Somit liegt die Verantwortung der Synchronisation darin, über den Einsatz verschiedener Strategien die Wahrnehmung des Zuschauers zwischen Ausgangs-, Zielkultur und Diegese vorzustrukturieren. Währenddessen muss sich der Zuschauer von Synchronfassungen in der Rezeption und Aneignung nicht nur zum Text selbst, sondern auch zu den repräsentierten Kulturen positionieren.

Die Synchronisation der untersuchten *Simpsons*-Folgen geht bewusst mit dem unterschiedlichen kulturellen Kontext der Rezipienten um, sie bindet die Zuschauer auf vielfältige Weise an den Text und fordert deren kulturelle Positionierung ein. Dies lässt die Vermutung zu, dass ein Synchrontext, der den Kommunikationsmaximen Verständlichkeit, Authentizität, Innovation und Repräsentation von Identität gerecht wird, das kulturelle Bewusstsein der Rezipienten zu schärfen vermag. Vor dem Hintergrund, dass Kinderfilme in Deutschland zu 100 % synchronisiert werden, ist dieser Ansatz besonders für pädagogische Fragestellungen interessant.



### Literatur:

#### Diederichsen, D.:

*Die Simpsons der Gesellschaft.* In: M. Gruteser/ T. Klein/A. Rauscher (Hrsg.): *Die Simpsons. Subversion zur Prime-Time.* Marburg 2001, S. 16–23

#### Fiske, J.:

*Understanding popular culture.* London 1989

#### Fiske, J.:

*Populäre Texte, Sprache und Alltagskultur.* In: A. Hepp/R. Winter (Hrsg.): *Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse.* Opladen 1997, S. 65–85

#### MEDIA CONSULTING GROUP/Peacefulfish:

*Study on dubbing and subtitling needs and practices in the european audiovisual industry. Executive Summary 2007.* Abrufbar unter: [http://ec.europa.eu/information\\_society/media/overview/evaluation/studies/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/information_society/media/overview/evaluation/studies/index_en.htm) [Zugriff: 21.02.2010]

#### Mikos, L.:

*Fern-Sehen. Bausteine zu einer Rezeptionsästhetik des Fernsehens.* Berlin 2001

#### Pisek, G.:

*Die große Illusion: Probleme und Möglichkeiten der Filmsynchronisation. Dargestellt an Woody Allens „Annie Hall“, „Manhattan“ und „Hannah and her Sisters“.* Trier 1994

#### Souriau, E.:

*Die Struktur des filmischen Universums und das Vokabular der Filmologie.* In: *montage/av*, 6/1951/2, S. 140–157

#### Winter, R.:

*Cultural Studies als kritische Medienanalyse: Vom Encoding-Decoding-Modell zur Diskursanalyse.* In: A. Hepp/R. Winter (Hrsg.): *Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse.* Opladen 1997, S. 47–63

Katharina Bergfeld schloss 2009 ihr Studium der Audiovisuellen Medienwissenschaft an der Hochschule für Film und Fernsehen (HFF) »Konrad Wolf« in Potsdam-Babelsberg ab. Derzeit arbeitet sie in einer Berliner Filmproduktionsfirma.

