

Hörfilme und Interkulturalität

CHRISTIANE LIMBACH
Universidad Pablo de Olavide
Universidad de Sevilla

In Zeiten der Globalisierung gewinnt auch der Begriff der Interkulturalität mehr und mehr an Bedeutung und heutzutage stehen viele verschiedene Kulturen in engem Kontakt miteinander. Dabei sollte eine Kulturgemeinschaft allerdings nicht als eine in sich abgegrenzte homogene Gemeinschaft verstanden werden sondern vielmehr als offenes Regelsystem, das in ständigem Austausch mit anderen Kulturgemeinschaften steht. Dadurch bedingen sich Kulturgemeinschaften gegenseitig und verändern sich stets (Hausstein 2000: 231). Gerade in modernen Kulturgemeinschaften besteht ein reger kultureller Austausch, der durch die technischen Möglichkeiten enorm verstärkt wird und multikulturelle Gemeinschaften entstehen lässt.

In diesem Rahmen sind auch audiovisuelle Produkte wie Filme einzuordnen, die in einer (oder mehreren) kulturellen Gemeinschaft(en) entstehen und auch in anderen Kulturgemeinschaften verbreitet werden. Damit die Filme einer bestimmten Ausgangskultur jedoch in der Zielkultur verstanden werden können, werden diese, je nach Zielland, entweder untertitelt oder synchronisiert. Auch Hörfilme, die mit einer Bildbeschreibung oder auch Audiodeskription für Blinde und Sehbehinderte Zuschauer vertont werden, sind in vielen verschiedenen Kulturen verbreitet. Wie allerdings verändert sich die Bildbeschreibung von Hörfilmen in anderen Sprachen? Im Folgenden soll behandelt werden, wie und ob sich die Beschreibungen von kulturellen Elementen in den Hörfilmversionen in unterschiedlichen Sprachen unterscheiden.

Hörfilme

In den letzten Jahrzehnten haben Hörfilme für Blinde und Sehbehinderte deutlich an Bedeutung gewonnen. Dies ist nicht zuletzt auf Gesetzgebungen wie die UN-Behindertenrechtskonvention oder Konzepte wie *Soziale Inklusion* oder *Design für Alle*¹ (<http://www.behindertenrechtskonvention.info/begriffsbestimmungen-3760>) zurückzuführen. In Europa ist jedes Land selbst für die Einhaltung der Gesetzgebung und die Bereitstellung von Hörfilmen für Blinde und Sehbehinderte verantwortlich. So sind es in Deutschland die öffentlich-rechtlichen Fernsehsender wie zum Beispiel der Bayerische Rundfunk (BR) oder der Westdeutsche Rundfunk (WDR), die Hörfilme produzieren und ausstrahlen. Hörfilme können in Deutschland ebenfalls als DVD im Handel erworben werden.

Für die Anfertigung der Bildbeschreibung (Audiodeskription) von Filmen gibt es in Deutschland die Hinweise *Wenn aus Bildern Worte werden*, die von Elmar Dosch und Bernd Benecke (2004) erarbeitet wurden. Im Gegensatz zu Deutschland gibt es in anderen europäischen Ländern, wie zum Beispiel England oder Spanien, sogar offizielle Richtlinien für die Erstellung von Bildbeschreibungen für Filme. In England handelt es sich um die Richtlinien ITC *Guidance On Standards for Audio Description* der Ofcom (2000) und in Spanien um die seit dem Jahr 2005 existierende Richtlinie *Norma UNE 153020* (AENOR) mit dem Titel *Audiodescripción para personas con discapacidad visual. Requisitos para la audiodescripción y elaboración de audioguías*.

Wie in der Einleitung bereits erwähnt, beschränkt sich die Produktion von Hörfilmen allerdings nicht nur auf Filme, die im eigenen Land entstanden sind, sondern im Gegenteil, vor allem werden besonders bekannte und erfolgreiche Filme bildbeschrieben, die durchaus aus anderen Kulturen kommen.

In den letzten Jahrzehnten haben Hörfilme für Blinde und Sehbehinderte deutlich an Bedeutung gewonnen.

Die Audiodeskription als eine Form der audiovisuellen Übersetzung

Die Audiodeskription von Filmen kann als eine Art der audiovisuellen Übersetzung eingeordnet werden (Álvarez de Morales Mercado im Druck, Jiménez 2007, Limbach 2012a, b). Es handelt sich um eine intersemiotische Übersetzung (Jakobson 1959, Jimenez Hurtado 2007b), bei der sozusagen Bilder in Worte übersetzt werden. So ist es also durchaus sinnvoll neben den oben genannten Vorschlägen und Richtlinien auch Übersetzungstheorien für die Erstellung von Audiodeskriptionstexten nicht außer Acht

Abstract

Hörfilme werden als audiovisuelle Produkte in vielen Kulturgemeinschaften produziert. Wie allerdings verändern sich die Beschreibungen von kulturellen Elementen eines Films in den unterschiedlichen Hörfilmversionen, also in den unterschiedlichen Sprachen? Diese Fragestellung soll in diesem Artikel anhand von Praxisbeispielen untersucht werden. Mit einbezogen werden hierbei übersetzungswissenschaftliche Theorien, die bei der Beschreibung der Bilder eines Films als theoretische Grundlage herangezogen werden können.

Schlafworte: audiovisuelles Übersetzen, kommunikative Äquivalenz, Kultur, Hörfilme.

Resumen

Las películas audiodescritas son productos audiovisuales que se crean en muchas culturas. ¿Cómo se modifican las descripciones de los elementos culturales de una película audiodescrita en sus diferentes versiones, es decir, en las distintas lenguas? En este artículo se examina esta cuestión mediante una serie de ejemplos prácticos, aun sin perder de vista las teorías traductológicas que suponen la base de la descripción de las imágenes de una película.

Palabras clave: traducción audiovisual, equivalencia comunicativa, cultura, película audiodescrita.

zu lassen, vor allem bei Unklarheiten oder fehlenden Informationen der existierenden Richtlinien oder Hinweise.

Unserer Meinung nach bietet hier vor allem die Übersetzungstheorie der Leipziger Schule ein geeignetes Fundament (Jiménez Hurtado 2007c, Limbach 2012a, b), da es ja in der Audiodeskription um eine grundlegende übersetzungswissenschaftliche Fragestellung geht: Wie kann ein Ausgangstext (in unserem Falle der Originalfilm) so übersetzt werden, dass er von dem Rezipienten des Zieltextes (dem sehbehinderten Zuschauer) möglichst gleich verstanden werden kann, bzw. den gleichen kommunikativen Effekt auslöst wie der Originalfilm beim nicht sehbehinderten Publikum? Um es in den Termini der Leipziger Schule auszudrücken, geht es also darum dem Zielrezipienten (sehbehinderten Zuschauer) den kommunikativen Wert der Bilder und die kommunikative Funktion des Films so zu vermitteln, dass in ihm der kommunikative Effekt im Sinne des Autors des Originaltextes (in unserem Falle der Regisseur des Films) ausgelöst wird und der sehbehinderte Zuschauer den Film so verstehen kann wie ein nicht sehbehinderter Zuschauer. Ein Schaubild soll diese Idee verdeutlichen.

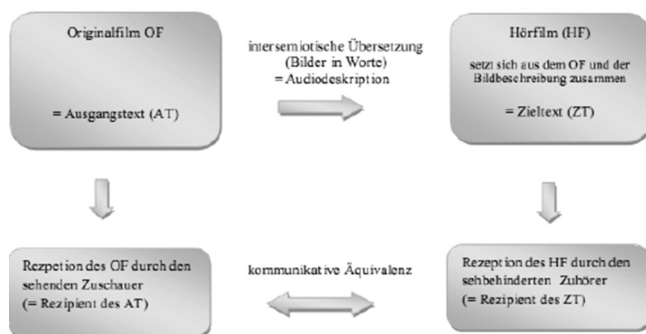


Abbildung 1: Kommunikative Äquivalenz zwischen Originalfilm und Hörfilm (Limbach 2012a, b, aus dem Spanischen übersetzt)

Der Bildbeschreiber oder Audiodeskriptor muss also den kommunikativen Wert und die kommunikative Funktion des Films dekodieren, um dem sehbehinderten Zuhörer den kommunikativen Effekt des Films im Sinne des Regisseurs zu übermitteln und handelt hierbei wie ein Übersetzer. Der Übersetzer oder Bildbeschreiber muss sich den Vorkenntnissen und Wissen des Rezipienten des Zieltextes bewusst sein. Zu den Vorkenntnissen und Wissen der Rezipienten gehört auch das Kul-

turwissen, ein interiorisiertes sozialisiertes Wissen, dass sich in den Realien, der kulturellen Lebensauffassung, Symbolen, Sitten, Bräuchen, etc. widerspiegelt (Jung 2007; Fleischmann 2004; Jimenez Hurtado 2001).

Da ein Film als audiovisueller Text innerhalb einer bestimmten Kultur entsteht und in diesem Text auch kulturelle Elemente, sei es der eigenen oder fremder Kulturen enthalten sein können, muss der Bildbeschreiber bei der Beschreibung der kulturellen Elemente besonders aufmerksam sein und die Vorkenntnisse und das Wissen der Zielrezipienten berücksichtigen. Sollte ein Film also nicht in der Originalsprache bildbeschrieben werden, sondern wird eine synchronisierte Version des Films in einer anderen Sprache und somit für ein anderes sehbehindertes Publikum bildbeschrieben, kommt zu den Schwierigkeiten, die bei der Audiodeskription ohnehin schon vorhanden sind (z.B. zeitliche Einschränkungen für das Einsprechen der Bildbeschreibung) noch eine kulturelle Komponente hinzu. In diesem Fall gehören der Filmregisseur als Autor des Ausgangstextes (AT), also des Originalfilms, und der sehbehinderte Zuschauer als Rezipient des Zieltextes (ZT), also des Hörfilms, unterschiedlichen Kulturen an. Dieser Tatsache muss sich der Bildbeschreiber bei der Erstellung der Audiodeskription durchaus bewusst sein, und eventuelle gewisse Übersetzungsstrategien anwenden, um die im Film vorhandenen kulturellen Elemente dem Zielpublikum zu übermitteln.

Kulturelle Elemente und Übersetzungsstrategien

Für unsere Zwecke stützten wir uns, wie auch Álvarez de Morales Mercado (im Druck), auf Katans Definition von Kultur (2009: 70). Er definiert Kultur als „a shared model of world, a hierarchical system of congruent and interrelated beliefs, values and strategies which guide action and interaction, depending on cognitive context“.

Kulturelle Elemente werden von vielen Übersetzungstheorien unterschiedlich benannt und definiert. So spricht Nord von Kulturemen, die Leipziger Schule von Realien, der Komparativismus von metalinguistischen Divergenzen usw. (Mayoral 1999). Diese Elemente können in verschiedene Kategorien eingeteilt werden. Wir stützten uns bei unserer Untersuchung auf die von Álvarez de Morales Mercado (im Druck) verwendete Kategorisierung von kulturellen Referenten nach Newmark (1996: 95):

1. Ecology (animals, plants, ...)
2. Material Culture (Food, Cloths, ...)
3. Social Culture (work and leisure)
4. Organisations, Customs, activities, proceures, concepts
5. Gestures and habits

Auf Grund der Besonderheiten der Bildbeschreibung für sehbehinderte und Blinde muss der Beschreiber besonders die kulturellen Elemente in Filmen in Betracht ziehen, die visuell vermittelt werden, da er diese im ZT für den Zielrezipienten beschreiben muss. Für die Übersetzung kultureller Elemente werden in der Übersetzungswissenschaft zwei gegensätzliche und grundsätzliche Strategien oder Methoden verwendet. Diese werden von Venutti (1998: 240 ff.) als „domestication“ und als „foreignization bezeichnet. Im Deutschen könnte man von Domestizierung und Verfremdung sprechen. Bei der ersten Strategie passt der Übersetzer kulturelle Elemente an die Zielkultur, also die Kultur des Zielrezipienten an. Bei der zweiten Strategie werden die Eigenheiten der Ausgangskultur auch im Zieltext beibehalten und es kommt bei dem Zielrezipient zu einem Verfremdungseffekt.

Um eine übersetzerische Entscheidung zu treffen, wie kulturelle Elemente in einem Text übersetzt werden können, muss der Übersetzer über folgendes Wissen verfügen (vgl. Kupsch-Kisereit 2007):

- Vorwissen des Translators (sprachliche, außersprachliche, kommunikativ-prozedurale Wissensbestände, Denk- und Vertextungsmuster der Arbeitskulturen),
- Absichten und Zielsetzung des Translators (Übersetzungs-, Textfunktion, etc.);
- prognostische Annahmen über die Verstehensvoraussetzungen und die Erwartungen des ZT-Rezipienten;
- Wissen über Selbst- und Fremdbilder der Arbeitskulturen (vgl. dazu Witte 2000: 54);
- Wissen über mögliche Projektionen eigenkultureller Überzeugungen, Wertvorstellungen, Stereotype, Verhaltensstrukturen;
- Berücksichtigung einer aktuellen Wirkung von kulturspezifischen Kommunikationsmustern und der Reaktion der ZT-Leser.

Newmark (1988) beschreibt in seinem Werk „A textbook of translation“ detailliert unterschiedliche Übersetzungsstrategien und unterscheidet zwischen *Transference*, *Naturalisation*, *Cultural equivalent*, *functional equivalent*, *descriptive equivalent*, *synonymy*, *through-translation*, *shifts or transpositions*, *translation label*, *compensation*, *componential analysis*, *reduction and expansion*, *paraphrase* und *other procedures*.

Ausgehend von diesen verschiedenen Vorgehensweisen bei der Übersetzung von kulturellen Elementen wollen wir im Folgenden drei Beispiele für die Beschreibung von kulturellen Elementen der englischen und der deutschen Hörfilmfassung des Films *Slumdog Millionaire* untersuchen sowie zwei Beispiele aus dem deutschen Film *Good bye, Lenin*. Bei der Auswahl der Beispiele haben wir uns vor allem auf Realien konzentriert, da diese von dem nicht sehbehinderten Publi-

kum visuell erfasst werden und für das sehbehinderte Publikum mittels der Bildbeschreibung sprachlich übertragen werden müssen.

Besonders hervorgehoben werden muss jedoch, dass es sich nicht um die Übersetzung einer Bildbeschreibung von einer Sprache in die andere handelt. Diese Praxis wird so gut wie nicht betrieben. Vielmehr werden die Bildbeschreibungen eines selben Films in verschiedenen Ländern in den jeweiligen Landessprachen neu und unabhängig voneinander erstellt.

Untersuchung von Praxisbeispielen

Der Film *Slumdog Millionaire* (2008) wurde im Vereinigten Königreich produziert, spielt aber in Indien. Insofern sind in diesem Film viele Elemente der indischen Kultur enthalten. Im Folgenden sollen nun drei Beispiele für die Beschreibung dieser Elemente der indischen Kultur in der offiziellen englischen und unabhängig davon entstandenen deutschen Hörfilmversion (er-

Auf Grund der Besonderheiten der Bildbeschreibung für sehbehinderte und Blinde muss der Beschreiber besonders die kulturellen Elemente in Filmen in Betracht ziehen, die visuell vermittelt werden.

stellt durch die gemeinnützige Deutsche Hörfilm GmbH) untersucht werden. Die englische Bildbeschreibung richtet sich an sehbehinderte Zuschauer, die derselben Kultur wie der Sender des AT, also dem Filmregisseur, angehören. Da das Vereinigte Königreich auf Grund seiner Geschichte eng mit der indischen Kultur verbunden ist, können viele Elemente der indischen Kultur als bekannt vorausgesetzt werden.

Anders ist dies bei der deutschen Bildbeschreibung. Diese richtet sich an deutsche sehbehinderte Zuhörer, die mit den Elementen der indischen Kultur gemeinhin weniger vertraut sind.

Beispiel 1

englische Bildbeschreibung	deutsche Bildbeschreibung
Jamal pulls his pants up. "Amitabh Bachchan!" Old clips of Amitabh's seventieth action films.	Jamal springt auf. Ausschnitte aus Actionfilmen mit einem durchtrainierten Mann Mitte dreißig. Amitabh. Er hält eine Armbrust mit sechs Pfeilen und schlägt mit dem Bein einer Schaufensterpuppe um sich.



Abbildung 2: Fotogramm „Amitabh Bachchan“

In dieser Szene sind Ausschnitte aus Actionfilmen des indischen Schauspielers Amitabh Bachchan zu sehen. Diese kulturellen Elemente könnte man also der weiter oben aufgeführten Subkategorie „Concepts“ nach Newmark zuordnen. Bachchan und seine Actionfilme sind dem britischen Publikum durchaus als bekannt vorauszusetzen. In der englischen Bildbeschreibung wird deshalb der bekannte Schauspieler also durch die Nennung seines Namens identifiziert sowie auf seine Actionfilme aus den siebziger Jahren verwiesen. Das deutsche sehbehinderte Publikum hat diese Vorkenntnisse nicht. Daher wird der Schauspieler in der deutschen Bildbeschreibung zunächst beschrieben, bevor sein Name genannt wird, ebenso wie auch die Ausschnitte aus seinen Filmen, deren Kenntnis man bei einem deutschen sehbehinderten Publikum ebenfalls nicht voraussetzen kann. Der deutsche Bildbeschreiber hat also das Vorwissen eines prototypischen sehbehinderten deutschen Zuschauers berücksichtigt und im Vergleich mit der englischen *Boldbeschreibung* Informationen hinzugefügt, sodass bei dem deutschen sehbehinderten Zuschauer ein vergleichbarer kommunikativer Effekt ausgelöst wird wie im englischen (sehbehinderten) Zuschauer. Die angewandte Übersetzungsstrategie ist hier also die *expansion*, also eine erweiternde Erklärung.

Beispiel 2

englische Bildbeschreibung	deutsche Bildbeschreibung
Jamal and Salim flee down an alley and come face to face with a young boy dressed as the Hindu God Rama . He is covered in blue paint with his hair bound up on his head. They both run.	An einer schmalen Gasse halten sie erschrocken an. Dort steht ein kleiner Junge. Er trägt Kleidung und Insignien einer Gottheit. Seine Haut ist blau bemalt. Sie rennen weiter.



Abbildung 3: Fotogramm „Hindu Gottheit Rama“

In dieser Szene begegnen die Brüder Salim und Jamal einem kleinen Jungen, der wie der Hindugott Rama gekleidet und bemalt ist. Genau wie im ersten Beispiel ist auch dieses kulturelle Element in die Subkategorie „Concepts“ nach Newmark einzuordnen. In der englischen Bildbeschreibung wird diese Gottheit zuerst anhand ihres Namens identifiziert (Identifikation) und dann werden ergänzend die Kleidung und Bemalung beschrieben. Dies lässt darauf schließen, dass der Hindugott Rama dem britischen Publikum bekannt ist und nur sein Aussehen noch einmal in Erinnerung gerufen werden muss. In der deutschen Hörfilmfassung wird der Name Rama nicht genannt, da er beim deutschen sehbehinderten Publikum offenbar kein mentales Bild auslöst und diese indische Gottheit als für Deutsche unbekannt vorausgesetzt wird.

Stattdessen wird die Kleidung und Bemalung des kleinen Jungen mit einem Verweis darauf beschrieben, dass es sich um einen hinduistischen Gott handelt. Der Name wird allerdings zu keinem Zeitpunkt erwähnt. Als Übersetzungsstrategie wird hier die *domestication* (Domestizierung) angewandt und das kulturelle Element paraphrasiert. Darüber hinaus wird nicht der Name der Gottheit genannt (Omission). Ein Grund hierfür kann der Zeitmangel für das Einsprechen der Bildbeschreibung sein und die Tatsache, dass auf Grund dessen nur die relevantesten Informationen beschrieben werden. Der Aspekt der Gottheit ist von dem Bildbeschreiber hier als relevanter als sein Name eingestuft worden.

Beispiel 3

englische Bildbeschreibung	deutsche Bildbeschreibung
The dust clears revealing the majestic white marbled palace of the Taj Mahal in the distance. The boys walk through a set of grand gates staring agog at the magnificent architecture .	In der staubigen Luft zeichnet sich ein weißes palastartiges Gebäude ab. [...] Jamal und Salim betrachten staunend die Türme und Kuppeln des Taj Mahal.



Abbildung 4: Fotogramm „Taj Mahal“

In dieser Szene sehen die beiden Brüder Salim und Jamal zum ersten Mal in ihrem Leben das Taj Mahal. In der englischen Bildbeschreibung wird dieses Gebäude sofort identifiziert (Identifikation) und mit dem Zusatz „majestic white marbled palace“ beschrieben. In der deutschen Hörfilmfassung wird zunächst nur von einem weißen palastartigem Gebäude gesprochen; erst im zweiten Teil der Beschreibung werden die Türme und Kuppeln des Taj Mahal genannt. Das Taj Mahal kann

durchaus sowohl in der englischen als auch in der deutschen Kultur als bekannt vorausgesetzt werden. Jedoch werden in beiden Versionen die Farbe Weiß und die wundervolle Architektur (Türme und Kuppeln) erwähnt, um das Gebäude weiter zu beschreiben. Auffallend ist, dass die englische Bildbeschreibung das Gebäude zu Beginn anhand seines Namens identifiziert und in der deutschen Bildbeschreibung das Gebäude zuerst beschrieben wird und dann anhand seines Namens identifiziert wird. Es wird also in der deutschen Version die Übersetzungsstrategie der *expansion*, also eine erweiternde Erklärung, angewandt, während die Bezeichnung des kulturellen Elements ebenfalls genannt wird. Es handelt sich hierbei sozusagen um eine doppelte Übersetzung.

Im Folgenden sollen zwei Beispiele des deutschen Films *Good bye, Lenin* (2003) behandelt werden. Die Bildbeschreibung des Films wurde von der Deutschen Hörfilm GmbH erstellt. Somit handelt es sich bei der deutschen Hörfilmversion also um eine intersemiotische Übersetzung, bei der der Autor des audiovisuellen Textes (=Filmregisseur) und der Zielrezipient des Hörfilms (=sehbehinderter Zuschauer) derselben Kultur angehören, in diesem Fall der deutschen. Diese Bildbeschreibung soll mit der spanischen Bildbeschreibung, die durch die *Organización Nacional de Ciegos de España* (ONCE) erstellt wurde, verglichen werden. Hierbei muss allerdings berücksichtigt werden, dass das spanische sehbehinderte Publikum nicht über dasselbe (kulturelle) Vorwissen verfügt, wie das deutsche sehbehinderte Publikum.

Beispiel 4

englische Bildbeschreibung	spanische Bildbeschreibung
Der Alexanderplatz mit dem Haus des Lehrers. [...]	Gente paseando por una plaza redonda con una fuente en medio y rodeada de edificios modestos . [...]
Die Weltzeituhr mit einem Modell des Sonnensystems.	Reloj internacional del Alexanderplatz.



Abbildung 5: Fotogramm «Alexanderplatz».

In dieser Szene zu Beginn des Films sind Bilder Ostberlins zu sehen, wie der Alexanderplatz und die Weltzeituhr. In der deutschen Bildbeschreibung werden diese beiden Konzepte sofort anhand ihrer Bezeichnung identifiziert (Identifikation) und im Fall



Abbildung 6: Fotogramm «Weltzeituhr»

der Weltzeituhr wird noch einmal explizit auf das Modell des Sonnensystems verwiesen. Beide Sehenswürdigkeiten Berlins, der Hauptstadt Deutschlands, werden bei dem deutschen Publikum als bekannt vorausgesetzt. In der spanischen Bildbeschreibung fällt auf, dass der Alexanderplatz zwar beschrieben wird, allerdings nicht durch seine Bezeichnung identifiziert wird (Omission). Als Übersetzungsstrategie wird hier die *domestication* (Domestizierung) angewandt und das kulturelle Element paraphrasiert. Es ist durchaus nachvollziehbar, dass dieses Wissen bei dem spanischen Zielrezipienten nicht vorausgesetzt wird.

Auffällig ist jedoch, dass bei der nächsten Beschreibung die Weltzeituhr Berlins durchaus in der spanischen Bildbeschreibung identifiziert wird und im Gegensatz zur deutschen Version auch nicht weiter beschrieben wird. Dieses Wissen wird also beim spanischen sehbehinderten Zuschauer vorausgesetzt. Hinzu kommt, dass darauf verwiesen wird, dass dieses Monument auf dem Alexanderplatz steht, der zuvor jedoch nicht identifiziert wurde. Es ist fraglich, ob der spanische Sehbehinderte Zuschauer den zuvor beschriebenen Platz als den Alexanderplatz erkennt. Als Übersetzungsstrategie wurde die für die Weltzeituhr die spanische Bezeichnung „Reloj internacional“ verwendet (*Transference*) und der Eigenname des Alexanderplatz beibehalten.

Beispiel 5

englische Bildbeschreibung	spanische Bildbeschreibung
Rainers blauer Trabant fährt eine Allee entlang.	La familia al completo viajan en el Trabis .

In dieser Szene macht die Familie einen Ausflug zu ihrer Sommerhütte auf dem Land. Sie fährt mit dem Trabant von Rainer, der in der deutschen Bildbeschreibung als solcher identifiziert wird. Auffällig ist, dass in der spanischen Bildbeschreibung dieser Wagen als *Trabi* bezeichnet wird, eine Bezeichnung aus dem deutschen Volksmund. Dieser Exotismus wird in der spanischen Version auch nicht weiter erklärt. Als Übersetzungsstrategie wurde die Verfremdung durch Beibehaltung des Exotismus gewählt, es ist allerdings fraglich, ob in dem spanischen Zielpublikum mit dieser Übersetzungsstrategie das entsprechende mentale Bild hervorgerufen wird.



Abbildung 6: Fotogramm «Trabant».

Schlussfolgerungen

Schlussfolgernd lässt sich feststellen, dass die Beschreibung kultureller Elemente im Audiodeskriptionstext von Hörfilmen durchaus je nach Sprache und Land variiert, obwohl es sich um denselben Ausgangstext handelt. Dies lässt sich dadurch erklären,

dass bei der Bildbeschreibung die Vorkenntnisse und das Wissen der jeweiligen Zielrezipienten berücksichtigt werden und dementsprechend unterschiedliche Übersetzungsstrategien angewandt werden. So werden bei der Beschreibung von kulturellen Elementen, die bei dem Zielpublikum als unbekannt vorausgesetzt werden, erklärende Beschreibungen genutzt (Domestizierung) während die Bezeichnung des kulturellen Elements entweder hinzugefügt oder nicht erwähnt wird. Ziel der jeweiligen Übersetzungsstrategie muss jedoch immer die Übertragung des kommunikativen Wertes und der kommunikativen Funktion sein, um bei dem Rezipienten des ZT den kommunikativen Effekt im Sinne des Autors des Ausgangstextes hervorzurufen.

Für zukünftige Forschungen wäre es interessant zu untersuchen, ob die gewählten Übersetzungsstrategien tatsächlich zu dem gewünschten kommunikativen Effekt führen oder nicht. Ebenfalls kann die Analyse von Unterschieden bei Bildbeschreibungen eines selben Films hilfreich dafür sein, die Bildbeschreibung des Originalfilms in andere Sprachen zu übersetzen. Bis heute werden die Bildbeschreibungen eines Films in verschiedenen Ländern und Sprachen nämlich unabhängig voneinander erstellt.

Bibliographie

- Aenor (2005), *Norma Une: 153020. Audiodeskription para personas con discapacidad visual. Requisitos para la audiodeskription y elaboracion de audioguías*, Madrid, Aenor.
- Álvarez De Morales Mercado, C. (2013), „Audiodeskription y cultura. Referentes culturales en *Las Horas*“, en Arjonilla, E. (ed.), *Translating Culture, Traduire la Culture, Traducir la Cultura*, Granada, Comares, 753-762.
- Dosch, E., y Benecke, B. (2004, 1ª ed 1997), *Wenn Aus Bildern Worte Werden – Durch Audio-Deskription Zum Hörfilm*, München, Bayerischer Rundfunk.
- Fleischmann, E. (2004), „Zum Begriff Der Translatorischen Kulturkompetenz Und Dem Problem Ihrer Vermittlung“, en Fleischmann, E., Schmitt, P. y G. Wotjak (eds.), *Translationskompetenz*, Tübingen, Stauffenburg, 323-342.
- Good bye, Lenin (2003), X-Filme Creative Pool, Westdeutscher Rundfunk (WDR), ARTE, deutsche und spanische Hörfilmfassung.
- Hausstein, A. (2000), „Interkulturalität“, en Schnell, R. (ed.), *Metzler Lexikon Kultur der Gegenwart*, Stuttgart–Weimar, 231–232.
- Independent Television Commission (2000), *ITC. Guidance On Standards For Audio Description*. [Online]: http://www.Ofcom.Org.Uk/Static/Archive/Ite/Ite_Publications/Codes_Guidance/Audio_Description/Index.As.p.html.
- Jakobson, R. (1959), *On linguistic Aspects of Translation. Selected Writings 2. Word and Language*, Paris, Mouton.
- Jiménez Hurtado, C. (2001), *Léxico y pragmática*, Frankfurt, Peter Lang.
- Jiménez, Hurtado, C. (2007a), „Una gramática local del guiñon audiodescrito. Desde la semántica a la pragmática de un nuevo tipo de traducción“, en Jiménez, Hurtado, C. (ed.), *Traducción y accesibilidad: Subtitulación para sordos y audiodeskription para ciegos: nuevas modalidades de traducción audiovisual*, Granada, Comares, 55-80.
- Jiménez, Hurtado, C. (2007b), „De imágenes a palabras: la audiodeskription como una nueva modalidad de traducción y de representación del conocimiento“, en Wotjak, G. (ed.), *Quo Vadis Translatologie? Ein halbes Jahrhundert universitäre Ausbildung von Dolmetschern und Übersetzern in Leipzig. Rückschau, Zwischenbilanz und Perspektiven aus der Außensicht*, Leipzig, Frank und Timme, 143-160.
- Jung, L. (2007), „Kommunikative Funktion und kommunikativer Wert als Grundpfeiler der Übersetzungswissenschaft“, en Wotjak, G. (ed.), *Quo Vadis Translatologie? Ein halbes Jahrhundert universitäre Ausbildung von Dolmetschern und Übersetzern in Leipzig. Rückschau, Zwischenbilanz und Perspektiven aus der Außensicht*, Leipzig, Frank und Timme, 161-174.
- Katan, D. (1999), *Translating Cultures: An Introduction for Translators, Interpreters and Mediators*, Manchester, St. Jerome.
- Kupsch-Losereit, S. (2007). „Ver-rückte Kulturen: Zur Vermittlung von kultureller Differenzen beim Übersetzen“, en *Quo Vadis Translatologie? Ein halbes Jahrhundert universitäre Ausbildung von Dolmetschern und Übersetzern in Leipzig. Rückschau, Zwischenbilanz und Perspektiven aus der Außensicht*, Leipzig, Frank und Timme, 205-220.
- Limbach, C. (2012a), „Die Neutralität in der Audiodeskription: Eine Annäherung aus übersetzungswissenschaftlicher Sicht“, en Álvarez De Morales Mercado, C., Limbach, C. y Luque, M. O. (eds.): *Accesibilidad en la nueva era de las comunicaciones. Profesionales y universidad: un diálogo imprescindible*, Granada, Ediciones Tragacanto, 27-46.
- Limbach, C. (2012b), *La neutralidad en la audiodeskription filmica desde un punto de vista traductológico*, Granada, Universidad De Granada.
- Mayoral, R. (1999), „La traducción de referentes culturales“, [Documento de Internet disponible en: http://www.Ugr.Es/~Rasensio/Docs/Referencias_Culturales.Pdf].
- Newmark, P. (1988), *A Textbook of Translation*, Hertfordshire, Prentice Hall International.
- Newmark, P. (1996), *Approaches to Translation*, Oxford, Pergamon Press.
- Slumdog Millionaire (2008), UK: Fox Searchlight Pictures, Warner Bros., Calendor Films, Film4, Pathé Pictures International, englische und deutsche Hörfilmfassung.
- Venuti, L. (1998), „Strategies of Translation“, en Baker, M. (ed.), *Encyclopedia of translation studies*, London, New York, Routledge, 240-244.
- Witte, H. (2000), *Die Kulturkompetenz des Translators. Begriffliche Grundlegung und Didaktisierung*, Tübingen, Stauffenburg.