

DISNEY-SONGS UND IHRE ÜBERSETZUNG INS DEUTSCHE

Ein Vergleich anhand von ausgewählten Disney-
Songtexten

Bachelorarbeit
Réka Gruborovics

Universität Jyväskylä
Institut für moderne und klassische Sprachen
Deutsche Sprache und Kultur
5.5.2015

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta – Faculty Humanistinen tiedekunta	Laitos – Department Kielten laitos
Tekijä – Author Réka Gruborovics	
Työn nimi – Title Disney-Songs und ihre Übersetzung ins Deutsche. Ein Vergleich anhand von ausgewählten Disney-Songtexten.	
Oppiaine – Subject Saksan kieli ja kulttuuri	Työn laji – Level Kandidaatintutkielma
Aika – Month and year Toukokuu 2015	Sivumäärä – Number of pages 55
Tiivistelmä – Abstract <p>Laulut ovat pitkään kuuluneet olennaisesti osaksi Disney-elokuvia ja niiden juonen kulkua. Ne on myös käännetty elokuvien yhteydessä useille eri kielille ympäri maailman, jotta mahdollisimman moni pääsisi nauttimaan Disney-viihteestä omalla kielellänsä. Tässä kandidaatintutkielmassa käsiteltiin Disney-laulujen laululyriikoiden kääntämistä lähtökielestä englannista saksaan. Tarkoituksena oli selvittää kahden Disneyn <i>Hercules</i>-elokuvasta valikoidun laulun sanoituksia vertailemalla kuinka erilaiset lyriset elementit, kielelliset vitsit ja erikoisuudet, kuten esimerkiksi puhekieli ja slangi, on ratkaistu saksankielisissä käännöksissä ja miten hyvin ne vastaavat alkuperäisiä tekstejä. Samalla tarkasteltiin käännöksien kulttuurisia vaikutteita ja erilaisten lyriisten ja kielellisten ominaisuuksien viihdyttävyyttä ja vetoavuutta kuulijaan suhteessa alkuperäisversioon. Tutkimusta varten kielelliset ja lyriset piirteet jaoteltiin viiteen kategoriaan: äänneet ja soinnillisuuteen liittyvät elementit, kuten esim. riimit, metaforiikka, idiomit ja puhekieli, viihdyttävät elementit kuten esim. kielelliset vitsit, sekä intertekstuaalisuus, joista kuhunkin kategoriaan etsittiin lauluteksteistä sopivia esimerkkejä vertailua varten.</p> <p>Tutkimuksesta selvisi, että laulujen käännöksissä on pyritty jopa säkeistön ja säkeen tasolla pitämään lyriset elementit alkuperäistä vastaavina. Myös sisällöllisesti käännöksissä on pyritty pysymään mahdollisimman lähellä alkuperäistä, kuitenkin kielellisten ja semanttisten piirteiden asettamin rajoittein. Vertailussa tuli ilmi myös erilaiset kulttuuriset painotukset; alkuperäiskielisissä teksteissä viitataan useissa kohdin mm. rahalliseen menestykseen ja uskonnollisuuteen, kun taas saksankielisissä käännöksissä nämä piirteet jäävät joko vähemmälle huomiolle tai kokonaan pois. Kaiken kaikkiaan käännökset ovat kuitenkin hyvin onnistuneita ja niissä näkyy pyrkimys luoda vastaavanlainen disneymäinen tunnelma ja vaikutus kuulijaan kuin alkuperäisissä lauluteksteissä.</p>	
Asiasanat – Keywords Disney, Hercules, laululyriikka, kääntäminen, käännösvertailu	
Säilytyspaikka – Depository	
Muita tietoja – Additional information	

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung.....	7
2	Disney als Prototyp der Unterhaltungsindustrie.....	8
2.1	Zur Geschichte der Unterhaltungsindustrie.....	8
2.2	Die Rolle der Songs in der Disney-Produktion.....	12
3	Poetizität in der Lyrik.....	14
3.1	Merkmale der Songtexte.....	16
3.2	Klangbeziehungen.....	17
3.3	Wiederholungsfiguren.....	20
3.4	Bildlichkeit.....	21
3.5	Unterhaltende bzw. populäre Elemente.....	22
3.6	Intertextualität und Allusion.....	23
4	Allgemeines zum Übersetzen.....	24
5	Material und Vorgehensweise.....	26
6	Lyrisch-ästhetischer Vergleich der Disney-Songtexte.....	29
6.1	Klangbeziehungen und Wiederholungsfiguren.....	29
6.2	Metaphorik.....	32
6.3	Idiome und Umgangssprache.....	34
6.4	Unterhaltende Elemente.....	38
6.5	Intertextualität.....	39
7	Fazit.....	41
	Literaturverzeichnis.....	42
	Anhang 1: <i>One Last Hope</i>	46
	Anhang 2: <i>Bleibt nur eine Hoffnung</i>	48
	Anhang 3: <i>Zero to Hero</i>	51
	Anhang 4: <i>In Sekunden auf Hundert</i>	53

1 Einleitung

Der Unterhaltungskonzern *Disney* ist mit seinen Produktionen von Filmen, Fernsehprogrammen, Musik, Vergnügungsparks, Musicals, Shows sowie zahlreichen Zusatzprodukten weltweit bekannt. Besonders beliebt sind die abendfüllenden Disney-Filme als Unterhaltung für die ganze Familie mit ihren unvergesslichen Songs, die oft als Ohrwürmer bezeichnet und sogar zu einem eigenen Genre in der Populärmusik gezählt werden können. Die Filme mit ihren Songs werden international aus dem Englischen in die verschiedenen Zielsprachen übersetzt.

In dieser Arbeit beschäftige ich mich mit den deutschen Versionen von ausgewählten Disney-Songtexten, wobei ich die ins Deutsche übersetzten Texte mit den englischen Ausgangstexten vergleiche. Im Mittelpunkt dieses Vergleichs stehen die lyrischen Elemente der Songtexte, ihre Wirkung auf den Zuhörer und die Adäquatheit der Übersetzungslösungen. Das Ziel dieser Arbeit ist somit herauszufinden, wie äquivalent die deutschen Songtexte in Bezug auf die Originalversion sind. Als Untersuchungsmaterial benutze ich zwei ausgewählte Songtexte aus dem Disney-Film *Hercules* aus dem Jahr 1997.

Dieses Thema habe ich ausgewählt, weil Disney-Songs mir persönlich immer sehr lieb gewesen sind, besonders die Songs aus dem *Hercules*-Film, die meiner Erfahrung nach eine sehr einprägsame Wirkung auf den Hörer ausüben. Disney-Songtexte sind auch trotz der scheinbar trivialen Oberfläche interessant, weil sich vielschichtige sprachliche und semantische Bedeutungen finden lassen.

Zunächst wird im Theorieteil ein Überblick über die Disney-Unterhaltungsindustrie mit ihren Protagonisten gegeben. Danach werden die zentrale Terminologie sowie Merkmale der Lyrik und Songtexte behandelt, gefolgt von der Vorstellung des Materials und der Untersuchungsmethode. Im Analyseteil werden die ästhetischen Elemente der Songtexte mithilfe von fünf Kategorien analysiert. Schließlich wird die Diskussion über die Resultate zusammengefasst.

2 Disney als Prototyp der Unterhaltungsindustrie

2.1 Zur Geschichte der Unterhaltungsindustrie

The Walt Disney Company, allgemein mit *Disney* abgekürzt, gilt heutzutage als eine der größten und erfolgreichsten Massenmedien- und Unterhaltungsgesellschaften, besonders im Bereich Familienunterhaltung. Die Geschichte dieser Industrie entstand, als *Walt Disney*, der sich noch 1919 mit Karikaturen, Werbeillustrationen und –filmen beschäftigte, sich auf Zeichentrickfilme und eigene Produktionen zu konzentrieren begann (Thomas 2001, 52-55).

Neben seiner Tätigkeit in der Werbung arbeitete Disney auch selbstständig und schuf für die Theatergesellschaft *Newman* Kurzfilme unter dem Namen *Laugh-O-Grams*, die ihn und seine Produktion in kleineren Kreisen bekannt machten. Um diese Serie zu entwickeln, legte Disney den Fokus auf moderne humoristische Zeichentrickfilme, die auf traditionellen Märchen basieren. 1922 kündigte Disney seinen Arbeitsplatz und gründete mit anderen Animatoren¹ und seinen früheren Mitarbeitern seine eigene Gesellschaft, die *Laugh-O-Gram Films*, die die Produktion der Märchenfilme fortsetzte und Werke wie beispielsweise *Cinderella*, *The Four Musicians of Bremen*, *Puss in Boots*, *Jack and the Beanstalk* und *Goldie Locks and the Three Bears*² in Gang setzte. (Thomas 2001, 55-63.)

Laugh-O-Gram Films geriet in Konkurs, wonach Disney 1923 nach Hollywood umzog, um Filmregisseur zu werden (Thomas 2001, 65-66; WDFM 2015, Seite 1). Zusammen mit seinem Bruder *Roy Disney* gründete er die Gesellschaft *Disney Bros. Studio* (WDFM 2015, Seite 2). Disney begann 1923 mit der Comedyserie *Alice*, wonach 1928 die Serie *Oswald The Lucky Rabbit* folgte, die dem Unternehmen Erfolg brachte (Thomas 2001, 83; 85-86).

Ein wichtiges Ereignis in Disneys Geschichte war die Entstehung von der heute als Disneysymbol geltenden *Mickey Mouse*, die Disney 1928 erfand. Der dritte Mickey

¹ Mit allen im Text verwendeten Personenbezeichnungen sind aus Gründen der Lesbarkeit und Übersichtlichkeit des Textes stets beide Geschlechter gemeint.

² Aufgrund praktischen und authentischen Gründe werden alle Filmtitel in ihrer Originalsprache dargestellt.

Mouse-Kurzfilm *Steamboat Willie* wurde der erste synchronisierte Zeichentrickfilm in der Filmgeschichte, der sofort ein Riesenerfolg wurde und Mickey Mouse in den USA zu einer nationalen Sensation machte. Der Erfolg dieser Figur basierte auf Massenpsychologie, wobei Mickey Mouse während der 20er Jahre und in der Weltwirtschaftskrise einen positiven Helden repräsentierte, der trotz aller Widrigkeiten das Böse besiegt. Die Menschen konnten sich mit dem fröhlichen, gutmütigen Wesen der Figur identifizieren. Bis 1931 war Mickey Mouse schon in vielen Ländern bekannt. Ab 1930 wurden auch Mickey Mouse Comicstrips in den Tageszeitungen veröffentlicht. Der Erfolg von Mickey Mouse förderte Disneys Verkauf bedeutend, was die Expansion der Gesellschaft sowie die Verbesserung der Animation ermöglichte. (Thomas 2001, 97; 107-110; Internet 2; Internet 3; WDFM 2015, Seite 4.)

1929 veröffentlichte Disney die musikalische Kurzfilmzeichentrickserie *Silly Symphonies*, während deren 75 Folgen sowie der weiterproduzierten Mickey Mouse-Serie die anderen wichtigen Disney Figuren wie u.a. *Minnie Mouse*, *Donald Duck*, *Goofy*, *Pluto* und *Peg-Leg-Pete* ihr Debüt hatten (Thomas 2001, 101; Internet 1; Smith 1996, 211; 333; 384; 392). Die 29. Folge der *Silly Symphonies*, *Flowers and Trees*, war der erste vollfarbige Zeichentrickfilm und wurde auch mit dem ersten Academy Award für den besten Zeichentrickfilm prämiert, außerdem bekam Disney einen Spezialpreis als Anerkennung für die Schöpfung von Mickey Mouse. (WDC 2, Seite 2; Thomas 2001, 122) 1933 wurde die *Silly Symphonie*-Folge *The Three Little Pigs* herausgegeben, die zusammen mit dem Titelsong *Who's Afraid of the Big Bad Wolf?* in den unter der Weltwirtschaftskrise leidenden USA ein nationales Thema und symbolisches Aufmunterungslied wurde. (Hischak et al. 2013, xv; Thomas 2001, 121.)

Vom Jahr 1934 an begann Disney die Beschäftigung mit dem ersten langen farbigen Zeichentrickfilm *Snow White*, der 1937 veröffentlicht wurde und sofort alle Besucherrekorde brach. Der Film wurde weltweit ein Erfolg und außerdem mit einem *Academy Award* für seine Innovation prämiert. (Thomas 2001, 132; 146.) Wegen des Erfolgs, den *Snow White* brachte, zog Disney mit seiner Firma nach Burbank, Kalifornien um, wo sie mit der Produktion langer Zeichentrickfilme weiterarbeitete, wie *Pinocchio*, *Fantasia*, *Dumbo* und *Bambi*, die während der Jahren 1940-1942 veröffentlicht wurden. (WDFM 2015, Seite 6; Hischak et al. 2013, xvi.)

Während des Zweiten Weltkrieges begann Disney für das Militär zu arbeiten, als amerikanische Soldaten 1941 die Studios teilweise zum Stützpunkt nahmen. Unter diesen Umständen begann Disney sowohl militärische Ausbildungsfilm, als auch Kriegspropaganda- und patriotische Filme mithilfe seiner Figuren wie Mickey Mouse und Donald Duck zu produzieren. Der berühmteste Disney-Kurzfilm dieser Zeit war die Nationalsozialisten humoristisch kritisierende *Der Führer's face* mit Donald Duck in der Hauptrolle. (Thomas 2001, 181-189.)

Nach dem Krieg mit seinen ökonomisch schweren Jahren konnte Disney seine Produktion in neue Bereiche erweitern mit Filmen, bei denen Live-Aktion und Animation kombiniert wurden, wie z.B. *Song of the South*, Live-Aktion Filmen, Naturfilmen wie z.B. *True-Life Adventures* und Fernsehprogrammen. Disney gehörte zu den ersten, die das Fernsehen als Unterhaltungsmedium benutzten. Daneben wurden weiter lange Zeichentrickfilme produziert, u.a. *Cinderella*, *Alice in Wonderland*, *Peter Pan*, *Lady and the Tramp*, *Sleeping Beauty* und *101 Dalmatians*, die Disneys Produktion wieder weltweit erfolgreich machten (Susanin 2011, 179-180; Thomas 2001, 227; 285; WDFM 2015, Seite 5; Internet 1.)

Die Expansion der *Disney*-Produktion brachte eine völlig neue Idee von Familienunterhaltung, nämlich den ersten Disney Themapark *Disneyland*, der 1955 in Anaheim, Kalifornien, errichtet und ein Riesenerfolg wurde. Daraus folgte, dass Disney ab 1961 finanziell stabil und erfolgreich war. (Thomas 2001, 286-287; 308.)

1962 gründete Disney das Kunstinstitut namens *CalArts*, d.h. *California Institute of the Arts*. In den folgenden Jahren verfolgte Disney auch die Idee einer Stadt der Zukunft, die er *EPCOT* nannte, abgekürzt aus *Experimental Prototype Community of Tomorrow*, als ein Ort, wo die Menschen in einer völlig neuartigen Umwelt leben könnten (Thomas 2001, 345; 352; Smith 1996, 166).

Der Tod von Disney im Jahr 1966 war eine große Erschütterung für die Firma. Die letzten unter Walt Disneys Leitung fertiggestellten Zeichentrickfilme waren erstens der Live-Aktion und Animation kombinierende Film *Mary Poppins* 1964, Disneys erfolgreichster Film. Zweitens wurde 1967 *The Jungle Book* veröffentlicht, der ebenfalls und besonders wegen seiner Musik ein weltweiter Erfolg wurde. (Thomas 2001, 225; 327; 335; Hischak et al. 2013, xviii.) 1971 wurde *Walt Disney World Resort* in der

Nähe von Orlando, Florida eröffnet, in dem 1982 das *EPCOT Center* errichtet wurde (WDC2, Seite 1).

Durch seine Arbeit hat Disney zahlreiche Innovationen erreicht. Er machte die Animation allmählich zu einer eigenen Kunstgattung und modernisierte durch seine runden, weichen und farbenreichen Gestalten auch das Grafikdesign. (Gabler 2006, 12.) Disney entwickelte die Animationstechnologie und hält mit 32 persönlichen Academy Awards immer noch den Weltrekord. (Thomas 2001, 112-113; WDFM 2015, Seite 4; Smith 1996, 2.) Disney war der erste Filmmogul, der Fernsehprogramme, Animation, klassisch gespielte Filme, Dokumentarfilme, Themaparks, Musik, Bücher, Comicstrips, Zusatzprodukte und Unterrichtsfilme in einem Unternehmen vereinte. Er schaffte das erste moderne Multimediaunternehmen und dadurch das Fundament für andere Medienriesen. (Gabler 2006, 14.) Disney modernisierte auch Vergnügungsparks zu einer konsequenten Gesamtheit (Gabler 2006, 660).

Disney verwandelte neben der Animation und der Unterhaltung auch die Weise, wie die Amerikaner ihre Geschichte und ihre Werte sehen (Gabler 2006, 13.). Er veränderte durch seine Produktionen und durch Disneyland das amerikanische Bewusstsein und schuf eine Weltanschauung, wonach das Böse überwindbar sowie immer ein *Happy-Ever-After* möglich sei. In dieser Weltanschauung verdrängte das hoffnungsvolle Wunschenken die Realität, was die Identität und Denkweisen von vielen Menschen beeinflusste, besonders weil Disney für viele zu einem festen Bestandteil der Kindheitserfahrungen gehört. (Gabler 2006, 660; Ward 2002, 130.)

Walt Disney wurde zu einem Symbol für den *american way of life*, d.h. dass z.B. jeder in seinem Leben Karriere machen und seine Träume erfüllen kann, wenn er nur wirklich will. Diese Ideologie wird auch in vielen Disney-Filmen präsentiert: Es treten immer wiederholte Themen und Elemente auf, wobei der Held des Filmes u.a. eine Grenze überschreitet, um sich selbst zu finden, seinem Herzen folgt, die Schwierigkeiten überwindet und seine Träume so erfüllt. (Ward 2002, 121-124.) Diese Weltanschauung wird in einem der Mottos von Walt Disney ausgedrückt:

If you can dream it, you can do it. Always remember that this whole thing was started with a dream and a mouse. (Skillings 2009)

Disney wurde von Kritikern, Wissenschaftlern und Intellektuellen wegen der Naivität und des Fehlens von Tiefsinnigkeit in den Produktionen kritisiert (Thomas 2001, 288). Laut Thomas (2001, 288-290) basieren Disneys Produktionen auf ihrer psychologischen Herangehensweise, wobei das Verstehen des Publikums, die Schöpfung von originellen Figuren und das Erwecken von Gefühlen hervorgehoben werden, d.h. der Zweck ist eher die Gefühle des Publikums anzusprechen als deren Vernunft. Ziel ist also, Unterhaltung für alle anzubieten.

In der Zeit des Postmodernismus mit der Ausbreitung des Konsums, der Medien und der Unterhaltungsindustrie, war Disney mit seiner volkstümlichen Unterhaltung ein entscheidender Vertreter der Populärkultur, der in seinen Werken Elemente der Hochkultur und Unterhaltung kombinierte, d.h. die Hochkultur wurde popularisiert, für alle zugänglich und verständlich. (Gabler 2006, 12). Laut Thomas (2001, 288) soll Walt Disney den folgenden Rat erteilt haben:

Macht eure Arbeit nicht zu Avantgarde. Seid kommerziell. Denn was ist Kunst? Sie ist, was den Menschen gefällt. Also gebt ihnen, was sie wollen. Es gibt nichts Falsches im Kommerzialisismus.³

Walt Disney selbst wurde durch seine populären Produktionen ein globales postmodernes Phänomen, ein Imago, eine Marke (Gabler 2006, 20).

Ich bin nicht mehr Walt Disney. Walt Disney ist ein Begriff, der heute etwas ganz anderes bedeutet als nur ein einzelner Mensch.⁴ (Gabler 2006, 20)

[...] Disney ist das Bild, das wir während dieser Jahre im Bewusstsein der Menschen geschaffen haben. Das bedeutet etwas Bestimmtes, was dem Publikum nicht erklärt werden muss. Sie wissen, was Disney bedeutet, wenn sie von unseren Filmen hören oder ins Disneyland kommen. Sie wissen, dass sie bestimmte Qualität und bestimmte Unterhaltung bekommen. Und genau das ist Disney.⁵ (Thomas 2001, 291)

2.2 Die Rolle der Songs in der Disney-Produktion

Disney hob immer die Wichtigkeit der Musik und der Emotionen in seinen Filmen hervor. Er gehörte zu den Pionieren im Bereich Musik-Film. (Hischak et al. 2013, xv; xvi). Laut Hischak und Robinson (2009, ix) soll Walt Disney gesagt haben:

³ übersetzt von der Verfasserin

⁴ übersetzt von der Verfasserin

⁵ übersetzt von der Verfasserin

There's a terrific power to music. You can run any of these pictures and they'd be dragging and boring, but the minute you put music behind them, they have life and vitality they don't get any other way.

Schon seit der erfolgreichen Serie *Silly Symphonies*⁶, die auf musikalischen Themen aufbaute, diente die Musik als ein fester Teil der Disney-Produktionen. Disneys Prinzip in der Filmproduktion war die nahtlose Verbindung der Songs mit der Handlung, indem die Songs eine erzählende Rolle spielen. Ab *Snow White* (1937) wurden auch in den langen Zeichentrickfilmen Songs in die Handlung integriert. (Smith 1996, 346-347; Rierola Puigderajols 2001, 49.)

Ab *Cinderella* (1950) wurden die Disney-Songs stärker vom Stil des damals modernen Musicaltheaters beeinflusst. Damals begann Disney die Herstellung der Songs zu kontrollieren, weswegen er die *Walt Disney Music Company* gründete. (Hischak et al. 2013, xvii).

In den 50er Jahren vermehrten die Verbreitung von Fernsehprogrammen und die Entstehung von Disneyland die Popularität der Disney-Produktionen und dadurch auch der Disney-Musik. In den 60er Jahren kam Disney auf neue musikalische Ideen wie beispielsweise im Film *The Jungle Book*, in dem ein neuer Disney-Musik Stil mit Elementen von Jazz, Blues und Soul vorgestellt wurde. (Hischak et al. 2013, xvii-xviii; Smith 2006, 347.)

Disneys Tod 1966 hatte einen Einfluss auf die Produktion. Die musikalische Qualität sei bis in die 80er Jahren ‚herzlos‘ geworden. Danach wurde die Musik mit Hilfe der neuen Komponisten *Alan Menken* und *Howard Ashman* wieder belebt. (Hischak et al. 2013, xviii.) Die Songs begannen sich mehr dem Pop-Stil zuzuwenden (Rierola Puigderajols 2009, 51). Vom Film *The Little Mermaid* (1989) begann eine neue erfolgreiche Phase in der Disney-Film- und Musikgeschichte, mit Klassikern wie u.a. *Beauty and The Beast*, *Aladdin*, *The Lion King*, *Pocahontas* und *The Hunchback of Notre Dame*. 1994 wurde mit *Beauty and The Beast* die erste musikalische Broadway-Show von Disney inszeniert, gefolgt von u.a. *The Lion King* und in den 2010er Jahren von *Mary Poppins*. (WDC2, Seite 3; Hischack et al. 2013, xviii-xix)

⁶ siehe Kapitel 2.1

In seiner Produktion hat Disney zahlreiche Musikstile verwendet, u.a. klassische Musik, *Tin Pan Alley standards*⁷, traditionelle Volksongs sowie Popsongs aller Art (Hischak et al. 2013, xi). Am Anfang wurde z.B. die *Silly Symphonies*-Serie nach dem Vorbild von Operetten produziert, wo fast die ganze Geschichte gesungen wird (Hischak et al. 2013, xv). Diese Mischung von unterschiedlichen Musikgenres zeigt den Postmodernismus der Disney-Musikproduktionen. Durch ihre Kombination von Hochkultur und Unterhaltung, sowie durch die Kommerzialisierung der Filme durch Merchandising wurden u.a. Operette und Musicals für alle Bevölkerungsschichten zugänglich. (Hischak et al. 2013, xix.)

Auch wenn unterschiedliche Genres in der Disney-Musik kombiniert wurden, waren sie immer auch Disney-typischer Art, d.h. sie waren als Disney-Songs zu erkennen (Rierola Puigderajols 2001, 49). Viele Disney-Songs können auch mit dem Begriff *show tune* gekennzeichnet werden, was in *Oxford Dictionaries* (2015) auf folgende Weise erläutert wird: „A song from a musical that has become popular in its own right.“

Laut Hischak und Robinson (2013, x) sei die hoffnungsvolle und optimistische Einstellung typisch für alle Disney-Songs und ihre Texte. Auch Disneys Titelsong *When You Wish Upon a Star* schildert diese für Disney typische Gedankenwelt, gemäß der die Träume und Ziele von jedermann erfüllt werden können.⁸

Durch die Verbreitung in den Unterhaltungsmedien wurden die Produktionen von Disney mit ihrer Musik weltweit bekannt, wobei Disney-Songs als ein fester Teil der amerikanischen Populärkultur dienen, besonders auch deswegen, weil sie Einfluss auf die ästhetischen Erfahrungen der jungen Zuschauer gehabt hatten und so zu einem Teil ihrer Gedankenwelt geworden sind. (Hischack et al. 2013, ix; Ward 2002, 130).

3 Poetizität in der Lyrik

Neben *Epik* und *Drama* wird *Lyrik* als die dritte Gattung der Literatur gesehen. Laut Koskimies (1955, 31) bedeutet Lyrik die Kunst der Sprache oder der Worte, deren

⁷ Tin Pan Alley bedeutet ein Genre der amerikanischen Populärmusik, das während des späten 19. Jahrhunderts in New York entstand. (Encyclopedia Britannica)

⁸ Siehe Kapitel 2.1., S. 8

Zweck es ist, ‚Genuss‘ durch Worte zustande zu bringen, d.h. der ästhetische Aspekt wird betont. Einige typische Charakteristiken dieser Gattung bzw. der Poetik sind sowohl ihre emotionale und expressive Funktion bzw. die Subjektivität, mit der die Gedanken und Gefühle der Dichter ausgedrückt werden, als auch die segmentierte Struktur durch Verse und Strophen sowie die Betonung der Bildlichkeit. (Rierola Puigderajols 2001, 38; Kupiainen 1972, 68; Handout 2014, 1-2.)

Von den drei erwähnten Gattungen vermittelt die Lyrik am meisten Subjektivität und Ausdruckskraft, indem in Gedichten mit möglichst wenigen Worten möglichst viel ausgedrückt wird. Diese Expressivität lässt sich durch die für Gedichte charakteristischen Merkmale erreichen, nämlich durch die Klangbeziehungen, den Rhythmus und das Metrum, durch Wiederholungsfiguren, unterschiedliche Satzformen und Metaphern. Auf die Bereiche, die für diese Arbeit relevant sind, wird in den folgenden Unterkapiteln genauer eingegangen. (Kupiainen 1972, 26; 54; Handout 2014, 1-2;.)

Bei Gedichten formen Inhalt und äußerliche Form der Mitteilung eine unzertrennbare Einheit, eine Hierarchie, wo auch die feinsten Einzelheiten eine durchdachte, wesentliche Bedeutung tragen. Die sprachlichen Wirkungsweisen der Gedichte sind in zwei Kategorien einzuteilen, nämlich in die phonetischen Mittel, zu denen u.a. der Rhythmus, das Metrum und die Reime gehören, und in die Rhetorik, die sowohl nach dem Schönheitsaspekt als auch nach der Wirksamkeit, d.h. der Überzeugung, der Manipulation und der affirmativen Wirkung auf den Empfänger strebt. Neben der besonderen Form und Struktur ist die Mehrdeutigkeit auch ein prägendes Element der Literatur und im Speziellen der Lyrik. Diese Mehrdeutigkeit bzw. Ambivalenz ermöglicht Interpretationen. (Handout 2014, 1; Ludwig 1990, 94; Salo 2006, 37; 114.)

Ursprünglich hatte die Lyrik, deren Namen von Lyra, einem Harfeninstrument abgeleitet ist, die Bedeutung eines Lieds (Salo 2006, 35). Laut Rierola Puigderajols (2001, 39) wurde Lyrik von den Griechen als „a song to be sung to the accompaniment of a lyre (lyra)“⁹ definiert.

⁹ Cuddon 1979, 372.

Die Lyrik ist somit von der Musikalität geprägt. Bei der klassischen Lyrik wird stark auf den Rhythmus und damit auch auf den Wohlklang geachtet. In der Lyrik werden die Elemente der Musik nachgeahmt und der harmonische melodische Eindruck der Gedichte betont. Mit anderen Worten ahmt ein Gedicht durch sprachliche Mittel die Musik nach, was auch als eine der Wirkungsweisen der Gedichte dient. (Salo 2006: 36, 45.)

Die modernen Gedichte haben sich von der Musikalität und der früheren Vortragsweise entfernt. Im Laufe der Zeit haben die strenge Struktur bzw. das Metrum, die Endreime und Apokopen¹⁰ an Bedeutung verloren, weswegen die moderne Lyriksprache der Alltagssprache näher liegt. Somit ist die Form des modernen Gedichts freier geworden. Das einzige noch traditionelle Merkmal des modernen Gedichts ist die Segmentierung in Verse und Strophen. (Salo 2006, 37; Kupiainen 1972, 67; Handout 2014, 1.)

3.1 Merkmale der Songtexte

Songtexte, die im Englischen *lyrics* genannt werden, stehen in einer engen Verwandtschaft mit Gedichten. Laut Salo (2006, 35) sollten die Songtexten als ein eigenständiges Genre betrachtet werden, das man als Songlyrik bezeichnen könnte.

Da die Songlyrik ihren Ursprung in der Lyrik hat, gibt es klare Gleichheiten zwischen diesem Genre und dem Gedicht. Sowohl Gedichte als auch Songtexte repräsentieren sprachliche Kunst mit einer mehrdeutigen, bildhaften und stark strukturierten Sprache, wobei auch die minimalsten Einzelheiten eine wichtige, durchdachte Rolle spielen. Wie bei den Gedichten basieren die Wirkungsweisen der Songtexte auf Klangbeziehungen wie beispielsweise Reimen und auf sprachlichen Rhythmen sowie auf den rhetorischen Elementen. Vom Äußeren halten die Songtexte sich gleichermaßen an die für Gedichte typische Segmentierung in Verse und Strophen. (Salo 2006, 45; 114)

Die Merkmale, wodurch die Songtexte sich von Gedichten unterscheiden, liegen in ihrer engen Beziehung zur Musik. Die Gedichte formen selbstständige, als solche fertige Werke, die durch sprachliche Mittel Elemente der Musikalität nachahmen und in denen der Rhythmus bzw. das Metrum und der Wohlklang sich selbst verwirklichen. Gedichte

¹⁰ Siehe Seite 21.

gestalten hiermit durch ihre besondere inhaltliche und äußerliche Form ein harmonisches selbstständiges Werksganzes. (Salo 2006, 44-46.)

Im Gegensatz zu Gedichten repräsentiert ein Songtext eher ein halbfertiges Werk, da er nur ein Teil des Werks darstellt. Songtexte stehen immer in Bezug zur Musik, indem sie sich an die Melodie und den Rhythmus der Musik anpassen müssen. Die Struktur der Songtexte ist daher abhängig von der musikalischen Komposition und verlangt mehr sprachliche, inhaltliche und formale Kompromisse als ein Gedicht. Songtexte werden in erster Linie geschaffen, um gehört zu werden, und ihre Bedeutungen bzw. das ästhetische Erlebnis wird erst im Rahmen der musikalischen Konkretisation vollständig realisiert. Songlyrik basiert daher auf der Zusammenwirkung von Musik und Text. (ebd.) Bei der Songlyrik wird also auf den Ursprung der Lyrik zurückgegangen, denn Gedichte wurden ursprünglich gesungen (Rierola Puigderajols 2001, 42).

Was die Unterschiede zwischen Songtexten und Gedichten weiter betrifft, ist die Art der Sprache. Weil Gedichte in erster Linie freier sind und oft als Lesetexte fungieren, können sie sprachlich sehr komplex sein, weil dem Empfänger mehr Zeit zur Rezeption zur Verfügung steht. Songs und ihre Texte werden dagegen akustisch rezipiert, sie sind ein Beispiel von ‚kurzfristiger‘ Kunst, ein akustisches und emotionales Ereignis. Deswegen werden andere Ansprüche an Songtexte gestellt, indem ihre strophische Struktur und ihre Länge klarer und einfacher sein müssen, um sofort verstanden zu werden. Dies betrifft auch die Sprache, wobei Songtexte im Grunde auf der gesprochenen Sprache beruhen, d.h. sie sind schneller und einfacher zu verstehen, weil die Rezeption akustisch erfolgt. Bei den Songtexten werden die Klänge, die Artikulation, der abwechslungsreiche und lebendige Rhythmus sowie die Vokalität in der Mitteilung betont, wodurch auch erstrebt wird, das Interesse des Zuhörers aufrecht zu halten. (Salo 2006: 42; 44-46; 95.)

Salo (2006, 46) formuliert das Wesen der Songlyrik auf folgende Weise: „Nicht alle moderne Lyrik ist singbar, aber alle gute Songlyrik ist auch poetisch.“

3.2 Klangbeziehungen

Eines der prägenden Elemente der lyrischen Texte sind die *Klangbeziehungen*. Unter Klangbeziehungen sind im Allgemeinen verschiedene Klangwiederholungen bzw.

Klangfiguren gemeint, die aus der Phonemstruktur der Wörter aufgebaut werden, d.h. sie beruhen auf der Wiederholung von Phonemen bzw. Phonemkombinationen. Zusammen mit dem Rhythmus bzw. dem Metrum, die den lyrischen Texten ihre besondere segmentierte Struktur geben und solchen phonetischen Elementen wie Akzent, Intonation und Junktur, bilden Klangbeziehungen allgemein die sinnlich fassbare Klangschicht des sprachlichen Kunstwerks. (Handout 2014, 4; Ludwig 1990, 73-74; 102; Kupiainen 1972, 28-29.)

Die häufigste Form der Klangbeziehungen stellt der *Reim* dar. Unter Reim wird im Allgemeinen ein phonologisches Phänomen verstanden, in dem gleichklingende Silben oder Buchstaben wiederholt werden. (Salo 2006, 168.) Im Folgenden wird eine Übersicht über die für diese Arbeit wichtigsten Arten von Reimen gegeben.

Das augenfälligste und üblichste Phänomen unter den Reimen ist der *Endreim*. Als Endreim wird ein Gleichlaut bzw. eine Phonemübereinstimmung der letzten oder zweitletzten Silben bezeichnet, die mit dem letzten betonten Vokal eines Wortes anfängt und einen ungleichen vorangehenden Konsonanten verlangt, wie beispielsweise in *Wipfeln – Gipfeln* oder *Hauch – auch*. Üblicherweise bestehen Endreime aus einer oder aus zwei Silben, gelegentlich können sie auch dreisilbig vorkommen. Einsilbige Endreime werden *männliche Reime* genannt, während die zweisilbigen als *weibliche Reime* bezeichnet werden. (Ludwig 1990, 76-77; 90; Kupiainen 1972, 32.)

Mit dem Endreim hängt die Struktur des *Reimschemas* zusammen. Laut Salo (2006, 128) wird unter dem Reimschema die Stellung der Reime in den Versen und Strophen verstanden. Ein Reimschema wird von zwei oder mehreren endreimenden Versen gebildet. Falls sich zwei Verse nacheinander reimen, werden sie *Paarreime* genannt. *Kreuzreime* bzw. *alternierende Reime* bedeuten Verse mit Endreimen, die nicht direkt aufeinander folgen. Bei *gehäuften Reimen* gibt es mehr als zwei Endreime. Im *verschränkten* bzw. *umarmenden Reim* wird ein Reimpaar von einem anderen umschlungen. Das Reimschema wird üblicherweise mit Kleinbuchstaben notiert, z.B. bei Paarreimen mit *aabbcc*, bei den Kreuzreimen mit *abab cdcd*, bei gehäuften Reimen mit *aaa bbb*, und bei verschränkten Reimen mit *abba cddc*. (Salo 2006, 128; Ludwig, 82-83.)

Der Begriff *Alliteration* bzw. *Stabreim* bedeutet einen gleichlautenden, konsonantischen Anlaut von hintereinander oder nahe beieinander liegenden Wörtern. Innerhalb einer Verszeile ist die Alliteration die markanteste Form der Klangverbindungen. (Ludwig 1990, 91; Kupiainen 1972, 31)

Der Begriff *Halbreim* erfasst Reime, bei denen die Vollkommenheit des Reims bewusst vermieden wird. Ein Beispiel davon bildet *die Assonanz*, worunter ein vokalischer Halbreim verstanden wird, d.h. am Gleichklang sind nur die betonten Vokale beteiligt, wobei die dem Vokal folgenden Konsonanten ungleich sind, z.B. *Wut - Buch*. Das Gegenteil von der Assonanz bildet die *Konsonanz*, wobei die Konsonanten nach dem betonten Vokal übereinstimmen, jedoch sind die Vokale ungleich. (Ludwig 1990, 80; Kupiainen 1972, 34.)

Neben Reimen sind auch *Apokopen* ein nennenswertes Phänomen, das mit der Anpassung des Texts an den Rhythmus bzw. an das Metrum verbunden ist. Apokopen bedeuten Wortkürzungen, die mithilfe der Apostrophe oder durch einfache Abkürzungen des Wortes markiert werden können. (Kupiainen 1972, 42-43.)

Reime haben in der Lyrik mehrere Funktionen, die entweder auf der Struktur oder auf dem Inhalt beruhen. Durch Reime soll die Gesamtheit des sprachlichen Kunstwerks gestützt werden. Sie tragen zur Musikalität bei und verstärken die Bedeutung des Textes. Bei gelungenen Songtexten verschmelzen sie mit dem Stil des Songs, erleichtern die Anpassung des Texts an die Melodie, unterstützen die Singbarkeit und erhalten das Interesse des Adressaten aufrecht. Mit ihrer Musikalität bewirken Reime eine gedächtnisstützende Funktion, indem sie die Einprägung des lyrischen Textes verstärken. Durch die Wiederholung des Reims bzw. durch das Reimschema wird dem lyrischen Text Rhythmus, Gliederung und dadurch Kohärenz gegeben. (Handout 2014, 6; Salo 2006, 182; 185-188, Ludwig 1990, 102.)

Auch wenn traditionelle Reime in der modernen Lyrik an Bedeutung verloren haben, sind sie immer noch ein fester Teil bei der Kinderliteratur sowie bei Schlagertexten. (Handout 2014, 7)

3.3 Wiederholungsfiguren

Wie es schon bei den Klangbeziehungen und allgemein bei lyrischen Texten der Fall ist, beruhen auch *Wiederholungsfiguren* auf dem Phänomen *Parallelismus*, dem mehrfachen Auftreten eines sprachlichen Elements in einem Text. Diese Wiederholungsfiguren kommen auf der Ebene von bedeutungstragenden Einheiten wie Morphem, Lexem, Wortgruppe und Satz vor. Wiederholungsfiguren sind nicht ausschließlich ein Kennzeichen der Lyrik, sondern sie treten auch in der Prosa und im Drama auf. (Ludwig 1990, 75; 102.)

Einige für diese Arbeit relevante Beispiele von Wortwiederholungen sind *geminatio* und *reduplicatio*. Unter dem Begriff *geminatio* wird eine wörtliche Wiederholung eines Wortes oder einer Wortgruppe verstanden, wobei sie üblicherweise zwei- oder dreifach direkt nacheinander vorkommen. *Reduplicatio* bedeutet wiederum eine Wiederholung von Wörtern bzw. einer Wortgruppe, die am Ende eines syntaktischen oder metrischen Abschnitts und unmittelbar zu Beginn des darauffolgenden wiederholt werden. (Ludwig 1990, 106-107.)

Andere relevante Beispiele sind die *Anapher* und die *Epipher*. Die Anapher wird als die parallele Wiederholung eines Wortes oder einer Wortgruppe bezeichnet, die den Beginn markiert. Die Epipher ist wiederum das Gegenteil von der Anapher, indem sie eine wörtliche Wiederholung darstellt, die das Ende markiert. (Ludwig 1990, 108-109.)

Wiederholungsfiguren haben variierende Funktionen, die je nach dem Kontext bestimmt werden können. Erstens können sie eine ästhetische Wirkung haben, indem sie die Schönheit der sprachlichen Äußerungen betonen. Zweitens können sie die Expressivität verstärken. Drittens können sie Sinnbeziehungen, wie z.B. Parodie oder Ironie, zwischen den wiederholten Wörtern, Wortgruppen oder Versen schaffen. Viertens haben sie analog zu den Klangbeziehungen ebenfalls eine gliedernde, strukturierende Funktion. (Ludwig 1990, 102; 111-112.)

Laut Salo (2006, 105-106) dienen Wiederholungsfiguren als das wichtigste und grundsätzlichste Wirkungsmittel der Songtexte und dadurch des Songs insgesamt, indem sie die Bedeutung der Verse sowie überhaupt des Textes betonen, strukturieren und vertiefen.

3.4 Bildlichkeit

Bei lyrischen Texten formt die *Bildlichkeit* bzw. die *Metaphorik* ein grundsätzliches Charakteristikum, jedoch prägt sie nicht ausschließlich nur die Lyrik, sondern sie kann, wie bei den Wiederholungsfiguren, ebenso als ein Teil der anderen literarischen Gattungen betrachtet werden. Im Allgemeinen bedeutet Metaphorik eine Vertauschung der natürlichen, ursprünglichen Bedeutung eines Wortes oder eines Ausdrucks mit einer anderen. Somit trägt sie einen wesentlichen Teil zu der Vielschichtigkeit, Bildhaftigkeit und den Interpretationsmöglichkeiten der lyrischen Texte bei. Durch ihre ästhetischen, kunstvollen Wirkungsweisen gehören die Arten von Metaphorik auch zu den rhetorischen Systemen. (Kupiainen 1972, 59; Ludwig 1990, 148; 156-157; Salo 2006, 127.)

Als *Vergleich* wird die Gemeinsamkeit zwischen zwei unterschiedlichen Phänomenen bezeichnet, indem diese Phänomene einander gegenübergestellt werden. Üblicherweise werden Vergleiche mithilfe von den Konjunktionen *als* bzw. *wie* gebildet, jedoch kommen sie nicht unbedingt immer vor. Somit erteilen Vergleiche präzisere Informationen über ein Phänomen. Eine *Metapher* dagegen bildet eher mehrere und freiere bildliche Assoziationen. Bei Metaphern werden zwei Phänomene nicht verglichen, sondern sie werden miteinander verbunden, was durch ihre Gemeinsamkeit ermöglicht wird. Die in der gesprochenen Sprache viel benutzten Metaphern werden durch den Gebrauch abgenutzt und damit alltäglich. Diese Metaphern werden *verblasste Metaphern* genannt, wie z.B. *Hafen der Ehe* und *Schnee von gestern*. (Ludwig 1990, 160; Kupiainen 1972, 60; Salo 2006, 128-130.)

Unter *Personifikation* wird die personifizierte Form eines nicht-lebendigen bzw. abstrakten Sachverhalts verstanden wie beispielsweise bei den Ausdrücken *Fortuna* oder *der Himmel weint*. (Salo 2006, 132)

Als *Metonymie* werden die Umbenennungen eines Phänomens bezeichnet, z.B. Ersetzung der *Ursache* durch *Wirkung*, des *Gefäß* durch *Inhalt* oder des *Werks* durch den *Autor* wie bei *Schiller lesen* oder *das Weiße Haus*. Unter *Synekdote* wird ein Ausdruck verstanden, bei dem ein Teil für das Ganze oder umgekehrt steht, z.B. werden die *Art* durch die *Gattung*, die *Gattung* durch die *Art* oder *Singular* durch *Plural* ersetzt.

Die häufigste Form von Synekdoche heißt *pars pro toto*, wobei ein Teil für das Ganze steht. (Kupiainen 1972, 61-61; Ludwig 1990, 177.)

3.5 Unterhaltende bzw. populäre Elemente

Indem der Schönheitsaspekt der Lyrik durch die Form und die Wirkungsweise betont wird, übt die Lyrik vor allem eine emotionale Wirkung auf den Adressaten aus (Kupiainen 1972, 12-14). Im Folgenden werden einige wichtige Bereiche, die u.a. die Emotionen des Adressaten ansprechen und dadurch Unterhaltungselemente darstellen, behandelt.

Eine Modifikation der Ästhetik formt die *Komik*. Unter komisch wird hier das Gegenteil von tragisch bzw. von allem, was ernst ist, verstanden. Eine ästhetische Wirkung wird somit als komisch bezeichnet, wenn sie jemanden zum Schmunzeln oder zum Lachen bringt. Die Komik wirkt öfters durch einen lustigen und überraschenden Widerspruch. Sie kann entweder bewusst oder unbewusst sein, wobei in dem ersten Fall neben dem gewöhnlichen Humor auch u.a. *Ironie*, *Satire* und *Parodie* gehören. (Kupiainen 1972, 17.)

Bei Ironie werden Missstände, Mängel oder Fehler lächerlich gemacht, indem sie als gute Eigenschaften oder Verdienste bezeichnet werden, d.h. etwas wird gelobt, was eigentlich nicht lobenswert ist. Satire richtet seinen beißenden und kritischen Spott auf die Schwächen der Menschen sowie auf moralische, gesellschaftliche oder politische Phänomene. Parodie bedeutet das Lächerlichmachen z.B. eines literarischen Werks, indem es nachgeahmt bzw. imitiert wird, wobei der ursprüngliche Stil des Werks bewahrt, aber der Inhalt verändert wird. (ebd.)

Laut Kupiainen (1972, 17-18) benutzt auch *Humor* Komik als Mittel, aber anders als Ironie oder Satire, die das verspottete Objekt als wertlos oder schlecht betrachten. Im Humor wird dieses Objekt im positiveren Sinn gesehen, d.h. es wird in den Mängeln und Fehlern auch eine positive Seite gefunden. Im Allgemeinen ist Humor somit optimistischer, wobei hinter dem Lächeln Ernsthaftigkeit versteckt sein kann. (ebd.)

Ein wichtiges unterhaltendes Element der Unterhaltung sind die *Wortspiele* bzw. Spiele mit den lexikalischen Bedeutungen, die eine Art von *Wortmagie* für

Wiederholungsfiguren, für die Melodie der Sprache und für unterschiedliche Reime schaffen. Beispielsweise bringen lange, drei- oder viersilbige Reime Komik zustande und werden öfters in parodierenden oder ironischen Gedichten benutzt. (Salo 2006, 186-187.) Laut Ludwig (1990, 110) werden Wortspiele als partielle Änderung der Wortform bezeichnet, wobei ein Bedeutungskontrast zwischen den zwei Formen entsteht. Koller (2011, 261) zählt beispielsweise auch die Polysemie von Wörtern und Syntagmen sowie phonetische oder graphische Ähnlichkeiten von Wörtern zu den Wortspielen bzw. Sprachspielen.

Salo (2006, 110-111) gemäß formen u.a. die Wiederholungsfiguren sowie die Reime sogenannte ‚Aufhänger‘, die als ein spezieller Effekt der lyrischen Texte funktionieren. Zu den ‚Aufhängern‘ gehören auch verschiedene *Satztypen*, deren Variation eine besondere Wirkung entstehen lässt. Solche Satztypen sind beispielsweise *Frage*, *Hyperbola* bzw. *Übertreibung*, *Ausruf*, *Anrede*¹¹, *Antithese*¹², *Polysyndeton*¹³ und *Inversion*¹⁴. (Kupiainen 1972, 54-57; Salo 2006, 122.)

3.6 Intertextualität und Allusion

Wie es der Fall bei anderen literarischen Gattungen und auch bei nicht-literarischen Texten ist, ist auch die Lyrik mit der *Intertextualität* verbunden. Unter diesem Begriff werden im Allgemeinen die kontextuellen Beziehungen zwischen unterschiedlichen literarischen oder nicht-literarischen Texten verstanden. Mit anderen Worten haben intertextuelle Verweise meistens keine selbstständigen Bedeutungen, sondern sie verlangen den ursprünglichen Kontext, um verstanden zu werden, d.h. ihnen fehlt die Autonomie der Bedeutung. Um den Text zu interpretieren und seine Bedeutung zu verstehen, sollte man die Text-Text-Beziehungen erkennen. (Allen 2000, 1.)

Intertext wird als ein Text verstanden, der in einem anderen Text vorkommt, wobei die Bedeutungen der Texte sich aufeinander beziehen (Allen 2000, 1; Plett 1991, 5). Mit anderen Worten verweisen die Bestandteile der Intertexte auf Bestandteile bzw.

¹¹ *Anrede* kann als direkte Rede einer Person oder einem abstrakten Phänomen vorkommen, jedoch können sie auch altmodisches Pathos darstellen (Salo 2006, 123).

¹² Der Begriff *Antithese* bezeichnet Gegenbehauptung bzw. Gegensatzstellung (Kupiainen 1972, 55).

¹³ *Polysyndeton* bedeutet die ungewöhnlich reichliche Verwendung von Bindewörtern oder Konjunktionen (Kupiainen 1972, 57).

¹⁴ Unter dem Begriff *Inversion* wird die Veränderung der gewöhnlichen Wortstellung der Sätze verstanden (Kupiainen 1972, 55).

Bedeutungen der anderen Texte. Folglich lässt sich der Intertext in zwei kohärenzbezogene Perspektiven gliedern, nämlich in die *intratextuellen* und in die *intertextuellen* Kohärenten, wobei die erste die Integrität des Texts garantiert und die zweite die strukturelle Beziehungen zwischen sich selbst und den anderen Texten schafft. Diese doppelte Kohärenz sorgt für die Komplexität und die Vielfalt der Intertexte, wobei sich Kommunikation zwischen unterschiedlichen Texten ermöglichen lässt. (Plett 1991, 5-6.)

Intertextualität wird öfters mit Postmodernismus verbunden, als ‚Recycling‘ der Mittel und Ideen zur Schöpfung von etwas Neuem. Sie repräsentiert dabei ein Charakteristikum, ein grundlegendes Prinzip des Postmodernismus. (Pfister 1991, 208-209; 214.)

Mit der Intertextualität ist die *Allusion* verbunden, die ein indirekter bzw. versteckter Verweis auf einen anderen Text darstellt (Salo 2006, 126). Die Allusion gehört laut Salo (ebd.) zu den effektiven Wirkungsweisen der Lyrik.

4 Allgemeines zum Übersetzen

Gemäß Koller (2011, 76) wird unter dem Begriff *Übersetzung* der Vorgang der schriftlichen Übertragung eines Textes aus einer Sprache, d.h. einer *Ausgangssprache* (AS) in eine andere Sprache, d.h. in die *Zielsprache* (ZS) verstanden. Diese Art von Übersetzung, in der ein Text möglichst adäquat in einer anderen Sprache wiedergegeben wird, wird *interlinguale* Übersetzung genannt (Munday 2012, 9). Mithilfe der Übersetzungen lässt sich das Vermitteln zwischen Sprachen, Gesellschaften und Literaturen ermöglichen, somit funktioniert die Übersetzung als eine Lösung von kulturellen und sprachlichen Barrieren. (House 2009, 3; Koller 2011, 20.)

Als Hauptziel des Übersetzens dient die Entdeckung von entsprechenden und passenden zielsprachigen Übersetzungsäquivalenten, unter denen die als Äquivalenten verwendeten zielsprachigen Wörter beziehungsweise Ausdrücke verstanden werden (Ingo 1990, 96; 100). Im weiteren Sinn betrifft Übersetzung stets Kulturarbeit, im

engeren Sinn bedeutet sie Spracharbeit, bei der die Übersetzung zu einer kommunikativen Herausforderung wird (Koller 201, 54).

Koller (2011, 218) erklärt den Äquivalenzbegriff mit drei prinzipiellen Bedingungen. Erstens bedeutet Äquivalenz das Vorliegen einer *Übersetzungsbeziehung* bzw. *Äquivalenzrelation* zwischen einem Text bzw. Textelementen in einer Zielsprache und einem Text bzw. Textelementen in einer Ausgangssprache. Zweitens soll bei der Verwendung des Äquivalenzbegriffs die Art der Übersetzungsbeziehung durch einen sog. *Bezugsrahmen* bestimmt werden, der die Eigenschaften darstellt, auf die mit dem Äquivalenzbegriff verwiesen wird. Eine Äquivalenzrelation liegt vor, wenn aus dem Ausgangstext bestimmte sprachlich-stilistische, textuelle oder pragmatische Qualitäten in der Übersetzung hinsichtlich des Bezugsrahmens gewahrt werden. Drittens werden als Zielsprachäquivalente sprachliche oder textuelle Einheiten bezeichnet, die sich auf die ausgangstextlichen Übersetzungseinheiten beziehen, wobei zwischen den ausgangssprachlichen Einheiten und den zielsprachlichen Äquivalenten sowohl Gleichheiten als auch Unterschiede vorkommen. Diese repräsentieren unterschiedliche Grade der Erhaltung von Textmerkmalen und können einem unterschiedlichen Bezugsrahmen zugeordnet werden (Koller 2011, 218-219.)

Laut Koller (2011, 219) lassen sich fünf verschiedene Bezugsrahmen unterscheiden, mit denen die Art der Übersetzungsäquivalenz festgestellt werden kann. Von diesen sind vier Kategorien hier relevant zu erwähnen. Zu der *denotativen Äquivalenz* werden die außersprachlichen Inhalt bzw. Sachverhalte des Textes gezählt. Mit anderen Worten zeigt die denotative Adäquatheit die inhaltliche Invarianz der Äußerungen auf. (Munday 2012, 74) In diesem Bereich wird besonders mit der *Lexik*, d.h. Wörtern und festen Syntagmen gearbeitet, da die Sprache in diesem Bereich am produktivsten ist (Koller 2011, 230.) Als Beispiele von lexikalischen Entsprechungstypen dienen die *Eins-zu-eins-Entsprechung* und die *Eins-zu-Null-Entsprechung*. Die erste erfasst die zielsprachige synonymische Übersetzungsvarianten bzw. Mehrfachentsprechungen auf der denotativen Ebene, wie beispielsweise beim englischen Wort *car – Auto/Wagen*. Bei dem zweiten Fall handelt es sich um das Fehlen eines lexikalischen Äquivalents in der Zielsprache, d.h. Lücken im lexikalischen System, die der Übersetzer beispielsweise durch Übernahme des ausgangssprachlichen Ausdrucks schließen muss.

Die *konnotative Äquivalenz* bezieht sich auf die Auswahl der zielsprachigen Ausdrücke, besonders in Bezug auf synonyme oder quasi-synonymische Ausdrücken. Darunter werden die Vermittlung von unterschiedlichen Stilschichten, kulturell normativen Emotionen oder spezifischen Assoziationen, die ein Ausdruck evoziert, verstanden. Dazu gehören auch unterschiedliche Stilschichten bzw. formale Merkmale wie beispielsweise *Slang*, sowie regionale oder soziale Sprachverwendung. (Koller 2011, 219; House 2009, 31.)

Bei der *pragmatischen Äquivalenz* wird der Fokus auf den Empfänger oder den spezifischen Leserkreis der Übersetzung gerichtet, wobei ihre Verstehensvoraussetzungen und dadurch die kommunikative Funktion berücksichtigt werden, d.h. es wird beim Übersetzen von den zielsprachigen Rezeptionsbedingungen ausgegangen. (Koller 2011, 219; 251.)

Unter der für diese Arbeit wesentlichen *formal-ästhetischen Äquivalenz* werden die bestimmten ästhetischen, formalen und individualistischen Eigenschaften der poetischen Elemente verstanden. Zu diesem Bereich sind beispielsweise Wortspiele bzw. Sprachspiele, Reime, Rhythmus, Alliteration oder Assonanz zu zählen. Besonders problematisch hat sich die Übersetzbarkeit von Metaphorik und Sprachspielen erwiesen. (Koller 2011, 219; 255.)

5 Material und Vorgehensweise

Das Material dieser Untersuchung besteht aus zwei ausgewählten Songtexten aus dem Disney-Film *Hercules* (1997), nämlich die Songs *One last hope*, dt. *Bleibt nur eine Hoffnung* und *Zero to Hero*, dt. *In Sekunden auf 100*, wobei die Originalsongs von Alan Menken komponiert und von David Zippel getextet sind (Menken s.a.).

Anhand dieser Songtexte, sowohl der englischen ausgangssprachigen als auch der zielsprachigen Übersetzungen, wird die Untersuchung ausgeführt, bei der die Übersetzungsäquivalenz der ästhetischen Elemente der Disney-Songs analysiert wird. Die Beispielsongs wurden ausgewählt, weil sie meiner Meinung nach die reichste sprachliche und lyrische Vielfalt von den vorhandenen acht Filmsongtexten beinhalten

und daher vielseitige Beispiele für die Untersuchung darbieten. Sie folgen im Film auch chronologisch nacheinander.

Da diese Songs einen wesentlichen Teil der Handlung des Films darstellen, sollen sie zusammen mit ihrem erzählerischen und musikalischen Rahmen erläutert werden, um deren Analyse zu verdeutlichen. Im Folgenden werden die Handlung des Films sowie die zwei Songtexte mit ihrer musikalischen Umgebung kurz vorgestellt.

Der abendfüllende Disney-Zeichentrickfilm *Hercules* basiert auf der antiken Sage von *Herakles* bzw. *Herkules* und seinen zwölf Aufgaben. Zu Beginn des Films wird Herkules als Sohn der Götter Zeus und Hera auf dem Berg Olympus geboren, aber gleich danach wird er auf Befehl von Hades, dem Gott der Unterwelt und Widersacher von Zeus, auf die Erde entführt, da Herkules laut Prophezeiungen der einzige ist, der die bösen Eroberungspläne von Hades verhindern kann. Ihm wird auch von Helfershelfern von Hades ein Elixier zum Trinken gegeben, um ihn sterblich zu machen, aber der Versuch scheitert, denn das Kind trinkt die Flasche nicht ganz aus und Herkules besitzt somit weiterhin seine göttlichen Kräfte. Danach lebt Herkules als Pflegekind bei einem Ehepaar, das ihn gefunden hat, bis er von seiner göttlichen Herkunft erfährt. Somit tritt Herkules die Reise an, sich als echter Held zu beweisen, um zum Olympus, dem Sitz der Götter, zurückkehren zu können.

Die Geschichte der Filmhandlung wird durch Songs erzählt, bei denen sechs Musen als Erzählerinnen fungieren, die die Rahmengeschichte mit Gospel-Pop-Songs erzählen und erklären.

Der erste Songtext *One Last Hope*, dt. *Bleibt nur eine Hoffnung*, wird vom ‚Heldenausbilder-Satyr‘ Philoctetes, abgekürzt ‚Phil‘, gesungen, der endlich skeptisch einwilligt, den jungen Mann zu einem Helden zu machen. Im Song singt Phil im Musikal-Stil darüber, wie er schon öfters versucht habe, aus starken und mutigen Männern Superhelden zu bilden, immer ohne Erfolg, und wie der junge Herkules sein letzter Versuch bleibe, bevor er kündigt. (Hischak et al. 2013, 161.) Während des Songs wird das Trainieren von Herkules dargestellt und der Verlauf seiner Entwicklung von einem Schwächling zu einem Muskelprotz.

Der zweite Songtext ist ein rasanter Rhythmus-Blues-Song *Zero to Hero*, dt. *In Sekunden auf 100* dar. In diesem Song singen die Erzählmusen in einem anachronistischen Slang mit Wortspielen und im Motown-Sound¹⁵ die Geschichte, wie der junge Herkules durch seine Heldentaten Berühmtheit erlangt und von der Öffentlichkeit bewundert wird. (Hischak et al. 2013, 258.) In diesem Song werden somit wie im Vorbeigehen auch die Heldentaten erwähnt, da auf Befehl von Hades verschiedene Ungeheuer Herkules angreifen, nachdem er erfahren hat, dass Herkules immer noch göttliche Kräfte besitzt. Der Song berichtet somit über Herkules Erfolge und wie er plötzlich von einer unbekannt Person zu einer Berühmtheit wurde.

Die in der Untersuchung verwendeten englischen Originalsongtexte stammen aus dem *Hercules*-Notenheft von Alan Menken (s.a.). Mit Hilfe verschiedener aus dem Internet gesuchten Songtexte wurden die Strophen und Verse rekonstruiert. Die zielsprachigen Songtexte wurden durch Vergleich mit aus dem Internet stammenden Songtexten der Originalversion nachgebildet. Danach wurden sie der Struktur der englischen Songtexte rhythmisch entsprechend in Strophen, Versen und Wörter bzw. Silben strukturiert.

Für die Untersuchung der Übersetzung der ästhetischen Elemente der Songtexte wurden fünf unterschiedliche Kategorien gebildet, die auf traditionelle Strukturen der literarischen Analyse zurückgehen und zu denen jeweils Beispiele aus den Songtexten gesucht wurden. Diese Kategorien sind *Klangbeziehungen und Wiederholungsfiguren*, *Metaphorik*, *Idiome und Umgangssprache*, *unterhaltende Elemente* und *Intertextualität*. Im Rahmen der ausgewählten Beispiele werden die Lösungen im Zieltext und ihre Äquivalenz zum Ausgangstext analysiert. Schließlich wird in jeder Kategorie auch die ästhetische Wirkung erörtert.

¹⁵ In Detroit entstandener Soul-Musikstil

6 Lyrisch-ästhetischer Vergleich der Disney-Songtexte

6.1 Klangbeziehungen und Wiederholungsfiguren

Wie in Kapitel 3.2 und 3.3 festgestellt wurde, dienen Klangbeziehungen bei der Lyrik als melodisches und rhythmisches Element. Die Wiederholungsfiguren haben einen vertiefenden und strukturierenden Einfluss auf die Effektivität eines Textes. Insgesamt tragen diese zwei Bereiche als gedächtnisstützende und poetische Elemente dazu bei, auf den Empfänger einzuwirken. Klangbeziehungen und Wiederholungsfiguren machen daher Songtexte akustisch attraktiv, mit anderen Worten zu ‚Ohrwürmern‘. Bei den Disney-Songtexten ist deutlich, dass gerade diese lyrischen Elemente regelmäßig und reichlich benutzt werden, sowohl im englischen Ausgangstext als auch in der zielsprachigen deutschen Version.

In beiden Songtexten spielt der Endreim in beiden Primärtexten eine prägende Rolle, indem die überwältigende Mehrheit von den Versen sich in unterschiedlichen adäquaten Reimschemen reimen. In beiden Songtexten treten am meisten Kreuzreime auf, daneben kommen auch üblicherweise Paar-, Haufen- und umarmende Reime vor. Interessanterweise entsprechen die Reimschemen der Originaltexte in den meisten Strophen denjenigen der Primärtexte, beispielsweise erscheint in *One Last Hope* in der vierten Strophe der Haufenreim mit dem Reimschema *aaa*:

*The kind who wins trophies,
won't settle for low fees,
at least semi-pro fees.
But no,
I get the greenhorn.*

*Ein mehrfacher Sieger,
kein Pappmaschetiger
Mensch, wenigstens Krieger.
Doch nein,
ich krieg' das Greenhorn*

Auch in *Zero to Hero* kommen in den meisten Fällen Endreime sowohl im Zieltext als auch im Ausgangstext in einem ähnlichen Reimschema vor, z.B. stellen in der fünften Strophe die zwei ersten Verse einen Paarreim dar, mit dem der vierte Vers einen Kreuzreim *aaba* bildet. Danach formen wiederum die zwei letzten Verse einen Paarreim *cc*:

*Say amen,
there he goes again.
Sweet and undefeated
and an awesome ten for ten.
Folks lined up
just to watch him flex,
and this perfect package packed a pair of pretty pecs.*

*Schreit Hurra,
Herk ist wieder da.
Mister Maskulinum
war im Nu ein Superstar
Ausverkauft
Jede Muskelshau
Muckis machen müde Männer munter wie die Sau.*

In der deutschen Fassung reimt sich auch der fünfte Vers, indem die letzte Silbe Assonanz mit dem folgenden Paarreim formt, aber auch einen Endreim bildet. Hiermit wird von den drei letzten Versen ein Haufenreimschema gebildet. In beiden Songtexten ist demnach zu sehen, dass im Zieltext pedantisch die gleichen Reimschemen durch den ganzen Text hindurch verwendet werden.

Endreime kommen oft auch als *Binnenreime*¹⁶ vor, wie beispielsweise im Song *One Last Hope* beim Vers *Demigods have faced the odds*, was jedoch im Zieltext nicht auf gleiche Weise realisiert werden konnte: *Jeder Halbgott hat's probiert*. Dies beruht wahrscheinlich darauf, dass der englische Ausdruck idiomatisch ist. Dagegen treten in *Zero to Hero* Binnenreime in der vierten Strophe in beiden Fassungen auf, jedoch in verschiedenen Versen: *From appearance fees and royalties* im ersten Vers und im dritten Vers auf Deutsch: *So elitär und populär*.

Ein drittes Beispiel für Binnenreime tritt im Zieltext von *One Last Hope* in der fünften Strophe im dritten Vers auf: *Ich mähte den Rasen, schmähte die*. In der Originalfassung beinhaltet der Vers sogar einen vierfachen Binnenreim: *Content to spend lazy days*. In *Zero to Hero* tritt schon im Titel des Songs ein Binnenreim auf, was im deutschen *In Sekunden auf hundert* nicht realisiert werden konnte. Somit weist die englische Version manchmal mehr ästhetische Elemente auf, obwohl im Zieltext offensichtlich sogar auf der Versebene versucht wird, die poetischen Elemente möglichst adäquat zu übersetzen.

¹⁶ *Binnenreim* bedeutet einen Reim, der im Versinneren wiederholt wird (Ludwig 1990, 84).

Als starker Effekt wirkt in den Songtexten auch die Alliteration, die besonders markant im Song *Zero to Hero* in der fünften Strophe im letzten Vers erscheint. Hier gibt es im Ausgangstext eine sechsfache Alliteration, als eine der Musen über die Muskulatur von Herkules singt: *and this perfect package packed a pair of pretty pecs*. Im Zieltext wird diese Häufung nicht völlig erreicht, jedoch kommt eine fünffache Alliteration vor: *Muckis machen müde Männer munter wie die Sau*. Diese übertriebene Alliteration schafft ein unterhaltendes und einprägsames Element, auf das in Kapitel 6.5 genauer eingegangen wird. Auch bei dem dritten Vers in der sechsten Strophe in *Zero to Hero* wird in der deutschen Version Alliteration verwendet, nämlich *Tapfer und tollkühn und todschick*, während in der Originalversion die Alliteration fehlt.

In beiden Songtexten sind auch mehrfach Wiederholungsfiguren zu bemerken, die die Botschaft des Songs hervorheben und vertiefen. Im Song *One Last Hope* wird dem Titel gemäß der Ausdruck *one last hope* am augenfälligsten wiederholt, neben *kid*, mit dem Philoctetes Herkules anspricht, und *dreams*. Daraus ist zu folgern, dass die Kernbedeutung des Songtextes Hoffnung ist, dass Herkules die letzte Hoffnung für Phil sei, endlich einen Helden zu schaffen. Entsprechend werden in der deutschen Version u.a. die Ausdrücke *nur eine Hoffnung*, *Bleibt nur eine Hoffnung* und *die [Hoffnung] bist du* wiederholt, und zwar meistens in denselben Strophen wie im Ausgangstext. Die Wiederholungsfiguren formen daher auch den Refrain, den prägnantesten Teil eines Songs, an den man sich am leichtesten erinnert.

In *Zero to Hero* spielen unterschiedliche Wiederholungsfiguren eine noch größere Rolle. Diesen Songtext prägt am meisten die Wiederholung des Titels *Zero to Hero*, was durch das häufige Auftreten eine starke Polarisation zwischen *Zero* und *Hero* schafft. Im Deutschen wird ebenso der Name des Songs *In Sekunden auf Hundert* an den entsprechenden Stellen wiederholt, aber die Wiederholung wirkt nicht auf die gleiche Weise polarisierend wie in der Originalversion.

Die Wiederholung des Ausdrucks *Bless my soul* und *Say amen* schafft in dem Song eine religiöse Stimmung. Im Deutschen wird dieser wiederholte Ausdruck durch *Mann oh Mann* und *Schreit Hurra* ersetzt, was eine allgemeinere Stilebene schafft, ohne einen Verweis auf Gospel-Religiosität. Darauf wird genauer in Kapitel 6.3 eingegangen. Im Ausgangstext werden auch einige Attribute und Beschreibungen von Herkules wiederholt, u.a. Wörter wie *honcho*, *sweet* und *undefeated*. Im Deutschen werden diese

Elemente anders realisiert, ohne Wiederholungen, hingegen wird die Metapher *leere Flasche*, mit der Herkules beschrieben wird, in der zweiten und neunten Strophe als Reduplicatio wiederholt.¹⁷

Der Name *Hercules* wird in beiden Sprachen besonders oft und in unterschiedlichen Formen, z.B. abgekürzt hervorhoben, beispielsweise in der siebten Strophe wird er im gleichen Versen in beiden Sprachen zweimal als Anapher aufgeführt und am Ende der Strophe kommt eine sechsfache Geminatio vor. Diesen Teil singen die Musen in einer Art Gospelstil, wo durch das göttliche Wesen von Herkules noch stärker hervorgebracht wird. Alle Wiederholungen machen den Zweck des Songs klar, es geht um einen Lobgesang über Herkules und alle seine lobenswerten Eigenschaften. Diese Wiederholungen stellen im Zusammenhang mit der Musik und der Darstellungsweise die Wirkung des Refrains in beiden Versionen durchaus sicher. Aus den Wiederholungsfiguren gehen daher oft die zentralen Bedeutungen des Songs hervor.

6.2 Metaphorik

Die Metaphorik trägt zu der Vielschichtigkeit und Bildhaftigkeit der Songtexte bei, indem sie diese sprachlich koloriert. Da die Songtexte als sprachliche Texte ein Teil des Films darstellen, illustrieren sie nicht nur die visuellen Texte der Filmhandlung, sondern erzeugen durch die Metaphorik u.a. lustige Sprachbilder und zusätzliche Bedeutungen. Es gibt in beiden ausgewählten Songtexten viele interessante Metaphern, deren Übersetzung hier besprochen werden soll.

Im Song *One Last Hope* fällt ein Satz von Phil in der vierten Strophe auf, in dem über Herkules gejammt wird: *I get the Greenhorn*. Das Wort *Greenhorn* ist ein Beispiel für ein alltägliches Sprachbild bzw. für eine verblasste Metapher, die synonymisch einen *Anfänger* oder einen *Neuling* bezeichnet. *Greenhorn* ist somit auch zu den umgangssprachlichen Ausdrücken oder Idiomen zu zählen. Im Deutschen wird in diesem Fall das Wort übernommen: *Ich krieg ' das Greenhorn*. Somit geht es hier um eine Ein-zu-Null-Äquivalenz. Es gäbe jedoch deutsche Lexeme wie *Grünschnabel* für diese Bedeutung, aber wegen der Einschränkungen der Musikalität ist nur *Greenhorn* möglich, da es wesentlich kürzer und fließender als *Grünschnabel* ist.

¹⁷ Auf dieser Metapher wird genauer im Kapitel 6.2. eingegangen.

Manchmal wurden in der zielsprachigen Version allgemeinsprachliche Ausdrücke des Ausgangstexts durch eine Metapher realisiert, weswegen im Zieltext sogar öfters Bildsprache auftauchen kann. Beispielsweise steht in der englischen Fassung in der vierten Strophe *won't settle for low fees*, was auf die Erwartungen verweist, die Phil in Bezug auf den Ehrgeiz von Herkules hat. Im Zieltext hingegen wird dies durch eine Metapher *kein Pappmaschetiger* ausgedrückt, als Phil davon singt, was für ein Mann Herkules sein sollte. In der englischen Originalfassung wird daher in diesem Fall der finanzielle Erfolg sowie das Streben danach betont, während im Zieltext eher das Wesen von Herkules im Mittelpunkt steht, d.h. er soll nicht schwach wie ein Tiger aus Papierbrei sein. Dies kann im äußerlichen sowie innerlichen Sinn verstanden werden, da die Metapher sowohl auf das Äußere als auch auf das Gemüt von Herkules verweisen kann.

Dann wiederum gibt es auch umgekehrte Situationen, z.B. steht in der letzten Strophe des Songs der Befehl von Phil an Herkules *climb that uphill slope*, wobei *uphill slope* als eine Metapher für Herausforderung steht und *climb* die Tätigkeit, mit der man sie überwinden kann, bedeutet. Im Zieltext wird diese Metapher mit dem konkreten, allgemeinsprachlicheren Ausdruck *kämpf dich jetzt nach vorn*, übersetzt, der zwar die gleiche Bedeutung wie in der Originalfassung trägt, bei dem aber die Bildlichkeit zum Teil verloren geht.

Ein Beispiel für die Bildlichkeit, bei der die Übereinstimmung äquivalent gelungen ist, stellt das Wort *underworld* in der zwölften Strophe dar. Die zwei letzten Verse lauten *Before that blasted underworld gets my goat*, in denen *underworld* eine *Metonymie* und eventuell auch eine *Personifikation* darstellt, da das umbenannte Wort für *Hades* bzw. *Tod* steht und als Subjekt des Satzes fungiert, der von einem unbelebten und abstrakten Phänomen, einem Ort, eingeleitet wird. Im Zieltext wird ebenfalls sowohl die *Metonymie* als auch evtl. *Personifikation* benutzt: *Bis die verflixte Unterwelt mich entdeckt*. Der Empfänger bekommt ein äquivalentes Bild von dieser wortwörtlichen Übersetzung.

Im Text *Zero to Hero* erscheinen im Allgemeinen etwas weniger Metaphern, jedoch manifestieren einige Bilder wesentliche Inhalte. In den meisten Fällen handelt es sich um idiomatische oder um umgangssprachliche Ausdrucksweisen, auf die genauer im

folgenden Kapitel zurückgekommen wird. Im zweiten Vers stellt das wiederholte Lexem *zero*, mit dem Herkules wie er am Anfang war, bezeichnet wird, ein Beispiel dar. *Zero* funktioniert hier als eine Metapher für einen Menschen, der nichts wert ist bzw. nichts zustande bringt. Dies wird im Deutschen auch durch eine Metapher mit der gleichen Bedeutung realisiert, nämlich mit dem abwertenden umgangssprachlichen Ausdruck *leere Flasche*, der metaphorisch einen unfähigen Menschen bzw. einen Versager, eine Null bezeichnet.

Im Zieltext von *Zero to Hero* erscheint in der fünften Strophe auch ein Beispiel für *pars pro toto* bzw. *Synekdoche*, nämlich der Ausdruck *Mister Maskulinum*, mit dem Herkules beschrieben wird. Hier steht die prägendste Eigenschaft, d.h. die Maskulinität von Herkules, für das Ganze. Im Ausgangstext dagegen wird in diesem Fall eine Liste seiner Eigenschaften verwendet: *sweet and undefeated*. Hier benutzt der Zieltext mehr Bildlichkeit als das Original.

Ein Vergleich kommt im Zieltext in der fünften Strophe vor, wo die Musen die Eigenschaften von Herkules besingen. Hier wird nach der rhetorischen Frage *Ist er süß?* festgestellt, dass Herkules so süß *wie süße Sahne* sei. Damit wird auf seine Höflichkeit und Lieblichkeit verwiesen. Im Ausgangstext gibt es in diesem Fall wiederum keinen Vergleich, sondern auf die Frage *Is he sweet?* wird mit dem metaphorischen Ausdruck *Our fav'rite flavor* geantwortet, der auf die Beliebtheit von Herkules anspielt.

Die verschiedenen Arten von Metaphorik machen als poetische Elemente die Songtexte interessanter, unterhaltender und sprachlich reicher, was das Interesse des Empfängers verstärkt und seine Fantasie aktiviert. Im Zieltext stimmen die Metapherlösungen mit der Originalfassung gut überein. Es scheint sogar mehr Elemente der Bildlichkeit zu geben als in der Originalfassung.

6.3 Idiome und Umgangssprache

In beiden Songtexten treten mehrfach idiomatische und umgangssprachliche Wendungen auf. Idiome stützen die Bildlichkeit und die Anschaulichkeit der Sprache, indem sie oft metaphorische Komponenten enthalten. Idiome und Umgangssprache wirken besonders lebendig und abwechslungsreich. Wie es schon in Kapitel 3.1 erläutert wurde, dient die gesprochene Sprache, d.h. die Umgangssprache, als ein

prägnantes Element der populären Songlyrik, indem sie die Verständlichkeit der Songtexte erleichtert und zu der Popularität der Songtexte beiträgt, was auch in den ausgewählten Songtexten deutlich wird.

In *One Last Hope* gibt es eine Vielfalt von umgangssprachlichen Idiomen, u.a. steht im dritten Vers in der dritten Strophe *A fellow who'd ring the bell for once*. Das Idiom *ring the bell* bedeutet, dass jemand Erfolg hat (Rekiaro 2007, 48). Im Zieltext wird dieser Ausdruck nicht als Idiom übersetzt, jedoch wird hier das umgangssprachliche Wort *Kerl* benutzt: *ein Kerl mit Niveau*. Inhaltlich sind die Verse adäquat.

Ein anderes Beispiel für Idiome bildet *I've been out to pasture pal*, das vieldeutig interpretiert werden kann. Erstens bedeutet der umgangssprachliche und idiomatische Ausdruck *in Pension sein* (Rekiaro 2007, 444). Zweitens kann er metaphorisch darauf anspielen, dass Phil auf der Weide ist, was möglich ist, da er als Satyr auch ein ‚Ziegetier‘ ist. Im Zieltext kommt dieser Ausdruck im zweiten Vers vor und wurde mit *lebte ich in Pension* übersetzt. Die Stilebene ist hier daher direkter und allgemeinsprachiger als im Original, ohne bildliche Veranschaulichung bzw. Mehrdeutigkeit.

Ein anderes Beispiel für mehrdeutige Idiome kommt in der zwölften Strophe im dritten und vierten Vers *before that blasted underworld, gets my goat* vor. *To get one's goat* gehört zur idiomatischen Umgangssprache mit der Bedeutung *jemandem auf die Nerven gehen* (Rekiaro 2007, 248). Metaphorisch betrachtet, könnte es jedoch in diesem Fall auch bedeuten, dass Phil, der Satyr, umgebracht wird oder stirbt und so in die Unterwelt gerät. Dies wird zielsprachlich übersetzt mit: *Bis die verflixte Unterwelt mich entdeckt*. Die Bedeutung ‚auf die Nerven gehen‘ geht somit in der deutschen Version verloren.

In manchen Stellen kommen in der deutschen Fassung mehr umgangssprachliche Idiome oder Ausdrücke vor, z.B. in der achten Strophe von *One Last Hope*: *verschwanden im Nu*. Dies wird auf Englisch mit *who never came through* ausgedrückt, ohne besondere Umgangssprachlichkeit. In *Zero to Hero* kommen solche Fälle auch vor, beispielsweise steht in der sechsten Strophe *Herc wird die Welt zu Füßen liegen*, was idiomatisch auf seine Beliebtheit verweist. Im Ausgangstext wird dieses dagegen durch eine Intertextualität ausgedrückt: *Hercie, he comes, he sees, he conquers*.

Der Song *Zero to Hero* zeigt eine besonders reiche Vielfalt von umgangssprachlichen Idiomen. In der ersten Strophe kommt *point him at a monster and you're talkin' S.R.O* vor. *S.R.O* steht als Abkürzung für *standing room only*, mit der auf ausverkaufte Theateraufführung angespielt wird, wo nur noch Stehplätze frei sind (Rekiaro 2007, 577). Dies verweist somit auf die Popularität der Kämpfe von Herkules gegen die Ungeheuer. Im Zieltext wird dieser Vers mit *Selbst die schlimmsten Ungeheuer knallt er an die Wand* übersetzt. Hier werden somit die Bedeutung und der Inhalt teilweise verändert, jedoch wird auch im Zieltext das Verb *knallen* benutzt, mit dem der umgangssprachliche Stil bewahrt werden soll.

In der zweiten Strophe in *Zero to Hero* kommt auch ein umgangssprachliches Idiom im Vers *Here was a kid with his act down pat* vor, wobei unter dem Ausdruck *down pat* das schnelle Lernen und das perfekte Beherrschen einer Sache verstanden wird (Rekiaro 2007, 175.) Hier wird auf die Shownummer von Herkules verwiesen, die er sehr schnell gelernt hat. Das wird im Zieltext adäquat realisiert: *Kinder, der Kerl hat es echt geschnallt*. Das umgangssprachliche Verb *schnallen* wird für den Ausdruck *down pat* benutzt. Sogar das Wort *kid* wird hier mit dem umgangssprachlichen deutschen Äquivalent *Kerl* übersetzt.

Im Ausgangstext steht in der vierten Strophe das Idiom *Herc had cash to burn*, das mit *hat Geld so viel wie Heu* ins Deutsche übersetzt ist. Dieses stellt ein besonders gelungenes Beispiel von Übersetzungsäquivalenz dar, wobei im Zieltext ein Idiom mit ganz derselben Bedeutung verwendet wird. Beide Ausdrücke veranschaulichen die große Menge von Geld. Gleich nach diesem Idiom folgt im Ausgangstext *nouveau riche and famous*, wobei der Lehnausdruck aus dem Französischen *nouveau riche* auf das schnelle Reichwerden und Geldausgeben verweist. Im Zieltext wird dies allgemeinsprachlich realisiert, aber mit der gleichen Bedeutung: *so elitär und populär*. Im Zieltext wird offensichtlich, wie schon in Kapitel 6.2. erwähnt wird, weniger auf das Finanzielle verwiesen als in der Originalfassung, wo ständig das Einkommen von Herkules betont wird. Das könnte auf die heutige Konsumgesellschaft sowie das Streben nach Erfolg und Geld hinweisen, was besonders die amerikanische Kultur prägt.

Wie es schon bei den Wiederholungsfiguren festgestellt wurde, wird in der englischen Fassung eine religiöse Stimmung durch solche Ausdrücke wie *Bless my soul* und *Say*

amen geschaffen. Diese Ausdrücke mit ihrer Darstellungsweisen verweisen intertextuell auf Gospelmusik und dadurch auf Afroamerikaner, da z.B. der Chorus des Songs auch gospelartig gesungen wird und die Musen im Film als Afroamerikanerinnen auftreten. Dies kommt auch in der Sprache vor, da in *Zero to Hero* viele amerikanische Slang-Ausdrücke und allgemein Umgangssprache benutzt wird, wie beispielsweise *who'd a thunk* in der sechsten Strophe, was in der schriftlicher Sprache *who would have thought* heißt. In der deutschen Fassung werden diese sprachlichen Eigenschaften hingegen anders realisiert, wobei der Verweis auf die Religiosität nicht vorkommt. *Mann oh Mann* und *Schreit Hurra* schaffen eine allgemeinere Stimmung, mit denen eher auf die Prominenz von Herkules verwiesen wird und nicht auf seine Göttlichkeit. In der Sprache sowie in den Darstellungsweisen wurde daher die pragmatische Eignung bzw. die Zielkultur berücksichtigt, d.h. es geht hier um die pragmatische Äquivalenz.

Ein Element aus dem Bereich Klangbeziehung trägt besonders in diesen Texten zu der Umgangssprachlichkeit der Songtexte bei, nämlich die Apokope. Apokopen erscheinen als Kürzungen der Wörter, weil dabei eine Silbe weggelassen wird. In beiden Songtexten kommt dieses Element in beiden Primärtexten markant vor, beispielsweise in *One Last Hope* in der 13. Strophe im zweiten Vers: *Go make 'em come true*. Mit dieser Abkürzung vom Wort *them* wird die Singbarkeit rhythmisch fließender. Im Zieltext wird diese Stelle ohne Apokope realisiert: *sonst drückt mich der Huf*. Im Deutschen treten Apokopen eher am Verbende auf, wie beispielsweise in *One Last Hope* im Vers *ich krieg' das Greenhorn*. In den Zieltexten kommen Apokopen im Allgemeinen in anderen Versen vor als im Original, jedoch werden sie oft benutzt, um die umgangssprachliche Atmosphäre zu bewahren.

Auch die Abkürzungen des Namens *Herkules*, d.h. die Kosenamen, z.B. *Hercie* und *Herc*, mit denen die Musen ihn ansprechen, schaffen ein umgangssprachliches und familiäres Element. In der deutschen Fassung wird der Kosename *Herk* benutzt.

Zu der Umgangssprachlichkeit tragen auch viele Verben, Pronomen und Substantive bei, z.B. in *One Last Hope* in der ersten Strophe im ersten Vers: *so, ya wanna be a hero, kid*. Dies wird sinngemäß ins Deutsche übersetzt mit *Jeder Trottel will ein Held sein*, wobei mithilfe des Lexems *Trottel* ein umgangssprachlicher Stil bewahrt wird.

Die gesprochene Sprache macht mit ihren Abkürzungen und idiomatischen Wendungen die Anpassung des Textes an die Musik leichter und gibt dem Text eine besonders einprägsame Stilebene.

6.4 Unterhaltende Elemente

In den Disney-Songtexten wird viel mit der Sprache und den Satztypen gespielt, die die Popularität der Texte unterstützen. In diesem Kapitel werden typische unterhaltende bzw. populäre Elemente wie Witze, Wortspiele und Satztypen der Songtexten betrachtet.

In *One Last Hope* wird in der dritten Strophe im dritten und vierten Vers *A fellow who'd ring the bell for once, not the gong* mit der Bedeutung des idiomatischen Ausdrucks *ring the bell* gespielt¹⁸. Mit dem Idiom *ring the bell* wird ausgedrückt, dass Phil auf einen Heldenkandidaten hofft, der endlich erfolgreich wäre. Der Ausdruck *not the gong* hat selbst keine idiomatische Bedeutung, aber er wird zu einem Gegenstück zu *ring the bell*, was einen hoffnungslosen Fall veranschaulicht. Der Gong wird nämlich hier als ein ‚schlechteres‘ oder ‚hässlicheres‘ Instrument betrachtet als die Klingel. Als Phil diesen Vers singt, fällt ihm wegen der Tollpatschigkeit von Herkules ein Pokal auf den Kopf und gleichzeitig ist auch ein Schlag eines Gongs zu hören, was die Bedeutung und Witzigkeit des Verses hervorhebt. Dieses Wortspiel ist nicht direkt übertragbar ins Deutsche, weswegen es im Zieltext mit *Ein Kerl mit Niveau, mal nicht so ein junger Spund* übersetzt wurde. Das Wortspiel geht somit verloren.

In *Zero to Hero* kommt in der dritten Strophe ein Beispiel für Wortspiel oder Sprachspiel vor. Hier singt eine der Musen die Verse *And they slapped his face on ev'ry vase*, worauf eine andere Muse die Aussprache korrigiert: *On ev'ry vahse*, was als stilistisch höher betrachtet wird. Somit geht es sowohl um ein orthographisches als auch um ein phonetisches Sprachspiel. Im Zieltext wird dieses Wortspiel ähnlich realisiert, aber es wird mit den Bedeutungen der Wörter gespielt: *Und es glotzt sein Kopf von jedem **Topf** und Nein, **Porzellan***. Die Bedeutung der Originalfassung bleibt erhalten, da Porzellan wertvoller oder feiner wirkt als ein gewöhnlicher Topf.

¹⁸ Siehe Seite 36.

Zur Unterhaltung gehören auch die unterschiedlichen Satztypen, die in beiden Songtexten reichlich benutzt werden. In *One Last Hope* kommen beispielsweise viele *Ausrufe* vor, die Phil zwischen den gesungenen Versen ruft, z.B. *There goes my ulcer* und *That's more like it!*, die adäquat ins Deutsche übersetzt wurden: *Mein Magengeschwür* und *So gefällst du mir*. Diese Ausrufe schaffen eine Art von Verfremdung, indem sie den normalen Gesang unterbrechen.

Dieses kommt auch in *Zero to Hero* vor. Es wird z.B. eine Anrede verwendet wie in der sechsten Strophe, in der die Musen den Empfänger *Honey* nennen. Diese Anrede bricht die Illusion der Fiktionalität. Dieses Element wird im Zieltext nicht an der gleichen Stelle verwendet, jedoch wird die Anrede *Kinder* in der zweiten Strophe benutzt, was wiederum im Ausgangstext nicht vorkommt. Interessanterweise richten sich diese Anreden an unterschiedliche Adressaten, in der englischen Fassung ist die Anrede sowohl an Kinder als auch an Erwachsenen gerichtet, im Zieltext aber nur an Kinder.

In *Zero to Hero* treten auch mehrere rhetorische Fragen auf, die die Bedeutung der Mitteilungen betonen, wie z.B. in der siebten Strophe: *Who put the glad in gladiator?*. Dieses Sprachspiel wird im Zieltext ähnlich gebildet, jedoch mit unterschiedlichen denotativen Bedeutungen: *Wer ist das Ei in einzigartig?* In beiden Primärtexten stellen diese rhetorischen Fragen nicht nur ein schönes Element, sondern auch sprachliche Witze dar.

6.5 Intertextualität

In den Disney-Filmen, die als beispielhafte Texte der Postmoderne fungieren, wird typischerweise auch die *Intertextualität* benutzt, indem auf andere Werke, Märchen und Geschichten verwiesen wird und auch deren Inhalte miteinander vermischt werden.

Diesem Muster bleibt auch der Film *Herkules* treu, da er ein Intertext zur griechischen Sage *Herkules und seine zwölf Aufgaben* bildet, jedoch mit vielen inhaltlichen Veränderungen und Modernisierungen. Diese Verweise lassen sich auch in den Songtexten finden, z.B. wird in der ersten Strophe von *Zero to Hero* über *monster* gesungen, im Deutschen adäquat mit dem Wort *Ungeheuer* übersetzt, das lose auf die Heldentaten verweist. Solche Wörter wie *Herkules*, *Satyr*, *Underworld* und *Demigod*

aus den beiden Songtexten verweisen alle auf die Antike und die griechische Mythologie, die in den Zieltexten adäquat übersetzt werden.

In den Texten gibt es auch Allusionen anderer Art, wie beispielsweise im Zieltext von *Zero to Hero* in der fünften Strophe: *Mister Maskulinum*. Mit diesem teilweisen Lehnausdruck wird das muskulöse Wesen von Herkules beschrieben, und zwar wird auf die Bodybuildingwettbewerbe wie *Mr. Universum* usw. verwiesen. In der Originalfassung wird diese Art von intertextuellem Verweis nicht verwendet, sondern es gibt die Adjektive *sweet and undefeated*.

In *One Last Hope* kommt in der neunten Strophe der metaphorische Verweis *Don't believe the stories that you read on all the crockery*, wobei mit *crockery* die Medien, verschiedene Zeitungen oder Klatschmagazine gemeint sind. In der Antike wurden die Geschichten von den Helden und ihren Taten nämlich auf Vasen illustriert. Im Zieltext wird eine ähnliche Allusion benutzt und der Inhalt möglichst adäquat bewahrt: *Das, was auf den Vasen steht, hat jeden Leser tief entsetzt*.

Die in *Zero to Hero* vorkommende Alliteration *perfect package packed a pair of pretty pecs* formt ein übertriebenes Klangspiel, das besonders einprägsam ist. Im Zieltext wird diese Effektivität der Alliteration nachgeahmt, indem ein Intertext für eine deutsche Milchwerbung aus den 60er Jahren, nämlich *Milch macht müde Männer munter*¹⁹ benutzt wurde. Mithilfe der Struktur von diesem Werbeslogan wird die Einprägsamkeit und Vielschichtigkeit dieser Alliteration im Vergleich zum Original noch stärker, wo keine Intertextualität benutzt wurde.

Ein Intertext bzw. eine Allusion stellt auch der Titel des Zieltexts von *Zero to Hero* dar, nämlich *In Sekunden auf Hundert*. Hier wird auf das schnelle Erfolgreichwerden von Herkules verwiesen, indem ein Begriff aus dem Motor- oder Autosport verwendet wird. *In Sekunden auf Hundert* bezieht sich nämlich auf die Beschleunigung des Fahrzeugs (Duden Online 2015). Im Titel *Zero to Hero* gibt es dagegen keinen intertextuellen Verweis. Im Zieltext scheinen daher oft mehr intertextuelle Verweise vorhanden zu sein als im Original.

¹⁹ Im Zieltext: *Muckis machen müde Männer munter*

7 Fazit

Der Zweck dieser Arbeit war herauszufinden, wie gelungen die Übersetzungen der zwei ausgewählten Disney-Songtexte sind, wobei die ästhetischen Elemente mit ihrer Wirkungsweise den Schwerpunkt bilden. Die Resultate zeigen, wie gut die deutschen Fassungen realisiert und wie adäquat die ästhetischen Elemente übertragen worden sind. Die Zieltexte sind in Hinsicht der ästhetischen Elemente und der Wirkungsweise der englischen Originalversion sehr ähnlich, es kommen nur kleine Unterschiede im Ablauf vor und es wird sogar versucht, auf der Strophen- und der Versebene ähnliche Elemente zu benutzen.

Jedoch gibt es in den Inhalten stellenweise Unterschiede, die mit der Pragmatik und generell den unterschiedlichen Sprachstrukturen verbunden sind. In den meisten Fällen ist somit festzustellen, dass die Form wichtiger als der Inhalt ist. Die formal-ästhetische Äquivalenz in den Zieltexten ist tatsächlich besonders gut gelungen. Sowohl auf der ästhetischen Ebene als auch auf der inhaltlichen Ebene sind die Zieltexte trotzdem generell sehr äquivalent.

Es ist offensichtlich bemerkbar, dass bei den Übersetzungen danach gestrebt worden ist, möglichst entsprechende lyrische Elemente zu verwenden und dabei auch die originalen Inhalte zu bewahren, um die Disney-artige einprägsame, unterhaltende und ästhetische Wirkung auf den Empfänger auszuüben wie es die Originalversion macht. Es treten jedoch interessante kulturell geprägte Unterschiede auf, wobei in den Ausgangstexten die Religiosität und der materielle Erfolg mehr betont werden als in den Zieltexten.

Natürlich muss darauf geachtet werden, dass in der Untersuchung statt der ganzen Songtexte nur einige Beispielveise und -strophen analysiert wurden, was den Übersetzungsvergleich nicht umfassend untersucht. Daneben überlappen sich die fünf benutzten Kategorien teilweise. Alle die untersuchten Bereiche z.B. gehören im Allgemeinen zu den unterhaltenden und einprägsamen Elementen der Songtexte. In Bezug auf das Ziel dieser Arbeit boten jedoch diese Kategorien mit ihren Beispielen relevante Informationen für valide Schlussfolgerungen.

Mit diesem Thema würde ich gerne weiterarbeiten, indem ich genauer auf die Pragmatik, die Intertextualität und Interkulturalität der Songtexte eingehen würde.

Literaturverzeichnis

Allen, G. 2000: Intertextuality. London: Routledge.

Duden Online 04/20/2015:

http://www.duden.de/rechtschreibung/_null_Kardinalzahl

Encyclopædia Britannica Inc. © 09/15/2015: Tin Pan Alley. Musical History.

<http://global.britannica.com/EBchecked/topic/596493/Tin-Pan-Alley>

Handout des Kurses Literatur II zur Lyrikanalyse, Herbstsemester 2014. Institut für moderne und klassische Sprachen. Universität Jyväskylä.

Hischak, T. S.; Robinson, M. A. 2013: The Disney Song encyclopedia. Plymouth, United Kingdom: Taylor Trade Publishing.

House, J. 2009: Translation. Oxford University Press.

Ingo, R. 1990: Lähtökielestä kohdekieleen. Johdatusta käännöstieteeseen. WSOY.

Gabler, N. 2008: Walt Disney Amerikkalaisuuden ikoni. Übersetzt von Tero Valkonen. Juva: WS Bookwell OY.

Koskimies, R. 1955: Sanan ja runon taide. Lyhyt runousoppi ja johdatus kirjallisuuteen. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Otavan laakapaino.

Kupiainen, U. 1972: Lyhyt runousoppi. Porvoo: WSOY.

Ludwig, H-W. 1990: Literaturwissenschaft im Grundstudium. Arbeitsbuch Lyrikanalyse. Tübingen: Gunter Narr Verlag.

Menken, A. s.a.: Disney's Hercules. Wonderland Music Company, Inc. and Walt Disney Music Company. Hal Leonard Corporation.

Munday, J. 2011: *Introducing Translation Studies. Theories and applications.*
Routledge.

Oxford University Press ©: Oxford Dictionaries 2015.

<http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/show-tune>

Pfister, M. 1991: How Postmodern ist Intertextuality?. In: Plett, H.F (Hg.):
Intertextuality. Research in Text Theory. Berlin: Walter de Gruyter,
S. 207-224.

Plett, H. F. 1991: *Intertextuality. Research in Text Theory.* Berlin: Walter de Gruyter.

Rekiaro, I. 2007: *Amerikanenglannin slangisanakirja.* Juva: WSOY.

Rierola Puigderajols, A. 2001: *A linguistic study of the magic in Disney Lyrics.* Als
PDF-Datei aufrufbar unter der Internet-Adresse:
<http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/35003/4/TEXTOTESIS.pdf>

Salo, H. 2006: {kahle} *KUNINGASLAJI.* Laululyriikan käsikirja. Keuruu: Otavan
Kirjapaino Oy.

Skillings, P. 09/21/2009: *Career Advice from Walt Disney. Escape From Corporate
America.*
<http://www.escapefromcorporate.com/career-advice-from-walt-disney/>

Smith, D. 1996: *Disney A to Z: the official encyclopedia.* New York: Hyperion Books.

Susanin, T. S. 2011: *Walt before Mickey: Disney's early years, 1919-1928.* The
University Press of Mississippi.

Thomas, B. 2001: *Walt Disney Elämäkerta.* Übersetzt von Henry Tanner. 2. Band.
Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino OY.

Ward, A. R. 2002: *Mouse Morality: The Rhetoric of Disney Animated Film.* University
of Texas Press.

WDC1 - The Walt Disney Company ©: Company Overview.

<http://thewaltdisneycompany.com/about-disney/company-overview>

Zugegriffen: 03/23/2015

WDC2 - The Walt Disney Company ©: Disney History.

<http://thewaltdisneycompany.com/about-disney/disney-history>

Seite 1: <http://thewaltdisneycompany.com/about-disney/disney-history/1980-01-01--1989-12-31>

Seite 2: <http://thewaltdisneycompany.com/about-disney/disney-history/1930-01-01--1939-12-31>

Seite 3: <http://thewaltdisneycompany.com/about-disney/disney-history/1990-01-01--1999-12-31>

Zugegriffen: 03/23/2015

WDFM - The Walt Disney Family Museum © 2015 Internetseite:

Seite 1: <http://www.waltdisney.org/beginnings-walt-disney%E2%80%99s-early-years-1901-1923>

Seite 2: <http://www.waltdisney.org/hollywood-1923-1928>

Seite 3: <http://www.waltdisney.org/late-30s-mid-40s>

Seite 4: <http://www.waltdisney.org/new-horizons-emergence-walt-disney-studio-1928-1940>

Seite 5: <http://www.waltdisney.org/post-war-rebuilding-mid-%E2%80%9840s-early-1950s>

Seite 6: <http://www.waltdisney.org/new-success-greater-ambitions>

Zugegriffen: 03/23/2015

Internetquellen

Internet 1: Bio 2015.

<http://www.biography.com/people/walt-disney-9275533#video-gallery>

Zugegriffen: 03/23/2015

Internet 2: Quora Inc.

<http://www.quora.com/Why-was-Mickey-Mouse-more-successful-than-Oswald-the-Lucky-Rabbit>

Zugegriffen: 03/23/2015

Internet 3: Analysis of an American Icon: Mickey Mouse.

<http://farrells.people.cofc.edu/Farrell/Mickey%20Mouse%20Analysis/MickeyMouseAnalysis.html>

Zugegriffen: 03/23/2015

Anhang 1: *One Last Hope*

So, ya wanna be a hero, kid,
well, whoop-de-do.

I have been around the block before
with blockheads just like you.

Each and ev'ryone a disappointment,
pain for which there ain't no ointment.
So much for excuses
though a kid of Zeus is
asking me to jump into the fray,
my answer is two words...

OK.

You win. Oh Gods.

Oy vay!

I'd given up hope that someone would
come along.

A fellow who'd ring the bell for once,
not the gong.

The kind who wins trophies,
won't settle for low fees,
at least semi-pro fees.

But no,

I get the greenhorn.

I've been out to pasture, pal,
my ambition gone.

Content to spend lazy days
and to graze my lawn.

But you need an adviser,
a satyr, but wiser,
a good merchandiser
and oh!

There goes my ulcer.

I'm down to one last hope
and I hope it's you.
Though, kid, you're not exactly
a dream come true.

I've trained enough turkeys
who never came through.
You're my one last hope
So you'll have to do.

Demigods have faced the odds
and ended up a mockery.
Don't believe the stories that
you read on all the crockery.

To be a true hero, kid,
is a dying art.
Like painting a masterpiece,
it's a work of heart.

It takes more than sinew.
Comes down to what's in you.
You have to continue
to grow.

Now that's more like it!

I'm down to one last shot
and my last high note.
Before that blasted underworld
gets my goat.

My dreams are on you, kid.
Go make 'em come true.
Climb that uphill slope.
Keep pushing that envelope.
You're my one last hope,
and, kid, it's up to you.

Anhang 2: *Bleibt nur eine Hoffnung*

Jeder Trottel will ein Held sein,
und nun du dazu.
Von heroischen Idioten
hab' ich eigentlich genug.

Es ist wirklich desillusionierend,
Schmerzhaft und so deprimierend.
Hältst du mich für käuflich,
weil der Sohn von Zeus mich
bittet, ihm zu helfen, nein, er fleht.
Dazu sag' ich zwei Worte...

Okay.

Na gut. Oh Götter.

Oh weh!

Wie oft hab' ich schwer gehofft
auf den Superfund.
Ein Kerl mit Niveau, mal nicht so ein
junger Spund.

Ein mehrfacher Sieger,
kein Pappmaschetiger
Mensch, wenigstens Krieger.
Doch nein,
ich krieg' das Greenhorn

Stinkfaul und gemütlich lebte ich
in Pension.
Ich mähte den Rasen, schmähete die
Ambition.

Und nun steh' ich parat hier,
dein Trainer, und Satyr,
mit echtem Gespür
für Erfolg!

Mein Magengeschwür.

Ich hab' nur eine Hoffnung,
und die bist du.
Doch wenn ich ehrlich bin,
geb' ich's nicht gern zu.

Die ganzen Versager
verschwanden im Nu.

Bleibt nur eine Hoffnung,
und die bist du.

Jeder Halbgott hat's probiert
und sich nur in den Sand gesetzt.
Das, was auf den Vasen steht,
hat jeden Leser tief entsetzt.

Die Kunst, so ein Held zu sein,
ist kein dummer Scherz.
Denn für jedes Meisterwerk
brauchst du auch mal Herz.

Die mickrigen Knochen
verschwinden in Wochen.
Dann wirst du versprochen,
ganz groß.

So gefällst du mir!

Ich hab' noch einen Traum tief in
mir versteckt.
Bis die verflixte Unterwelt
mich entdeckt.

Ich muss auf dich bauen,
sonst drückt mich der Huf.
Kämpf' dich jetzt nach vorn,
das Spiel ist noch nicht verlorn.
Meine einz'ge Hoffnung bist und bleibst nur du.

Anhang 3: *Zero to Hero*

Bless my soul,
Herc was on a roll,
person of the week in ev'ry Greek opinion poll.
What a pro,
Herc could stop a show.
Point him at a monster and you're talkin' S.R.O.

He was a no one,
a zero, zero.
Now he's a honcho,
he's a hero.
Here was a kid with his act down pat.
From zero to hero
in no time flat.
Zero to hero,
Just like that.

When he smiled
the girls went wild
with oohs and ahs.
And they slapped his face
on ev'ry vase.
On ev'ry vahse.

From appearance fees and royalties
our Herc had cash to burn.
Now nouveau riche and famous
he could tell you what's a Grecian urn.

Say amen,
there he goes again.
Sweet and undefeated

and an awesome ten for ten.

Folks lined up
just to watch him flex,
and this perfect package packed a pair of pretty pees.

Hercie, he comes, he sees, he conquers.
Honey, the crowds were going bonkers.
He showed the moxie, brains and spunk,
from zero to hero,
a major hunk.
Zero to hero,
and who'd a thunk?

Who put the glad in gladiator?
Hercules.
Whose daring deeds are great theater?
Hercules.
Is he bold?
No one braver.
Is he sweet?
Our fav'rite flavor.
Hercules. Hercules. Hercules. Hercules. Hercules. Hercules.

Bless my soul,
Herc was on a roll,
undefeated.
Riding high,
and the nicest guy.
Not conceited.

He was a nothing,
zero, zero.
Now he's a honcho,
he's a hero.

He hit the heights at breakneck speed.
From zero to hero.
Herc is a hero.
Now he's a hero.
Yes, indeed.

Anhang 4: *In Sekunden auf Hundert*

Mann oh Mann
Herkules geht ran
Spitze jeder Hitparade in ganz Griechenland
Allerhand
Was er alles kann
Selbst die schlimmsten Ungeheuer knallt er an die Wand

Er war 'ne Flasche,
leere Flasche.
Nun steckt er alle
in die Tasche.
Kinder, der Kerl hat es echt geschnallt.
In Sekunden auf Hundert,
total geballt.
In Sekunden auf Hundert,
bis es knallt.

Nur ein Lächeln
Frauen hecheln
uuh und aah.
Und es glotzt sein Kopf
von jedem Topf.
Nein, Porzellan.

Wer so teuer ist wie Herkules,

hat Geld so viel wie Heu.
So elitär und populär,
dem Typen ist doch nichts mehr neu.

Schreit Hurra,
Herk ist wieder da.
Mister Maskulinum
war im Nu ein Superstar
Ausverkauft
Jede Muskelshau
Muckis machen müde Männer munter wie die Sau.

Herk wird die Welt zu Füßen liegen.
Er kam, er sah und er wird siegen.
Tapfer und tollkühn und todschick.
In Sekunden auf Hundert
ein starkes Stück.
In Sekunden auf Hundert
na so ein Glück.

Wer ist das Ei in einzigartig?
Herkules.
Dramatisch und komödiantisch.
Herkules.
Ist er toll?
Keine Frage.
Ist er süß?
Wie süße Sahne.
Herkules. Herkules. Herkules. Herkules. Herkules. Herkules.

Mann oh Mann,
Herkules geht ran,
scheut Intrigen.
Luxusstar,
ist doch wirklich wahr.

Er muss siegen.

Er war 'ne Flasche,

leere Flasche.

Herkules hat 'ne

neue Masche.

Schoss an die Spitze jeder Schau.

In Sekunden auf Hundert.

Herk ist auf Hundert.

Immer auf Hundert.

Ganz genau.