

Inhalt

0 Vorüberlegungen zum Bildtitel	1
0.1 Das Ziel dieser Arbeit	2
0.2 Der Forschungsstand	2
0.3 Vorgehensweise, Methode und Korpus	8
0.4 Historischer Abriss zur Vergabe und zur Wirkung von Bildtiteln	10
0.5 Beschreibung, Analyse, Interpretation und Kern eines Kunstwerks	14
0.6 Das dieser Arbeit zugrunde liegende Zeichenmodell	20
1 Exkurs 1 – Eine Umfrage bei Museen und Kunst-Verlagen	24
1.1 Zur Vergabe, Verwaltung und Verarbeitung der Bildtitel	26
1.2 Zum Phänomen <i>Ohne Titel</i>	29
1.3 Zum Umgang mit alternativen Titeln für dasselbe Bild	31
1.4 Fazit zur Museums- und Verlagsumfrage	33
2 Exkurs 2 – Ist der Titel der Eigenname des Bildes?	35
2.1 Was zählt generell als Eigenname?	37
2.2 Was unterscheidet Eigen- und Gattungsnamen? – Wozu gehören Titel?	38
2.3 Haben EN eine spezielle Form? – Entsprechen Titel dieser Form?	39
2.4 Inwieweit sind EN übersetzbar? – Wie werden Titel übersetzt?	40
2.5 Haben EN Bedeutung? – Gilt das Gleiche für Titel?	41
2.6 Was bezeichnen EN? – Bezeichnen Titel Ähnliches?	43
2.7 Welche Funktionen haben EN? – Erfüllen Titel diese Funktionen?	45
2.8 Fazit zum Titel als dem Eigennamen des Bildes	46
3 Die syntaktischen Charakteristika von Bildtiteln	47
3.1 Begriffe, Methoden und syntaktische Titelkategorien	49
3.1.1 <i>Begriffe</i>	49
3.1.2 <i>Methoden</i>	50
3.1.3 <i>Syntaktische Titelkategorien</i>	52
3.2 Die Ergebnisse und ihre Interpretation	55
3.2.1 <i>Titellänge</i>	55
3.2.2 <i>Titeltypen</i>	57
3.2.2.1 Einfache Titel	57
3.2.2.2 Mehrgliedrige Titel	58
3.2.3 <i>Titelstrukturen</i>	63
3.2.3.1 Nominale Strukturen	64
3.2.3.2 Präpositionale Strukturen	75
3.2.3.3 Verbale Strukturen	76
3.2.3.4 Satzformige Strukturen	78
3.3 Fazit zu den syntaktischen Charakteristika von Bildtiteln	83
3.4 Ein Vergleich der Syntax von Bildtiteln mit der Syntax literarischer Titel	84
3.5 Auffälligkeiten der historischen syntaktischen Veränderung von Bildtiteln	86

4 Die semantischen Charakteristika von Bildtiteln	88
4.1 Methoden und Begriffe	91
4.2 Die Bedeutungsgruppen der Titel	94
4.3 Die Bedeutungsgruppen der Wörter	95
4.3.1 <i>Die Verben</i>	95
4.3.1.1 Die Zeitebenen	96
4.3.1.2 Die Bedeutungskategorien der Verben	98
4.3.1.3 Fazit zur Untersuchung der Verben	101
4.3.2 <i>Die Nomen</i>	102
4.3.2.1 Konkreta	103
4.3.2.2 Abstrakta	105
4.3.2.3 Metasprachliches/-bildliches	108
4.3.2.4 Fazit zur Untersuchung der Nomen	108
4.3.3 <i>Die Pronomen</i>	109
4.3.4 <i>Die Artikel</i>	109
4.3.4.1 Der bestimmte Artikel	110
4.3.4.2 Der unbestimmte Artikel	111
4.3.4.3 Der Nullartikel	111
4.3.4.4 Fazit zur Untersuchung der Artikel	112
4.3.5 <i>Die Konjunktionen</i>	112
4.4 Die Bedeutungsgruppen der Attribute und Satzglieder	114
4.4.1 <i>Casus recti und Subjekte</i>	114
4.4.1.1 Die Casus recti – Der Prototyp des Bildtitels	114
4.4.1.2 Die Subjekte – Das Phänomen des Aussagesatzes	115
4.4.1.3 Vergleich der Casus recti und der Subjekte – Kurz zur Ellipsenfrage	117
4.4.2 <i>Die Bedeutungsgruppen der Attribute</i>	119
4.4.2.1 Die Adjektivattribute	119
4.4.2.2 Die Präpositionalattribute	122
4.4.2.3 Die Genitivattribute	125
4.4.2.4 Die Appositionen	126
4.4.2.5 Die Konjunkionalattribute	128
4.4.2.6 Fazit zur Untersuchung der Attribute	129
4.4.3 <i>Die Bedeutungsgruppen der adverbialen Bestimmungen und Objekte</i>	129
4.4.3.1 Die adverbialen Bestimmungen	130
4.4.3.2 Die Präpositionalobjekte	132
4.4.3.3 Die Akkusativobjekte	132
4.4.3.4 Die Dativobjekte	133
4.4.3.5 Fazit zur Untersuchung der adverbialen Bestimmungen und der Objekte	134
4.5 Fazit zu den semantischen Charakteristika von Bildtiteln	134
5 Die Einheit ‚Titel und Bild‘ als Kunstwerk	136
5.1 Überlegungen zu den Verbindungen zwischen Sprache und Bild	138
5.2 Die Präsentation der Einheit ‚Titel und Bild‘ in den untersuchten Büchern	143
5.3 Das Titel-Bild-Verhältnis	145
5.3.1 <i>Handlung</i>	145
5.3.1.1 Im Casus rectus benannte Handlung	146
5.3.1.2 Im Casus rectus benannter Handelnder	150
5.3.1.3 Im Bildtitel benanntes Handlungsziel	152

5.3.1.4	Im Bildtitel benanntes Handlungsmittel	153
5.3.1.5	Im Titel nicht deklarierte Handlung	154
5.3.1.6	Fazit zur Handlung	156
5.3.2	<i>Anordnung</i>	157
5.3.2.1	Zentrum und Umgebung	157
5.3.2.2	Vordergrund und Hintergrund	160
5.3.2.3	Links und rechts	163
5.3.2.4	Oben und unten	165
5.3.2.5	Fazit zur Anordnung	166
5.3.3	<i>Setting</i>	167
5.3.3.1	Größe	167
5.3.3.2	Rahmung	170
5.3.3.3	Farbkontraste	171
5.3.3.4	Fazit zum Setting	172
5.3.4	<i>Format und Perspektive</i>	173
5.3.5	<i>Kontaktaufnahme zum Leser/Betrachter durch Titel/Bild</i>	174
5.3.6	<i>Wertung</i>	177
5.3.7	<i>Wirklichkeitsbezug</i>	180
5.3.8	<i>Benennung der gesamten Darstellung durch den Titel</i>	184
5.4	<i>Metapher, Symbol, Allegorie</i>	187
5.4.1	<i>Die Diskussion um den Begriff der Metapher</i>	188
5.4.2	<i>Mythologische Gestalten und Ereignisse</i>	196
5.4.3	<i>Die Typen von Sinnbildern in Bildtiteln</i>	202
5.4.3.1	Mögliche, aber nicht notwendige Sinnbilder in Titeln	203
5.4.3.2	Eindeutig sinnbildliche Titel	204
5.4.3.3	Fazit zu den Typen von Sinnbildern in Bildtiteln	209
5.4.4	<i>Aufgrund des Titel-Bild-Verhältnisses entstehende Sinnbilder</i>	210
5.4.4.1	Übereinstimmende Sinnbilder in Titel und Bild	210
5.4.4.2	Durch den Titel-Bild-Bezug entstehende Sinnbilder	214
5.4.4.3	Fazit zu den Sinnbildern im Titel-Bild-Verhältnis	218
5.5	<i>Leerstellen in Bildtiteln</i>	219
5.6	<i>Textualität</i>	225
5.6.1	<i>Kohäsion</i>	226
5.6.2	<i>Weitere Textualitätskriterien</i>	228
5.6.3	<i>Fazit zur Textualität</i>	230
5.7	<i>Thema und Rhema im Titel-Bild-Verhältnis</i>	231
5.7.1	<i>Das Bild ist das Rhema, der Titel ist das Thema des Kunstwerks</i>	232
5.7.2	<i>Der Titel ist das Rhema, das Bild ist das Thema des Kunstwerks</i>	234
5.7.3	<i>Titel und Bild liefern zusammen das Rhema des Kunstwerks</i>	234
5.7.4	<i>Fazit zur Thema-Rhema-Gliederung</i>	235
5.8	<i>Fazit zur Einheit ‚Titel und Bild‘: Kategorien des Titel-Bild-Verhältnisses</i>	236
6	Die Rezeptionsstudie – Die Bilder in den Köpfen	242
6.1	<i>Theoretische Überlegungen</i>	242
6.2	<i>Methodisches Vorgehen</i>	249
6.2.1	<i>Die Probebefragung</i>	250
6.2.2	<i>Die Auswahl der Titel und Bilder</i>	256
6.2.2.1	<i>Beweinung Christi</i>	257
6.2.2.2	<i>Der ermordete Marat</i>	261

6.2.2.3	<i>Blaue Pole</i>	265
6.2.2.4	<i>Die Gebete der Mutter</i>	268
6.2.3	<i>Hypothesen</i>	271
6.2.4	<i>Die Durchführung der Befragungen</i>	272
6.2.4.1	Die Probanden	272
6.2.4.2	Die Fragebögen	273
6.2.4.3	Die Interviews	277
6.3	<i>Die Präsentation der Ergebnisse</i>	278
6.3.1	<i>Die Ergebnisse der Fragebögen</i>	278
6.3.1.1	<i>Zu Beweinung Christi</i>	278
6.3.1.2	<i>Zu Der ermordete Marat</i>	283
6.3.1.3	<i>Zu Blaue Pole</i>	287
6.3.1.4	<i>Zu Die Gebete der Mutter</i>	292
6.3.2	<i>Die Ergebnisse der Interviews</i>	296
6.3.2.1	<i>Zu Beweinung Christi</i>	297
6.3.2.2	<i>Zu Der ermordete Marat</i>	298
6.3.2.3	<i>Zu Blaue Pole</i>	299
6.3.2.4	<i>Zu Die Gebete der Mutter</i>	301
6.3.2.5	Aussagen zu den Probanden bei den Interviews	302
6.3.3	<i>Die Kontrollgruppe: Titel und Bild zusammen</i>	304
6.3.3.1	Ergebnisse der Fragebogen-Kontrollgruppe	304
6.3.3.2	Ergebnisse der Interview-Kontrollgruppe	305
6.4	<i>Die Auswertung der Ergebnisse</i>	305
6.4.1	<i>Die Rezeption der vier Titel-Bild-Verhältnisse</i>	305
6.4.1.1	<i>Zusammenfassung zu Beweinung Christi</i>	306
6.4.1.2	<i>Zusammenfassung zu Der ermordete Marat</i>	307
6.4.1.3	<i>Zusammenfassung zu Blaue Pole</i>	308
6.4.1.4	<i>Zusammenfassung zu Die Gebete der Mutter</i>	309
6.4.2	<i>Die von den Probanden vergebenen Titel</i>	310
6.4.3	<i>Die Gesamtauswertung</i>	311
6.4.3.1	Der Einfluss des Titel-Bild-Verhältnisses auf die Rezeption	312
6.4.3.2	Der Einfluss der Rezipienten auf die Rezeption	316
6.5	<i>Fazit zur Rezeption von Bildtiteln</i>	318
7	<i>Die Funktionen des Bildtitels</i>	321
7.1	Die referentielle oder Darstellungsfunktion (Gegenstand)	323
7.2	Die emotive oder Ausdrucksfunktion (Sender)	327
7.3	Die konative oder Appellfunktion (Empfänger)	329
7.4	Die phatische Funktion (Kontakt)	331
7.5	Die metasprachliche Funktion (Kode)	333
7.6	Die poetische Funktion (Zeichen selbst/Botschaft)	334
7.7	Fazit zu den Funktionen von Bildtiteln	335
8	<i>Zusammenfassende Schlussbemerkungen</i>	337
9	<i>Abkürzungen</i>	343
10	<i>Übersicht über die an der Umfrage beteiligten Museen und Verlage</i>	344
11	<i>Bibliografie</i>	347
12	<i>Bild- und Copyright-Nachweis</i>	361