

Magdalena Makowska
Katedra Filologii Germańskiej
Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

AUF EINER BRÜCKE ZWISCHEN TITEL UND TEXT – TITELFUNKTIONEN

Word keys: title, title function, text, text function, criteria of textuality

Texte wurden unterschiedlich definiert. Neben den rein an den sprachlichen Strukturen orientierten, also textinternen Definitionen, wie diese bei Harweg: „Ein Text ist ein durch ununterbrochene pronominale Verkettung konstituiertes Nacheinander sprachlicher Einheiten“ [Harweg 1968: 148], über den intergrativen Textbegriff: „Der Terminus ‘Text’ bezeichnet eine begrenzte Folge von sprachlichen Zeichen, die in sich kohärent ist und die als Ganzes eine erkennbare kommunikative Funktion signalisiert“ [Brinker 2001: 17], werden auch die kommunikations orientierten, also textexterne Definitionen zitiert, wie die von Adamzik, in der Text als vom Rezipienten zu definierende Zeichenmenge betrachtet ist: „Ein Text ist ein Ausschnitt aus einem Diskurs, den jemand in einer bestimmten Situation und zu einem bestimmten Zweck als zusammenhängend und in sich abgeschlossen deklariert“ [Adamzik 2004: 258]. Schon diese Beispiele beweisen, dass die sprachwissenschaftlichen Einstellungen zum Thema Text unterschiedlich sind, ähnlich wie im Falle von anderen linguistischen Begriffen, wie z.B. Satz oder Wort. Bis heute gibt es eigentlich keine endgültige, allgemein anerkannte Definition des Terminus ‘Text’. Gansel/Jürgens vertreten die Meinung, dass die Kategorie ‘Text’ von verschiedenen Blickpunkten aus betrachtet werden soll, „um statt einer Definition so etwas wie Kriterien dafür aufzustellen, was denn einen Text zum Text macht“ [Gansel/Jürgens 2007: 23]. In ähnlicher Weise postuliert Adamzik „Kriterien zu benennen, die erlauben zu bestimmen, was einen Text zu einem mehr oder weniger guten, verständlichen, kohärenten, kommunikativ funktionalen usw. macht“ [Adamzik 2004: 44].

Einen der bekanntesten Versuche, Kriterien der Textualität zu definieren, haben 1981 de Beaugrande/Dressler vorgeschlagen. Die gleichzeitige Erfüllung

aller von ihnen formulierten Kriterien, d.h. Kohäsion, Kohärenz, Intentionalität, Akzeptabilität, Informativität, Situationalität und Intertextualität, soll garantieren, dass man mit einem richtigen Text zu tun hat [vgl. de Beaugrande/Dressler 1981: 8ff]. „Wenn irgendeines dieser Kriterien als nicht erfüllt betrachtet wird, so gilt der Text nicht als kommunikativ. Daher werden nicht-kommunikative Texte als Nicht-Texte behandelt“ [de Beaugrande/Dressler 1981: 3].

Während Warnke die Textualitätskriterien von de Beaugrande/Dressler für einschlägige Matrixkarte der Textlinguistik hält [vgl. Warnke 2002: 127], geht Sandig zwar von diesen zentralen Textmerkmalen aus, aber sie postuliert Text als prototypisches Konzept zu betrachten, indem sie betont: „Texte als in der Regel komplexe Einheiten werden in Situationen (Situationalität) verwendet, um in der Gesellschaft Aufgaben zu lösen (Intentionalität/Textfunktion), die auf Sachverhalte (Thema; Kohärenz) bezogen sind. [...] Das wichtigste dieser zentralen Merkmale ist die Textfunktion“ [Sandig 2000: 99]. So verstandener Textbegriff wird diesem Artikel zugrunde gelegt.

Im Katalog von Textualitätskriterien nach de Beaugrande/Dressler fungiert Kohäsion als erstes Kriterium. Adamzik beweist aber, dass man Kohäsion nicht unbedingt braucht, um von einem (kommunikativen) Text sprechen zu können, weil im Falle von sprachlichen Äußerungen nicht nur ihre Struktur interessant scheint, sondern auch ihr kommunikativer Wert [vgl. Adamzik 2004: 50, 107]. Für Pilz gelten Kohärenz und Funktion als „konstitutive Größen der Einheit ‘Text’“ und „stehen in einem Verhältnis zueinander, das als wechselseitig ergänzend zu charakterisieren ist, wobei die Textfunktion wohl stärker im Dienste der Kohärenz steht als umgekehrt“ [Pilz 1995: 7]. Nach Vater gibt es aber auch solche „Texte, die insgesamt oder in Teilen nicht kohärent sind und trotzdem akzeptiert werden, weil offenbar auch Unsinn Vergnügen bereiten kann, d.h. funktional ist“ [Vater 1992: 54]. Auch für Brinker gilt „erkennbare kommunikative Funktion“ [Brinker 2001: 17] als zentrales Kriterium, was de Beaugrande/Dressler für möglich halten, indem sie feststellen: „Es gibt bei den Textbenutzern eine gewisse Toleranz gegenüber Kohäsions- oder Kohärenzstörungen, solange die Zweckhaftigkeit der Kommunikation besteht“ [de Beaugrande/Dressler 1981: 118].

Intentionalität als eines der von de Beaugrande/Dressler formulierten Textualitätskriterien gilt als Bestätigung dessen, dass bei der Produktion von Texten die Intentionen ihrer Produzenten von besonderer Bedeutung sind. Die Absicht, einen kohäsiven und kohärenten Text zu schaffen, steht in einem engen Zusammenhang mit dem Zweck, den dieser Text im Rahmen einer Kommunikationssituation zu erfüllen hat. Eben dieser Zweck, dessen Erfüllung die Aufgabe eines Textes ist, kann als Textfunktion bezeichnet werden [vgl. Brinker 2000: 175].

In der Fachliteratur lassen sich mehrere Klassifikationen der Textfunktionen unterscheiden. Brinker geht vom Terminus ‘Text’ aus und definiert ihn als „eine komplexe sprachliche Handlung [...], die in eine konkrete Kommunikationssituation eingebettet ist und für die eine bestimmte kommunikative Funktion konstitutiv ist“

[Brinker 2000: 175]. In einem Kommunikationsprozess erhält jeder Text, darunter auch ein Titel, einen Sinn und hat eine oder mehrere Funktionen zu erfüllen, die auf unterschiedliche Art und Weise – mit sprachlichen oder kontextuellen Mitteln – angezeigt werden können. Nach Brinker sind fünf textuelle Grundfunktionen zu unterscheiden [vgl. Brinker 2000: 176ff]:

1. Informationsfunktion, in der der Emittent den Rezipienten über den Sachverhalt X (Textinhalt) informiert, ihm ein bestimmtes Wissen vermittelt (Textsorte: Berichte, Nachrichten, Schilderungen, Rezension).

2. Appellfunktion, in der der Emittent von dem Rezipienten erwartet, dass dieser die Einstellung (Meinung) X übernimmt / die Handlung X vollzieht (Textsorte: Gebrauchsanweisungen, Anträge, Vorschriften, Einladungen, Werbeanzeige, Predigt).

3. Obligationsfunktion, in der der Emittent sich verpflichtet, etwas durchzuführen (Textsorte: Angebot, Garantieschein).

4. Kontaktfunktion, in der der Emittent sich als Ziel setzt, den Kontakt mit dem Rezipienten herzustellen, zu erhalten und dann zu beenden (Textsorte: Gratulations- und Kondolenzbriefe).

5. Deklarationsfunktion, in der der Emittent mit Hilfe seines Textes dem Rezipienten eine neue Realität anbietet (Textsorte: Testament, Bescheinigung).

Unter den von Brinker genannten Textfunktionen scheinen im Kontext eines Titels vor allem drei: Informationsfunktion, Appellfunktion und Kontaktfunktion wichtig zu sein. Zu den Aufgaben eines Titels gehört bestimmt diese, über ein Werk, seinen Ko-Text zu informieren. Das, wie diese Funktion realisiert wird, hängt u.a. davon ab, welche Art des Titels in Frage kommt. Im Falle von wissenschaftlichen Titeln scheint diese Information, die der Titel in sich trägt, besonders prägnant zu sein, weil anhand dieser Information der Rezipient entscheidet, ob der Ko-Text im Bereich seines wissenschaftlichen Interesses liegt oder nicht. In diesem Sinne informiert der Titel über seinen Ko-Text. Im Gegensatz dazu findet die Appellfunktion ihre Anwendung vor allem in den Schlagzeilen, wenn man sich als Ziel setzt, die Leser zu bestimmten Handlungen oder Einstellungen zu überzeugen. Es wird in den Schlagzeilen appelliert und dadurch nimmt man Einfluss auf die Öffentlichkeit, wenn z.B. versucht wird, die anderen zu konkreten Reaktionen zu bewegen. Auch Kontaktfunktion gehört bestimmt zum Bereich 'Titelfunktionen', weil eben der Titel als erstes Signal, erste Information gilt, die der Autor seinem Leser sendet, unabhängig davon, ob er ihm mit seinem neuen Roman, dem Gemälde oder seinem wissenschaftlichen Artikel bekannt machen möchte [vgl. Rothe 1986: 29, dazu auch Mecke 2000: 51]. Mit Hilfe eines Titels wird immer der erste Kontakt zwischen dem Emittenten und seinem Rezipienten aufgenommen.

Diese drei Textfunktionen scheinen in Bezug auf den Titel von grundlegender Bedeutung zu sein. Dank ihnen ist es möglich, den Kontakt zwischen dem Emittenten und seinem Rezipienten aufzunehmen und diesen zu erhalten (Kontaktfunktion), den Rezipienten über den Text zu informieren (Informationsfunktion)

aber auch ihn zu bestimmten Handlungen oder Einstellungen zu provozieren (Appellfunktion). So sind grundlegende Aufgaben jedes Titels, unabhängig davon, welchen Bereich des Lebens und der menschlichen Aktivität der Titel und sein Ko-Text repräsentieren. Im vorliegenden Artikel konzentriert man sich auf literarischen Titel und seine Funktionen, die er in der Autor – Leser – Beziehung zu erfüllen hat.

Eine speziell auf literarischen Titel fokussierte Klassifikation von Funktionen präsentiert Weinrich, für den ein Titel „eine Art Kurztext [ist], der mit einem zugehörigen Langtext ein Textpaar bildet“ [Weinrich 2006: 101]. In seinem Versuch, alle möglichen Aufgaben eines literarischen Titels zu beschreiben, bezieht er sich auf frühere Klassifikationen u.a. die von Rothe [1986]. Als Ergebnis seiner Forschung für Titelfunktionen gelten: Mitteilungsfunktion, Ausdrucksfunktion, Appellfunktion, poetische Funktion, phatische Funktion und metasprachliche (auch metakommunikative) Funktion [vgl. Weinrich 2006: 104ff].

Als erste Funktion, die ein literarischer Titel erfüllen soll, nennt Weinrich die Mitteilungsfunktion, die darin besteht, dass „sie auf einen vorerst rätselhaften Inhalt vorverweist und dadurch beim prospektiven Leser eine starke Mitteilungserwartung, also eine besondere Form der Neugierde erzeugt“ [Weinrich 2006: 105]. Das, inwieweit ein literarischer Titel über seinen Ko-Text, d.h. über dessen Inhalt informiert, ist nicht von solcher Bedeutung, wie im Falle von theoretischen bzw. wissenschaftlichen Texten, aber auch ein literarischer Titel vermittelt bestimmte Informationen, die dem Leser eine erste Vorstellung davon geben, was er während der Lektüre (mit)erleben kann. Mit Hilfe dieser ersten im Titel versteckten Information wird der Leser von dem Autor ‘angesprochen’ und zur Lektüre ‘eingeladen’. Diese Funktion kommt zum Ausdruck z.B. in solchen Titeln wie: *Annas Entscheidung* von Sabine Kornbichler oder *Die Klavierspielerin* von Elfriede Jelinek. Während im ersten Fall dem Leser mitgeteilt wird, dass eine Entscheidung von Anna getroffen wird, dient der zweite Titel eher dazu, die Hauptfigur zu präsentieren.

Unter Ausdrucksfunktion eines Titels versteht Weinrich [2006] eine solche Situation, in der ein Leser dazu inspiriert wird, bestimmte Assoziationen zu bilden, zwischen dem, was ihm bekannt ist, und dem, was der Titel beinhaltet [vgl. Weinrich 2006: 105], wie es z.B. in Titeln *Erst die Rache*, dann *das Vergnügen von Eva Heller*, *Liebe macht dumm* von Nina Geiger oder *Die Frau aus Tausendundeiner Nacht* von Marion von Schröder der Fall ist. Mit Hilfe der Ausdrucksfunktion werden eher Gefühle und Emotionen des Autors präsentiert und der Rückbezug auf den Ko-Text bleibt im Schatten. Man braucht also solche Büchertitel, die sich den Menschen besonders leicht einprägen und die erst nach der Lektüre des Buches richtig verständlich werden. Der Titel macht also eine erste Aussage über den Text und auf diese Art und Weise beeinflusst er dessen Lektüre, wobei es sich hier nicht mehr um den Inhalt des Textes handelt, sondern eher um das ‘Klima’, das den Leser während der Lektüre begleiten wird. Rothe betont, dass es mit Hilfe der Ausdrucksfunktion sogar möglich ist, zu bestimmen, welche

Sprachgemeinschaft ein Titelgeber (Autor, Herausgeber oder z.B. Übersetzer) repräsentiert [vgl. Rothe 1986: 161ff]. So wird der Buchtitel zu einem seinen Verfasser charakterisierenden Markenzeichen.

Die Appellfunktion ermöglicht dem Autor, Denkensweise, Entscheidungen aber auch konkretes Verhalten seiner Leser zu beeinflussen, infolgedessen sie sich z.B. in die Lage der Protagonisten versetzen und ihre Geschichte miterleben [vgl. Weinrich 2006: 105]. Gutes Beispiel wäre hier *Zur Hölle mit den guten Sitten!* von Jule Brand. Nord betont, dass auch Titel-Anspielung und Titel-Zitat zu den Mitteln gehören, mit denen eben die Appellfunktion von Titeln realisiert wird [vgl. Nord 1988: 522]. Dank solchen Ausdrucksmitteln, die besonders suggestiv sind, kann der Leser gleichzeitig zum Kauf des Buches so stimuliert und aktiviert werden, dass der Titel zu einem Werbetext wird, mit Hilfe dessen für das Buch und um den Käufer geworben wird. Dank dieser in Worten versteckten Suggestion appelliert der Autor zu seinem Leser, zu seiner Vorstellungskraft, zu seinen Emotionen.

Während die oben dargestellten Funktionen sich auf die Wirklichkeit (Mitteilungsfunktion), auf den Produzenten des Textes (Ausdrucksfunktion) oder auf den Rezipienten (Appellfunktion) beziehen, scheint im Rahmen der poetischen Funktion Rückbezug auf die Sprache und den Text selbst von grundlegender Bedeutung zu sein. Mit Hilfe von 'schönen Ausdrücken' wird mit Worten gemalt und gleichzeitig versucht, die Aufmerksamkeit des Lesers auf die sprachliche Komposition und damit den Text selbst zu lenken. Weinrich bezeichnet das als „ein spielerisches Hin und Her zwischen der paradigmatischen und der syntagmatischen Sprachebene“ [Weinrich 2006: 106]. Diese Funktion kommt zum Ausdruck u.a. in solchen Titeln wie: *Deine Augen, meine Sterne* von Louise Boije af Gennäs, *Mannomann* von Jil Karoly oder *Küß mich, küß mich* von Fiona Walker. Selbst dadurch, dass man sich im Rahmen der poetischen Funktion so unterschiedlicher Ausdrucksmittel wie Alliteration, Assonanz oder Anapher bedient, weckt der Titel bei dem Leser noch größeres Interesse, was die Beziehung zwischen ihm und dem gelesenen Text noch enger macht. Folge davon können Verlangsamung oder Wiederholung der Lektüre sein, was aber positive Auswirkungen haben kann: Der Leser ist an diesem Buch wirklich interessiert und die Lektüre macht ihm echten Spaß [vgl. Rothe 1986: 85].

Ziel der phatischen Funktion ist es, zur Aufnahme des Kontakts zwischen dem Autor und dem Leser zu führen und diesen Kontakt möglichst lange lebendig zu erhalten. In diesem Kontext spricht Weinrich über „gewisse 'Anmutungserlebnisse', die das Klima der Rezeption bestimmen“ [Weinrich 2006: 106], wie z.B. in Titeln *Kennen wir uns nicht?* von Sophie Kinsella oder *Töte mich zuerst* von Kate Morgenroth.

Die Herstellung des Kontakts zwischen dem Leser und dem Autor kommt auf unterschiedlichen Ebenen zustande. Zu bestimmter Art des physischen Kontakts zwischen den beiden kommt es schon dann, wenn der erste das Buch aufschlägt. Nach Weinrich ist dieser noch kein Leser, er ist nur ein Passant, der erst zum Leser wird [vgl. Weinrich 1976: 196]. Infolge der Kontaktnahme wird

der Passant mit Hilfe des Titels als potenzieller Leser angesprochen, und so wird er von dem einfachen Passanten zu dem richtigen Textempfänger. Rothe spricht in diesem Kontext von „effektiven Blickfängern“, zu denen er u.a. Apostrophen oder andere Reizwörter zählt [vgl. Rothe 1986: 90f]. Unter diesen Reizwörtern könnte man natürlich sowohl positive, als auch negative Beispiele finden, je nachdem, ob sie wirklich den Leser anziehen oder eher abstoßen. Es gibt aber wie auch immer eine Gruppe von solchen Begriffen, die keine bloßen Modewörter sind, wie z.B. ‘Geheimnis’, das – nach Rothe – bestimmte Rätselhaftigkeit des Titels ausdrückt [vgl. Rothe 1986: 94f], z.B. Das Geheimnis der Hebamme von Sabine Ebert.

Die Kontaktaufnahme alleine reicht selbstverständlich nicht aus. Viel schwieriger ist es bestimmt, den aufgenommenen Kontakt zu erhalten. Es ist erst dann möglich, wenn sich der Titel richtig einprägt. Rothe nennt bestimmte Vor- und Nachteile, die der eingeprägte Titel sowohl für den Rezipienten als auch den Produzenten mit sich bringt [vgl. Rothe 1986: 98f]. Bei den Produzenten geht es natürlich um die finanzielle Seite, weil diese von einem höheren Bücherabsatz profitieren. Aber auch der Leser kann dank dem eingepägten Titel etwas erreichen, und zwar er kann ihn zitieren und dank dem als gebildet gelten, unabhängig davon, ob er nur den Titel oder wirklich das ganze Buch kennt.

Der letzte Punkt im Rahmen der phatischen Funktion ist die Beendigung des Kontakts, zu der es schon zwischen Text und seinem echten Leser kommt. Man stellt sich also die Frage, ob der Titel in der Erinnerung des Lesers bleibt. Entscheidend sind hier mindestens zwei Faktoren: der eine ist das, ob der Titel nach der Lektüre schon richtig bekannt, ‘erworben’ ist, der andere – ob er in einen bestimmten Kontext so fest eingebettet ist, dass er schon einen festen Platz in unserem Gedächtnis hat [mehr dazu bei Schwarz 1981].

Die metasprachliche Funktion eines Textes, darunter auch eines Titels, dient der allgemeinen Reflexion über den Text selbst. Sie ist ein Beweis dafür, dass sich sprachliche Äußerungen auch auf sich selbst beziehen können. Metasprachliche Funktion des literarischen Titels kommt dann zum Ausdruck, wenn man schon im Titel solche Informationen findet, wie z.B. diese über [vgl. Rothe 1986: 197ff]:

- Textgattung (Faust. Eine Tragödie von J.W. Goethe).
- Textgestalt: Umfang (Kürze des Textes, z.B. Kurzgeschichten von W. Borchert), Aufbau (strukturelle Hinweise, z.B. Gesammelte Werke), Perspektive (Mono- oder Polyperspektivität, z.B. Mein Talisman von T. Storm), Sprache (sprachliche Eigenart des Textes).
- Textproduktion: Autor (z.B. Goethes Werke), Zeitpunkt (z.B. Im Nebel von H. Hesse), Anlass (z.B. Zur Taufe von T. Storm), Ort (z.B. An der Westküste von T. Storm).
- Textrezeption: Adressat (z.B. An Werther von J.W. Goethe).

Bestimmte Ausdrücke, die man im Rahmen dieser Funktion in den literarischen Titeln anwendet, führen den Leser dazu, dass er sich noch vor der Lektüre des Textes Gedanken über diesen machen kann. Der Leser ist in der Lage, anhand von diesen im Titel versteckten metasprachlichen Informationen den Text in seinem

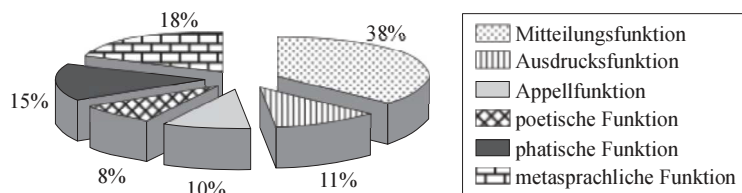
Kopf zu 'lokalisieren', 'seine literarische Umgebung zu bestimmen' und 'sein Klima vorherzusehen'.

Der literarische Titel hat mindestens noch eine, sehr wichtige Funktion zu erfüllen. Weinrich bezeichnet sie als „memorielle Funktion, die alle anderen Funktionen umschließt“ [Weinrich 2006: 113]. Der Titel wird zu dem, was im menschlichen Gedächtnis gespeichert wird und was eine schnelle Erinnerung an das Buch einerseits und dessen Identifizierung andererseits ermöglicht. Das Kurzzeitgedächtnis, auch kontextuelles Gedächtnis genannt, spielt in diesem Kontext eine entscheidende Rolle, indem es Büchertitel speichert. Wegen seiner begrenzten Kapazität, die eigentlich nur die Speicherung von Äußerungen ermöglicht, die aus 7 ± 2 Elementen bestehen, wird postuliert, dass die Büchertitel etwa aus 5 Elementen formuliert werden. Nach Weinrich ermöglicht das, den Titel in einem einzigen Akt der Wahrnehmung zu erfassen und ohne interne Segmentierung zu speichern [vgl. Weinrich 2006: 111]. In diesem Kontext könnte man die These aufstellen, dass die Hauptfunktion literarischer Titel nicht darin besteht, zu benennen und zu informieren, sondern eben zu werben. „Werbewirksam ist ein Titel unter anderem dann, wenn er einprägsam ist, im Gedächtnis des potenziellen Lesers oder Käufers hängenbleibt. [...] Dies dürfte einer der wesentlichen Gründe für die Kürze literarischer Titel sein“ [Dietz 1995: 36].

Da im vorliegenden Artikel Funktionen von literarischen Titeln im Zentrum des Interesses stehen, wurden beispielhafte Titel aus dem Bereich der Frauenliteratur in Bezug auf ihre Funktionen analysiert. Ausgangspunkt für diese Analyse waren insgesamt 170 Romantitel.

Die Analyse dieses Titelkorpus hat ergeben, dass unter den Titelfunktionen besonders wichtig solche scheinen, wie Mitteilungsfunktion (38%), metasprachliche Funktion (18%) und phatische Funktion (15%). Im Rahmen der Mitteilungsfunktion werden am häufigsten die Hauptfiguren einer Geschichte dargestellt, wie z.B. Lilith und ihre Schwestern von Dorothee Pielow. Wenn der Titel als ein Metatext betrachtet wird, kann man im Titel auch zusätzliche Informationen z.B. über die Gattung des Ko-Textes finden: Jutta Limbach. Eine Biografie von Karin Deckenbach oder Frauenwelten. Ein Lesebuch von Susanne Gretter. Aber auch die phatische Funktion wird unter den Titeln der Frauenliteratur stark repräsentiert, was am Beispiel des Titels *Liebling, du verstehst mich schon...* von Claudia Keller zu beobachten ist. Der Titel *Lebe wild und unersättlich!* von Sabine Asgodom bestätigt aber die von Weinrich aufgestellte These, nach der die Grenze zwischen der Appellfunktion und der phatischen Funktion nicht zu scharf zu ziehen sei [vgl. Weinrich 2006: 106].

Die anderen Titelfunktionen, darunter die Ausdrucksfunktion (11%) und die poetische Funktion (10%), sowie die Appellfunktion (8%) werden im Falle dieses Titelkorpus nicht so stark ausgeprägt, trotzdem scheinen sie auch von Bedeutung zu sein, wenn man z.B. versucht, den Textrezipienten zu einer Handlung zu provozieren, und sich dabei solches Titels bedient wie: *Was machen wir jetzt?* von Doris Dörrie.



Der Anteil von Titelfunktion am Beispiel von Frauenliteratur

Innerhalb des analysierten Titelkorpus gab es solche Beispiele (18%), wenn einem Titel gleichzeitig mehrere Funktionen zugeschrieben werden können, wie z.B. im Titel *Mein Schmerz trägt deinen Namen. Ein Ehrenmord in Deutschland* von Hanife Gashi. Man trifft sich hier einerseits mit Elementen der Mitteilungsfunktion (es wird über einen Ehrenmord in Deutschland berichtet), andererseits aber kommt auch die metasprachlichen Funktion zum Ausdruck ('mein' und 'dein' als Ausdruck der Monoperspektivität). Zu ähnlichen Ergebnissen kommt auch Nord, die ein umfangreiches Titelkorpus analysiert und aufgrund dieser Analyse den Titel als „Mittel zum Text“ bezeichnet [vgl. Nord 1988: 528].

Der literarische Titel hat mehrere Funktionen zu erfüllen, deren Gewichtung sich natürlich je nach der Eigenart des Titels verschieben kann. Infolge dessen kommt es zu solchen Fällen, dass einige Funktionen, die vor der Textlektüre von grundlegender Bedeutung waren, nach der Lektüre an dieser Bedeutung verlieren, wobei die anderen stärker zum Ausdruck kommen. Dank bestimmten sortentypischen Merkmalen, die schon auf der Strukturebene des Titels zu beobachten sind, kann er den Leser auf die Lektüre des Ko-Textes 'vorbereiten', indem er in ihm bestimmte Erwartung weckt. Die Analyse des Titelkorpus hat bestätigt, dass es völlig gerechtfertigt ist, neben anderen auch über rezeptionssteuernde Funktion des Titels zu sprechen [vgl. Pilz 1995], denn der Titel begleitet den Leser und seine Lektüre. Während der Lektüre des Ko-Textes evaluiert oft das, wie der Titel zu interpretieren ist. Im Falle eines noch unbekanntes Buches, während der „Aneignungsphase des thematischen Titels“ [Schwarz 1981: 652], dient der Titel zuerst als eine Etikette und erzeugt „Titelräume“, die Gerigk als Träume interpretiert, „in die man bei der Lektüre von Titeln versinkt, deren Texte man nicht kennt. Es sind Träume ohne Texte, die dennoch auf den unbekanntes Text bezogen sind, auf den sich der Titel bezieht“ [Gerigk 2000: 27]. Gleichzeitig erzeugt der Titel „ein intensives, rasches, tieferes und breiteres Enkodieren sowie eine Aktivierung kognitiver Strukturen und damit ein optimales Einbauen, Ordnen und Aufbewahren der Textinformation, was alles zu deren besserem Behalten führt“ [Schwarz 1981: 660]. Während der Lektüre, in der „Speicherungsphase“ [Schwarz 1981: 652], bettet sich der Titel ins Gedächtnis des Lesers ein. Nach der Lektüre des Buches, also in der „Erinnerungsphase“ [Schwarz 1981: 652] kann man wiederum versuchen, den Titel in einem ganz anderen Licht zu betrachten, im Hinblick darauf, was man alles während der Lektüre des Ko-Textes miterlebt hat. Dank dem Titel werden also bestimmte

Erinnerungseffekte nicht nur dann erzeugt, wenn er zu Beginn des Textes steht, sondern auch dann, wenn er unmittelbar anschließend an diesen präsentiert wird [Schwarz 1981: 653]. Zu dieser Zeit, d.h. nach der Lektüre wirkt der Titel wiederum stärker. Gerigk nennt diese Eigenschaft von literarischen Titeln „ihre eigene Poesie, die sie zurückgewinnen können, nachdem man den Text, auf den sie sich beziehen, bereits gelesen hat“ [Gerigk 2000: 21]. Es muss aber betont werden: Je nachdem, welche Phase der Lektüre in Frage kommt, können einzelne Titelfunktionen an Bedeutung gewinnen oder verlieren. Im Rahmen der einzelnen Funktionen, vor allem der Mitteilungsfunktion oder der phatischen Funktion, öffnet der Titel beim Leser bestimmten Wissensrahmen, der aktiviert wird, um die Interpretation des Ko-Textes, aber auch des Titels selbst zu verbessern. Auch dadurch, dass bestimmte Titelselemente oder sogar ganze Titel im Werk mehrmals auftauchen, wird der Leser mit Hilfe des Titels durch die Lektüre geleitet. Wenn man aber annimmt, dass der Titel etwas über seinen Ko-Text, also über einen anderen Text sagt, fungiert er schon als Metatext, was man auch im Rahmen dieser Korpusanalyse an einigen Beispielen zu exemplifizieren versuchte. In dieser metasprachlichen Funktion steht der Titel seinem Ko-Text schon ganz nah. Das zeigt eine bestimmte Dichotomie des literarischen Titels: Er kann sowohl eine Rolle als Vertreter seines Ko-Textes im Kopf des Lesers spielen, als auch als Metatext betrachtet werden, der zu seinem Objekt-Text in einem engen Zusammenhang steht und ohne diesen nicht existiert.

Bibliographie

- Adamzik K. (2004). *Textlinguistik. Eine einführende Darstellung*. Tübingen, Max Niemeyer Verlag.
- Beaugrande R.-A de, Dressler W.U. (1981). *Einführung in Textlinguistik*. Tübingen, Max Niemeyer Verlag.
- Brinker K. (2000). *Textfunktionale Analyse*. In: K. Brinker, G. Antos, W. Heinemann, S. Sager (eds). *Text- und Gesprächslinguistik. HSK. Bd. 16, 1*. Berlin/New York, de Gruyter.
- Brinker K. (2001). *Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden*. Berlin, Schmidt Verlag.
- Dietz G. (1995). *Titel wissenschaftlicher Texte*. Tübingen, Gunter Narr Verlag.
- Gansel Ch., Jürgens F. (2007). *Textlinguistik und Textgrammatik. Eine Einführung*. Göttingen, Vandenhoeck & Ruprecht Verlag.
- Gerigk H.-J. (2000). *Titelträume. Eine Meditation über den literarischen Titel im Anschluss an Werner Bergengruen, Leo H. Hoek und Arnold Rothe*. In: J. Mecke, S. Heiler. *Titel, Text und Kontext. Randbezirke des Textes. Festschrift für Arnold Rothe*. Galda & Wilch.
- Mecke J. (2000). *Randbezirke des Hypertextes. Funktion und Bedeutung der Randbezirke des Textes im Printmedium*. In: J. Mecke, S. Heiler. *Titel, Text und Kontext. Randbezirke des Textes. Festschrift für Arnold Rothe*. Galda & Wilch.
- Nord Ch. (1988). *Der Titel – ein Mittel zum Text. Überlegungen zu Status und Funktionen des Titels*. In: N. Reiter (Hg.). *Sprechen und Hören. Akten des 23. Linguistischen Kolloquiums*. Berlin, Max Niemeyer Verlag.

- Pilz A. (1995). *Linguistische Untersuchungen zur rezeptionssteuernden Funktion von Titel literarischer Texte*. Marburg, Tectum-Verlag.
- Rothe A. (1986). *Der literarische Titel. Funktionen, Formen, Geschichte*. Frankfurt a.M., Vittorio Klostermann.
- Sandig B. (2000). Text als prototypisches Konzept. In: M. Mangasser-Wahl (Hrsg.), *Prototypentheorie in der Linguistik*. Tübingen, Stauffenburg-Verlag.
- Schwarz M. (1981). Positionen-Effekte von thematischer Zusatzinformation auf das Erinnern eines Prosatextes. *Zeitschrift für experimentelle und angewandte Psychologie* 28. Göttingen.
- Warnke I. (2002). „Adieu Text – bienvenue Diskurs? Über Sinn und Zweck einer poststrukturalistischen Entgrenzung des Textbegriffs“. In: U. Fix, H. Poethe, G. Yos. *Textlinguistik und Stilistik für Einsteiger*. Frankfurt am Main, Peter Lang GmbH, Europäischer Verlag der Wissenschaften.
- Weinrich H. (1976). *Sprache in Texten*. Stuttgart, Klett-Verlag.
- Weinrich H. (2006). Titel für Texte. In: H. Weinrich. *Sprache, das heißt Sprachen*. Tübingen, Gunter Narr Verlag.

Summary

Between Title and Text – Title Functions

The present article constitutes an attempt to answer the question what functions are performed by a literary title in reference to the text preceding it and in the relation: text's author and its recipient. At the beginning presented are general functions of a text, later on followed by an analysis of the functions of a literary title on the basis of a corpus made up of book titles within the range of women's literature. Literary title and its functions are analyzed against the background of text linguistics and psycholinguistics.