

# ZUM GEBRAUCH VON WORTBILDUNGSKONSTRUKTIONEN MIT KÖRPERTEILBEZEICHNUNGEN ALS UNMITTELBAREN KONSTITUENTEN IN MEDIENTEXTEN

Марийка Димитрова,

Великотърновски университет „Св. св. Кирил и Методий“

## Резюме

Предмет на анализ в статията са употребата и функциите на словообразователни конструкции, в които названия на части на човешкото тяло са техни съставни елементи. Лингвистичният анализ се провежда на базата на рекламни текстове и спортни новини – текстови жанрове, репрезентативни за медийните текстове. В хода на изследването се разкрива семантичният потенциал на названията на части на човешкото тяло, употребени самостоятелно или като съставни елементи в сложни и производни думи, използването им като метафори или метонимии, както и приносът им за създаването на кохерентни текстове в сферата на медийната комуникация.

## 1. Wortbildungskonstruktionen mit KTB als UK in Werbetexten

Die linguistische Analyse beruht auf einer Auswahl von Werbetexten, die in der Online-Ausgabe der Frankfurter Allgemeinen Zeitung (F.A.Z.) veröffentlicht wor-

---

*Годишник на департамент „Чужди езици и култури“*,  
т. 1 (2018), стр. 132-148

*Марийка Димитрова*

den sind. Es handelt sich um die erfolgreiche Werbekampagne der Zeitung unter dem Titel „Kluge Köpfe“. Herausragende Persönlichkeiten aus allen gesellschaftlichen Bereichen lassen sich hinter der aufgeschlagenen Zeitung aufnehmen und auf diese Weise werben sie für die F.A.Z.. Zu jedem Bild-Motiv gehören ein Beitrag, in dem das Werbemotiv erläutert wird, weitere Fotos und Video mit dem Interview der prominenten Person. Das wird als “die legendäre F.A.Z.-Werbekampagne” bezeichnet. Die Kampagne startete 1995, wurde für drei Jahre unterbrochen und dann wiederaufgenommen. Dieses Unternehmen der F.A.Z. wurde mit internationalen Preisen prämiert und von einer Jury des „Spiegel“ als “die Kampagne des Jahrhunderts” ausgezeichnet.

Der Titel der Werbekampagne “Kluge Köpfe” enthält eine primäre KTB, die gleichzeitig das Kernwort des WBN zu „Kopf“ ist. “Kopf” wird in diesem Kontext metonymisch verwendet, es werden ‘Personen mit intellektuellen Fähigkeiten’ gemeint (vgl. Duden Universalwörterbuch, 1996, S. 881 “Kopf“ Semem 2a) ‘Person mit bestimmten (intellektuellen) Fähigkeiten’). Für diese Verwendung spricht noch die Erklärung, die im Text “Kluge Köpfe sind wieder da. Eine der Ikonen der deutschen Werbung kehrt zurück” zu lesen ist: “Die Klugen Köpfe kehren zurück. Die “Frankfurter Allgemeine Zeitung” lässt die erfolgreiche Werbekampagne, in der prominente und kluge Köpfe hinter der F.A.Z. stecken, wieder aufleben.” (<http://verlag.faz.net/unternehmen/kluge-koepfe>).

Im Folgenden werden ausgewählte Motive der Imagekampagne der Zeitung kurz dargestellt und in Bezug auf Gebrauch und Funktionen der verwendeten WBK mit KTB als UK kommentiert.

1) “**Raschelsymphonie der klugen Köpfe**” – unter diesem Titel erscheint das Werbemotiv der Berliner Philharmoniker, die unter der Leitung von Sir Simon Rattle für die F.A.Z. “spielen”. Es sind aber auf dem Bild keine Instrumente wie Geigen und Trompeten zu sehen, sondern ein Instrument, das bislang als Klangkörper unterschätzt wurde. Im Kompositum “Klang-

ZUM GEBRAUCH VON  
WORTBILDUNGSKONS-  
TRUKTIONEN MIT KÖR-  
PERTEILBEZEICHNUN-  
GEN ALS UNMITTELBA-  
REN KONSTITUENTEN  
IN MEDIENTEXTEN

körper” erscheint die KTB als 2. UK, die Bedeutung wird im Rahmen des semantischen Musters “ZWECK” interpretiert, ‚Körper, der zum Erzeugen von Klang eingesetzt wird‘. Der WBK liegt Semem 2a) ‘Gegenstand’ von “Körper” zugrunde, infolgedessen die Referenz auf einen Gegenstand erfolgt. Die aktualisierte Bedeutung in diesem Kontext ist ein Ergebnis der metaphorischen Übertragung. Metaphorisch zu interpretieren ist auch der Gebrauch von “Klangkörper” im Zusammenhang mit der Zeitung, der in diesem Werbemotiv die Funktion eines Instrumentes zugeschrieben wird.

Unter dem Einsatz des einzigartigen Instruments, der Zeitung, entsteht die Raschelsymphonie der klugen Köpfe. Im Kompositum “Raschelsymphonie” verweist die erste deverbale unmittelbare Konstituente (← rascheln) auf das raschelnde Geräusch, das für Zeitungen typisch ist.<sup>1</sup> So wird im Titel die Aufmerksamkeit und die Neugier des Lesers auf das ungewöhnliche Instrument gelenkt, an dem die weltberühmten Philharmoniker spielen und mit dieser einmaligen Aufführung für die Zeitung werben.

“Raschelsymphonie” und “die klugen Köpfe” werden durch den Titel als wichtige Referenzträger im dazu gehörenden Text angekündigt. Die klugen Köpfe entpuppen sich im Haupttext als die Berliner Philharmoniker, die mit der Zeitung in der Hand, mit dem Instrument, ihre Virtuosität unter Beweis stellen. Somit wird “ein glanzvoller Höhepunkt” der Klugen-Kopf-Kampagne erreicht. Dazu haben die Spitzenmusiker des Spitzenorchesters beigetragen. Die KTB “Kopf” erscheint hier als Glied im Rahmen des Bindestrichkompositums, einer einmaligen Wortbildung, und die evaluierende Funktion des Werbetextes wird durch spezifische für die WB Ausdrucksmittel signalisiert: durch das positiv bewertende Adjektiv “glanzvoll” (‘voller Glanz, ausgezeichnet’), durch die Komposita “Spitzenmusiker” und “Spitzenorchester”, in denen dank des gebundenen Lexems “Spitzen-” ein besonders hoher Grad der Eigenschaften des Referenten der 2.UK ausgedrückt und eine Steigerung der positiven Bewertung erreicht wird. Somit beteiligen sich die WBK mit und ohne KTB an der Herstellung der Textkohärenz und an der Realisierung der Appellfunktion des Werbetextes.

<sup>1</sup> Eine andere Interpretation von “Raschel-” als 1.UK ist im Kompositum “Raschelmaschine” ‘Wirkmaschine für vielfältige Mustertierungen’ vorzufinden. In dieser Distribution lässt sich das Wort auf den Namen der französischen Schauspielerin E. Rachel ([ra’ʃel] ausgesprochen) zurückführen. Im Duden Universalwörterbuch wird weiter erklärt, dass die auf dieser Maschine hergestellten Stoffe durch die Schauspielerin bekannt wurden (vgl. Duden Universalwörterbuch, 1996, S. 1214).

*Марийка Димитрова*

## 2) “Georg Baselitz steht klug Kopf”

Der Hauptreferenzträger im nächsten Beispiel und der Hauptakteur im ausgewählten Motiv der Werbekampagne der F.A.Z. ist der Maler Georg Baselitz, der im Titel namentlich genannt wird. Zu den Zwecken der Kampagne wird der in der sächsischen Oberlausitz geborene deutsche Maler im Gegensatz zu seinen Bildern dargestellt. Baselitz sitzt in der Mitte seines Ateliers, im Sessel, hinter der aufgeschlagenen F.A.Z., und um ihn herum sind seine auf den Kopf gestellten Bilder zu sehen. Auf den Kopf gestellte Bilder sind ein spezifisches Merkmal des künstlerischen Schaffens des weltweit anerkannten Malers. Unter den ausgestellten Bildern ist auch sein Selbstportrait zu sehen, sodass der Maler auf dem Bild auch Kopf steht.

Die Idee des Anzeigemotivs beruht auf dem Gebrauch der Redewendung “Kopf stehen”, wodurch ausgedrückt wird, wie bestürzt der Maler von der Idee des Fotografen ist, das ganze Motiv auf den Kopf zu stellen. In den Ausdrücken „Kopf stehen“, “auf den Kopf stellen” tritt die KTB “Kopf” als nominale Komponente auf, in übertragenem und in konkretem Sinn. Es werden beide Bedeutungsvarianten des Ausdrucks “Kopf stehen” im Text realisiert, durch Semem 1 der KTB ‘rundlicher Körperteil des Menschen und vieler Tiere’ motiviert.

Damit Bild, Titel und Inhalt des Textes verstanden werden können, braucht der Leser auf Sprach- und Weltwissen zurückzugreifen.

## 3) “Charakternasen”

In diesem Fall hat der Fotograf als Motiv für seine Werbeanzeige den vielfachen Box-Weltmeister Vitali Klitschko und die Sphinx von Gizeh gewählt. Das Gemeinsame zwischen den beiden Objekten ist im Nasenbereich zu suchen. Auf diese Besonderheit der Sphinx und des Box-Weltmeisters wird im Titel durch das Kompositum mit der KTB als 2.UK verwiesen. Beiden Komposita, “Charakternasen” und “Nasenbereich”, liegt Semem 1 der KTB “Nase” ‘Geruchsorgan (von Menschen und Tieren)’ zugrunde. Sie stellen Modifikationsstrukturen dar, und der KTB werden, in Abhängigkeit von der Po-

ZUM GEBRAUCH VON  
WORTBILDUNGSKONS-  
TRUKTIONEN MIT KÖR-  
PERTEILBEZEICHNUN-  
GEN ALS UNMITTELBA-  
REN KONSTITUENTEN  
IN MEDIENTEXTEN

sition innerhalb des Kompositums, folgende Funktionen zugesprochen:

- die Bedeutung des Grundwortes zu modifizieren durch Einschränkung des Bereichs, d.h. es handelt sich um den Bereich der Nase,
- als Grundwort durch die 1.UK modifiziert zu werden, d.h. Nase von ausgeprägter Form.<sup>2</sup>

Vladimir Klitschko wird zu den klugen Köpfen der Werbekampagne der F.A.Z. gezählt, weil er nicht nur eine “krachende Rechte”, sondern auch “Köpfchen” und den “richtigen Riecher” hat. Zur Charakterisierung des Weltmeisters werden WBK angewendet, wie z.B.:

- Die Rechte (Nominalisierung) referiert auf die rechte Hand, auch im Boxen. Darüber hinaus bedeutet das Substantiv im Boxen ‘Schlag, der mit der rechten Faust ausgeführt wird’ (vgl. Duden Universalwörterbuch, 1996, S. 1224). Die semantische Beziehung zwischen den Bedeutungsvarianten kann als metonymisch interpretiert werden: die Hand bzw. die Faust ist das Mittel/das Instrument, mit dem der Schlag im Boxkampf ausgeführt wird.

- Köpfchen (Diminutivum von “Kopf”), hier in der Bedeutung ‚Verstand, Findigkeit‘. Dem Derivat liegen Semem 3 ‘Denk- und Willenskraft’, Semem 2a) ‘Person mit bestimmten (intellektuellen) Fähigkeiten’ des Ausgangswortes zugrunde.

- Riecher (deverbales -er-Derivat) ist eine saloppe Bezeichnung für die Nase. Der KT wird nach seiner Funktion benannt. Durch das Attribut “richtig” näher bestimmt, bedeutet die Phrase “den richtigen Riecher” für etwas haben ‘das Gefühl, mit dem jemand die Möglichkeiten erfasst, seine Vorteile wahrzunehmen und Unannehmlichkeiten aus dem Weg zu gehen’ (vgl. Duden Universalwörterbuch, 1996, S. 1256).

Bei “Nase”, bezogen auf die Sphinx, wird ein metaphorischer Gebrauch angenommen.

“Die Rechte”, “der Riecher” sind im Rahmen von einem Wortbildungsprozess entstanden, infolgedessen aus adjektivischer und verbaler Basis Substantive gebildet

<sup>2</sup> Es ist auch das Kompositum “Charakterkopf”, ‘Kopf von ausgeprägter Form’, möglich.

*Марийка Димитрова*

werden. Sie stehen in synonymischer Beziehung zu den entsprechenden primären KTB, sind aber zusätzlich konnotativ markiert.

4) In einer Reihe von Motiven der Werbekampagne werden der Regisseur Michael Haneke, der Pantomime Samy Molcho und der Spitzenkoch Harald Wohlfahrt als „kluge Köpfe“ vorgestellt.

Der österreichische Regisseur und Drehbuchautor Michael Haneke (Text: „Rollentausch in Schwarz-Weiß“) wird durch die Aufnahme in die Werbekampagne für seinen Film „Das weiße Band“ ausgezeichnet. Er verwandelt sich in den „Familienoberhaupt“ aus seinem Oscar-nominierten Film und lässt sich inmitten der „sechsköpfigen Kinderschar“ des Filmhelden fotografieren. Das Kompositum „Oberhaupt“ vertritt in diesem Beispieltext das WBN zu „Haupt“ und das Adjektiv „sechsköpfig“ das WBN zu „Kopf“. „Haupt/Kopf“ gehören zu der Gruppe der „Bezeichnungen für Teile des Körpers“. Dem Kompositum liegt Semem 2 (geh.) von „Haupt“ ‚wichtigste Person‘ zugrunde, und es bezeichnet Person, die einem sozialen Bereich angehört. „Sechsköpfig“ illustriert die Adjektive als Wortart des WBP, es liegt der Wortbildung Semem 4 von „Kopf“ ‚Einzelperson innerhalb einer größeren Menge von Menschen‘ zugrunde, und dem Bezugswort wird eine besondere Eigenschaft dadurch zugeschrieben.

Der österreichische Pantomime Samy Molcho (Text: „Meister der Reduktion“) ist der „kluge Kopf“, der das Zeitungslesen nur mit Hilfe der Mimik und Gestik darzustellen versucht. Im Unterschied zu allen bisherigen Motiven sitzt der Künstler nicht hinter der aufgeschlagenen Zeitung. Im Gegenteil, er bemüht sich mit Hilfe der Körpersprache das Leben und vieles mehr zu demonstrieren, sichtbar zu machen. Dem Kompositum „Körpersprache“ liegt Semem 1 des Kernwortes „Körper“ ‚äußere Erscheinung eines Menschen oder Tieres, Gestalt; Organismus eines Lebewesens‘ zugrunde, und die Funktion der KTB lässt sich als „Instrument“ bestimmen, d.h. das Agens setzt den Körper ein, um zu sprechen, um mit anderen Menschen zu kommunizieren.

ZUM GEBRAUCH VON  
WORTBILDUNGSKONS-  
TRUKTIONEN MIT KÖR-  
PERTEILBEZEICHNUN-  
GEN ALS UNMITTELBA-  
REN KONSTITUENTEN  
IN MEDIENTEXTEN

Harald Wohlfahrt (Text: „Großer Koch an großem Kochtopf“) ist der „Spitzenkoch“, der „Starkoch“, „der beste Koch“ Deutschlands, der mit den höchsten Auszeichnungen wegen seiner hervorragenden Fähigkeiten geehrt worden ist. Auch die Aufnahme in die Werbekampagne der F.A.Z. ist eine hohe Auszeichnung für ihn. Er bereichert die Galerie der klugen Köpfe und beteuert, dass „ein kluger Kopf für einen Spitzenkoch doch unersetzlich“ ist, um „vorausdenken und mit seinem Team ein breites Repertoire zu realisieren“. So referiert in diesem Text der Ausdruck „kluger Kopf“ nicht nur auf eine Person mit ausgeprägten Fähigkeiten, sondern auch auf den KT selbst.

Treffend ist die Charakteristik des Spitzenkochs mit Hilfe der Ausdrücke, die spezifische (Fach)bezeichnungen im Bereich des Kochens darstellen, z.B.:

- eine Prise Neugier – üblich ist die Verwendung „eine Prise Salz“. In unserem Fall bezieht sich „Prise“ auf ein abstraktes Substantiv, es wird metaphorisch verwendet infolge der Übertragung in einem anderen Bereich. „Prise“ wird aus frz. *Prise* entlehnt, zuerst in der Bedeutung ‘von einem Freibeuter aufgebrachtes Schiff’. Später entwickelt sich die Bedeutung ‘kleiner Griff Schnupftabak’, danach auch auf „Salz“ u.ä. übertragen (vgl. Kluge, 2002, S. 721).

- eine Messerspitze Schaffensdrang – dem Kompositum „Messerspitze“ werden zwei Sememe (S) zugeordnet: S1 ‚Spitze der Messerklinge‘; S2 ‘kleine Menge einer pulverigen Substanz, (die man mit der Messerspitze 1) aufnehmen kann’) (vgl. Duden Universalwörterbuch, 1996, S. 1181). Die Polysemie beruht in diesem Fall auf einer metonymischen Relation zwischen den beiden Sememen: das Instrument und die Menge, die mit diesem Instrument aufgenommen werden kann, werden durch das Lexem bezeichnet. Es fällt noch auf, dass „Messerspitze“ und „Prise“ ähnliche Bedeutungen entwickelt haben:

Prise – S1 ‘kleine Menge einer pulverigen Substanz, (die man zwischen zwei oder drei Fingern fasst)’ (vgl. Duden Universalwörterbuch, 1996, S. 1181).

*Марийка Димитрова*

Der Unterschied liegt in dem Mittel, bei “Prise” wird eine kleine Menge von etwas mit den Fingern gefasst. “Prise” und “Messerspitze” kommen im Beispieltext in ähnlicher Distribution vor: “Messerspitze” bezieht sich, wie “Prise”, auf ein abstraktes Substantiv, auf “Schaffensdrang”, und wird als Metapher aufgefasst.

- über seinen Tellerrand (in die F.A.Z.) schauen – der im Text vorkommende Ausdruck stellt den Bezug zu der Redewendung „über den eigenen Tellerrand (nicht) hinaussehen können“ her. Die Interpretation kann sowohl im konkreten als auch im übertragenen Sinn erfolgen. Es ist ein übliches Bild, am Frühstückstisch Zeitung zu lesen. Unter Berücksichtigung des Kontextes und im Sinne der Werbekampagne ist der Gedanke sehr nah, dass damit der Koch etwas “Eigenes und Außergewöhnliches” kreiern kann, braucht er den Blick über seinen engen Horizont hinaus. Dazu könnte die Lektüre der F.A.Z. ihren Beitrag leisten.

Die Kommentare der ausgewählten Werbemotive decken das Bedeutungspotenzial der einfachen und komplexen Lexeme und Ausdrücke auf, ihren metaphorisch bzw. metonymisch bedingten Gebrauch im Text, sowie das spielerische Umgehen mit sprachlichen Mitteln in Werbetexten. Es fällt noch auf, dass WBK mit KTB als UK bzw. als Derivationsbasis in den Rhema-Teilen im Text verwendet werden und mit der beruflichen Tätigkeit der Werbe-Persönlichkeiten eng zusammenhängen.

## **2. Wortbildungskonstruktionen mit KTB als UK in Sportberichten**

Die linguistische Analyse in diesem Abschnitt stützt sich auf Texte, die über Fußballspiele berichten. Die deutschen Texte im Korpus sind der Online-Ausgabe der F.A.Z., der Web-Seite Yahoo-Nachrichten entnommen, und die bulgarischen Texte stammen aus der Online-Ausgabe der Standard News (20 deutsche und 20 bulgarische Texte).

Fußballspiele sind Sportereignisse, die sich weltweit einer Popularität erfreuen und fast immer über alle Medien verbreitet werden. Sie ziehen als Publikum Millio-



ZUM GEBRAUCH VON  
WORTBILDUNGSKONS-  
TRUKTIONEN MIT KÖR-  
PERTEILBEZEICHNUN-  
GEN ALS UNMITTELBA-  
REN KONSTITUENTEN  
IN MEDIENTEXTEN

nen von Menschen an, deshalb könnte man annehmen, dass alle, die sich für Fußball interessieren, allgemeines Wissen über relevante Zusammenhänge in diesem Handlungsbereich besitzen.<sup>3</sup>

Der allgemeine Bezugsrahmen könnte daher wie folgt umrissen werden: “Die Akteure, zwei Mannschaften, tragen an einem bestimmten Ort zu einer bestimmten Zeit einen Wettkampf/ein Spiel aus, indem die eine Mannschaft einen Sieg, die andere Mannschaft eine Niederlage erlebt”.

Bei der Produktion und Rezeption von Sportberichten lässt sich der allgemeine Bezugsrahmen auf einen kontextuellen Bezugsrahmen reduzieren, indem Angaben über ein konkretes Fußballspiel mitgeteilt werden: über die spielenden Mannschaften, über den Ort, über die ausgeführten Aktionen – Torschießen, Torerzielen, Zweikämpfe, verfehlte Torschüsse u.a.. Die Leistung der einzelnen Spieler, das Spiel als Ganzes und das Ergebnis werden analysiert und bewertet.

Auf der Ebene des expliziten Bezuges werden alle diese Elemente aufgrund der unterschiedlichen Gewichtung seitens des Textproduzenten und im Hinblick auf den Textadressaten sprachlich ausgedrückt. Beobachtungen anhand von ausgewählten Sportberichten, die das Textkorpus repräsentieren, decken einige Besonderheiten hinsichtlich des Vorkommens von einfachen und komplexen Lexemen mit KTB als UK auf.

In **deutschen Sportberichten** wird ein häufiges Vorkommen von KTB in den Textabschnitten festgestellt, in denen typische für das Fußballspiel Aktionen beschrieben werden:

- “ein Tor schießen” – es geht in diesem Fall um Ausdrücke, die diese Aktion bezeichnen.

In den deutschen Belegen kommen die einfache KTB „Fuß“, das Kompositum “Kopfball”, das Verb „köpfen” vor. Die Vorkommenssituationen charakterisieren sich dadurch, dass das Torschießen nicht mit Erfolg endet. Darauf verweisen die Verben, die in der semantischen Umge-

<sup>3</sup> In Anlehnung an P. von Polenz werden zur Lösung von satz- und textsemantischen Problemen folgende Stufen angenommen, in denen “Teile eines Wissensbestandes in konkreten sprachlichen Äußerungen realisiert werden” (vgl. Polenz 1988, 131-132):

Stufe A: Allgemeines Bezugswissen: Man WEISS etwas über alle zu einem Sachverhalt dazugehörigen Objekte in einer außersprachlichen Bezugswelt.

Stufe B: Kontextueller Bezugsrahmen einer Äußerung: Der Verfasser BEZIEHT sich auf denjenigen Teil vom allgemeinen Bezugswissen, der ihm in einem Kontext für den „primär gemeinten Aussagegehalt eines Satzinhaltes wesentlich ist“.

Stufe C: Expliziter Bezug: Der Verfasser ÄUSSERT einen Teil der Bezugsobjekte vom kontextuellen Bezugsrahmen in Form von Bezugsausdrücken.

Der “kontextuelle Bezugsrahmen” übernimmt die Funktion des tc für die Analyse auf der Textebene.

Марийка Димитрова

bung der genannten Lexeme erscheinen, vgl. abwehren, scheitern, nicht treffen, knapp am Tor vorbeinicken, an die Latte köpfen u.ä.

z.B. “Totti hebt den Ball hoch in den Strafraum und findet Gerrinho, der aus kurzer

Distanz zum Kopfball ansetzt. Er trifft die Kugel nicht richtig und nickt sie

knapp am Tor vorbei [...]

Der Niederländer kommt an die Kugel und köpft sie an die Latte [...]

Sieben Meter vor dem Kasten setzt de Rossi zum Kopfball an, scheidert aber am

parierenden M. [...]”

Aus: “Seria A – Roma schießt sich an die Spitze”

Durch die Kontexte der Einbettung werden die Ausdrücke mit KTB teilweise mit einer negativen Bewertung in Verbindung gebracht (vgl. de Rossi setzt zum Kopfball an, aber es gelingt ihm nicht, den Ball mit dem Kopf ins Tor zu schießen).

• “ein Tor erzielen” – im Unterschied zu der Aktion “ein Tor schießen” handelt es sich hier um Bezeichnungen, die beinhalten, dass das Torschießen mit Erfolg endet. Es werden WBK mit den KTB “Hand”, “Kopf” als UK verwendet.

z.B. “P. Verhaegh erzielte in der 51. Minute mit einem fragwürdigen Handelfmeter

die Augsburger Führung. [...]”

Aus: “Zwei Handelfmeter in Hannover”

“Soeben hatte B. Schweinsteiger einen Flankenball von A.R. per Kopf zum

Münchner Führungstreffer ins Netz gejagt. [...]”

Aus: “FC Bayern siegt gegen Schalke”

ZUM GEBRAUCH VON  
WORTBILDUNGSKONS-  
TRUKTIONEN MIT KÖR-  
PERTEILBEZEICHNUN-  
GEN ALS UNMITTELBA-  
REN KONSTITUENTEN  
IN MEDIENTEXTEN

Die Tatsache, dass die Aktion mit Erfolg endet, führt dazu, dass die Ausdrücke in dieser Einbettung mit einer positiven Bewertung verbunden werden. Die positive Bewertung wird durch die Verben unterstützt, die die Art und Weise des Torerzielens präzisieren (z.B. ins Netz jagen), die Folgen daraus hervorheben (z.B. das Spiel drehen, die Führung erzielen) u.a.. Zum positiven Ausgang der jeweiligen Aktion trägt der Einsatz des KT bei, vgl. durch einen Kopfball, per Kopf u.ä. Im ersten Beispiel wird das erzielte positive Ergebnis durch den Gebrauch von “fragwürdiges Handelfmeter” nicht ganz akzeptiert.

In den **bulgarischen Belegen** wird die KTB expliziert, wenn das Torerzielen auf eine spektakuläre Art und Weise erfolgt.

z.B. „В 72-та минута след центриране от фаул на М.Й. Бакири Саня се извиси

над всички и с глава вкара за 3:1 ... [...]

Aus: „Арсенал на върха в класирането след победа над Стоук Сити”

Ein relevanter für die Sportberichterstattung inhaltlicher Aspekt ist die Bewertung des sportlichen Ereignisses. Gegenstand der Bewertung sind die Leistungen der einzelnen Fußballspieler, die Qualität des Spiels, das Ergebnis u.a.. Der Textproduzent, der Sportjournalist drückt seine Einstellung zum Sportspiel/Fußballspiel aus, der Trainer gibt sein Urteil über das Geleistete vom Team während des Spiels, die Spieler selbst können sich dazu äußern und ihre Meinung offen sagen. Die Bewertung kann in Form von Kritik, Selbstkritik, Lob etc. erfolgen. Die in diesem Zusammenhang vorkommenden KTB in den deutschen Belegen sind Bestandteile von Redewendungen und werden übertragen verwendet.

z.B. Im Text “Nils Petersen verschärft die HSV-Krise” wird das Urteil des HSV-Interimstrainers Cardoso zitiert: “Wir sind sehr enttäuscht, dass wir das Derby verloren haben. Jetzt müssen wir für das sehr wichtige Spiel am Dienstag den Kopf freikriegen.”

“Den Kopf freikriegen” lässt sich eventuell durch “einen klaren/kühlen Kopf bewahren” in der Bedeutung

*Марийка Димитрова*

‘nicht nervös werden, die Übersicht behalten’ ersetzen. Der Ausdruck ist in der selbstkritischen Bemerkung des Trainers eingebettet, die emotional geladen ist. Die ‘Unzufriedenheit, durch die nicht erfüllten Erwartungen bedingt’, wird durch das Verb “enttäuschen“ signalisiert.

z.B. Im Einleitungssatz zum Text “Daumen hoch für Klopp und Sammer” ist zu lesen: „Der FC Bayern dominiert (Bundes-)Liga und Champions League nach Belieben. Egal ob gegen Moskau oder den FC Schalke. Mit diesem Kader und dieser Klasse wird es schwer, einen Gegner auf Augenhöhe zu finden“.

Das Kompositum “Augenhöhe” konstituiert einerseits den Ausdruck “in Augenhöhe”, in konkretem Sinn ‘in die Höhe der Augen’, und andererseits den Ausdruck „auf gleicher Augenhöhe“, in übertragenem Sinn, der in dem zitierten Textanfang realisiert wird, d.h. ‘einen Gegner in ebenbürtiger Position finden’. Dadurch wird die Qualität des Spiels von FC Bayern hoch eingeschätzt.

z.B. “Wie sich ein Verein selbst zerstört, zeigt “Nur der HSV”

... Alles geht derzeit bei den Hamburgern schief. Gerade deswegen hilft

kein Facelifting mit einem neuen Trainer, der wieder nur für ein Jahr bleibt.”

“Facelifting” bedeutet ‘Gesichtsoperation’, hier aber steht das Lexem allgemein für ‘verschönernde Neugestaltung’ ohne tiefgreifende Veränderungen. Dadurch wird die Tatsache, dass der Trainer gewechselt wird, als etwas Nichtausreichendes gekennzeichnet, damit es zu einer Wende im Spiel von HSV kommt.

Anhand der **bulgarischen Texte** im Analysekorpus können Belege angeführt werden, für die der Gebrauch von primären KTB in konkreter und übertragener Bedeutung charakteristisch ist. In ihrer konkreten Bedeutung treten KTB auf, die auf Verletzungen an KT eines Fußballspielers referieren, was als Grund für die Niederlage, für das negative Ergebnis der jeweiligen Fußballmann-

ZUM GEBRAUCH VON  
WORTBILDUNGSKONS-  
TRUKTIONEN MIT KÖR-  
PERTEILBEZEICHNUN-  
GEN ALS UNMITTELBA-  
REN KONSTITUENTEN  
IN MEDIENTEXTEN

schaft in den Kommentaren angegeben wird.

z.B. „Гостите не можаха да разчитат на Робин Ван Перси, който пропусна мача

заради контузия в слабините.”

Aus: „Майс след  
загуба от Сити: Бяхме по-слаби”

„Българинът пропусна лондонското дерби в събота вечер, когато

„котиджърс” паднаха 0:2 от „Челси” на Стамфорд Бридж”, заради контузия

в коляното.”

Aus: „Вдигат Бербо за „карамелите”

In übertragenem Sinn kommen als Bestandteile von Redewendungen die КТВ „глава“, „крак“, „ръце” in folgenden Beispielen vor:

z.B. „Ние това си го имаме в главите, като българи да се притесняваме срещу

големите отбори”.

Aus: „Стоев:  
Все пак дойдохме за победа”

Durch die zitierte Aussage des Trainers von “Ludogorets” wird eine eher negative Eigenschaft der bulgarischen Fußballspieler zur Sprache gebracht. In diesem Beispiel wird auf “den Kopf“ als den КТ referiert, in dem alle geistigen und seelischen Leistungen des Menschen durch das Gehirn gesteuert werden.

z.B. „Падна главата на Паоло Ди Канио” (Titel)

„Ръководството на Съндърланд уволни Ди Канио ... Причина е слабият

старт на сезона на „черните котки”.

„Падна главата на Паоло Ди Канио” ist der Titel des Sportberichtes und kann als Beispiel für die KRIEGS-Metapher angeführt werden, die als der am häu-

*Марийка Димитрова*

figsten vorkommende Metaphern-Typ im Sportbereich betrachtet wird (vgl. Heidemann, 2007, S. 76-77). Die KRIEGS-Metapher repräsentiert die Konstellationsmetaphern und beruht auf kulturellen und gesellschaftlichen Erfahrungen (ebd.). Komplexes Wissen aus dem Bereich “KRIEG” wird mit dem “Fußballspiel” als Zielbereich der metaphorischen Übertragung in Beziehung gesetzt. Allein die КТВ „глава“ wird metonymisch verwendet. Durch den nachfolgenden Satz wird es klar, dass der Trainer entlassen wird und seine führende Position verliert.

з.В. „Бяха ни в ръцете, но ги изпуснахме”, призна ветеранът Йосип Шимунич.”

Aus: „Чернобилни удари, плачат в Хърватия”

Dem Ausdruck „бяха ни в ръцете” liegt die übertragene Bedeutung ‚Herr der Situation sein/die Situation beherrschen’ zugrunde.

Es wurden anhand des Textkorpus ausgewählte Texte analysiert, wodurch konkrete Beispiele interpretiert und hinsichtlich der Texteinbettung einfacher und komplexer Körperteilbezeichnungen bewertet werden konnten. Es haben sich die Erwartungen bestätigt, dass die КТВ als sprachliche Benennungen für sich aktiv am sportlichen Ereignis beteiligte Körperteile im Rahmen von konkret, metaphorisch oder metonymisch verwendeten Ausdrücken vorkommen und somit zur Textkohärenz in Sportberichten beitragen.

### **3. Zusammenfassung**

Die Analyse von Medientexten zeigt das Bedeutungspotential einfacher und komplexer Körperteilbezeichnungen, illustriert ihren metaphorisch und metonymisch bedingten Gebrauch in Werbetexten und Sportberichten. Sie sind vor allem in Rhema-Textteilen zu bemerken, hängen mit der beruflichen Tätigkeit der Werbe-Personen (in den Werbetexten im Analysekorpus) oder mit spezifischen Aktivitäten im Rahmen eines Sportereignisses (dargestellt in den analysierten Sportberichten) eng zusammen. Sie dienen der abwechslungsreichen und unterhaltsamen Darstellung von Sachverhalten und somit beteiligen sie sich an der Konstituierung von kohärenten Texten.

ZUM GEBRAUCH VON  
WORTBILDUNGSKONS-  
TRUKTIONEN MIT KÖR-  
PERTEILBEZEICHNUN-  
GEN ALS UNMITTELBA-  
REN KONSTITUENTEN  
IN MEDIENTEXTEN

## BIBLIOGRAPHIE

Duden. (1996). *Deutsches Universalwörterbuch*. Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich: Dudenverlag.

Heidemann, Th. (2007): Ein doppelter Blick: Metaphern in der deutschen und französischen Fußballberichterstattung. In: Hamburger hefte zur medienkultur: Settekorn, W. (Hrsg.) *Fußball – Medien. Medien – Fußball. Zur Medienkultur eines weltweiten populären Sports*. N 07. Hamburg, 70-83.

Kluge. F.(2002). *Etymologisches Wörterbuch*. Berlin: de Gruyter.

von Polenz, P. (1988/2008). *Deutsche Satzsemantik. Grundbegriffe des Zwischen-den-Zeilen-Lesens*. Berlin: de Gruyter.

<http://verlag.faz.net./unternehmen/kluge-koepfe>, abgerufen am 22.01.2018

<http://de.eurosport.yahoo.com/fussball/archiv>, abgerufen am 22.01.2018

<http://www.faz.net/aktuell/sport>, abgerufen am 22.01.2018

[http://www.standartnews.com/sport-svetoven\\_futbol.html](http://www.standartnews.com/sport-svetoven_futbol.html), abgerufen am 22.01.2018

### Liste der Textbeispiele im Korpus

Die angegebenen Titel sind für die zu den Zwecken der Analyse ausgewerteten Texte repräsentativ.

Werbetexte ( <http://verlag.faz.net./unternehmen/kluge-koepfe> )

1. “Raschelsymphonie der klugen Köpfe”
2. “Georg Baselitz steht klug Kopf”
3. “Charakternasen”
4. “Rollentausch in Schwarz-Weiß”
5. “Großer Koch an großem Kochtopf”
6. “Meister der Reduktion”
7. “Mohamed EL Baradeis kluger Kopf durchleuchtet”

Марийка Димитрова

8. “Kluge Köpfe sind wieder da”
9. Martin Müller: “F.A.Z. – Anzeigen: Schöner verstecken zu Werbezwecken”  
*Deutsche Sportberichte* (<http://de.eurosport.yahoo.com/fussball/archiv>; <http://www.faz.net/aktuell/sport>)
1. “Seria A – Roma schießt sich an die Spitze”
2. “Zwei Handelfmeter in Hannover”
3. “FC Bayern siegt gegen Schalke”
4. “Nils Petersen verschärft die HSV-Krise”
5. “Daumen hoch für Klopp und Sommer”
6. “Wie sich ein Verein selbst zerstört, zeigt “Nur der HSV””
7. “Die Fußballgötter „Nur der HSV”
8. “Kießling trifft erneut”
9. “Investor Kühne im F.A.Z. – Interview “Beim HSV muss etwas geschehen”
10. “Ich finde immer einen Weg zum Tor”. Thomas Müller im Gespräch
11. “Kölner Glück nach Elfmeter - Pech”
12. “3:1 bei Manchester City. Münchner Macht demonstration”
13. “1:0 in Basel. Draxler macht Schalke Spaß”
14. “Löw kündigt Gespräch mit Kießling an”
15. “5:0 gegen Freiburg. Dortmunder Festival mit zwei Hauptdarstellern”
16. “Das machte Löw Problem”
17. “1:1 in Stuttgart. Ibisevic lässt der Eintracht den Punktgewinn”
18. “1:1 in Nürnberg. Dortmund lässt Punkte liegen”
19. “0:2 gegen Bremen. HSV verliert auch ohne Fink”
20. “Funkel weckt die Löwen auf”



ZUM GEBRAUCH VON  
WORTBILDUNGSKONS-  
TRUKTIONEN MIT KÖR-  
PERTEILBEZEICHNUN-  
GEN ALS UNMITTELBA-  
REN KONSTITUENTEN  
IN MEDIENTEXTEN

*Bulgarische Sportberichte* ([http://www.standart-news.com/sport-svetoven\\_futbol.html](http://www.standart-news.com/sport-svetoven_futbol.html))

1. „Батални сцени прекъснаха Галата сарай – Бешикташ”
2. „Арсенал на върха в класирането след победа над Стоук Сити”
3. „Падна главата на Паоло Ди Канио”
4. „Мойс след загуба от Сити: Бяхме по-слаби”
5. „Вдигат Бербо за „карамелите”
6. „Вълците” взеха битката за Рим”
7. „Чернобил ни удари, плачат в Хърватия”
8. „Стоев: Все пак дойдохме за победа”
9. „Лудогорец потегли с настроение за Холандия”
10. „Барса” без Меси за известно време”
11. „Бекъм forever”
12. „Байерн” разпиля „Барса”, но с два спорни гола”
13. „Бербо изпълни заканата си – вкара 2 гола на „Арсенал”
14. „Източихме Италия с 2:2”
15. „Атлетико” (М) не даде шанс на „Валенсия” – 1:0”
16. „Челси” на финал за купата на Англия след 5:1 с „Тотнъм”
17. „Щутгарт” завъртя четворка на „бременските музиканти”
18. „Прероден „Челси” прегази „Наполи” – 4:1”
19. „Реал” постигна 11-а поредна победа”
20. „Арсенал” отпадна с гол във феноменален реванш”