

ANNA DARGIEWICZ
anna.dargiewicz@uwm.edu.pl
Warmia und Mazury-Universität

KOMMUNIKATIVE LEISTUNG DER KOMPOSITA
IN ZEITUNGSARTIKELÜBERSCHRIFTEN.
ANALYSE AM BEISPIEL DER ONLINE-AUSGABE
DER *SÜDDEUTSCHEN ZEITUNG*

COMPOUNDS IN PRESS ARTICLE TITLES
AND THEIR CONTRIBUTION TO THE REALIZATION
OF THE COMMUNICATIVE FUNCTION.
AN ANALYSIS ON THE EXAMPLE
OF THE ONLINE VERSION
OF THE *SÜDDEUTSCHE ZEITUNG* NEWSPAPER

In this article particular emphasis is laid on the compounds which constitute parts of the titles of the press articles which were published in the online version of the *Süddeutsche Zeitung* newspaper between 1 August 2016 and 31 October 2016. The examples selected from the author's research corpus make it possible to state that title is the kind of text which is highly open to word games and linguistic puns. The research conducted demonstrates and explains the role that compounds – especially occasionalisms which are parts of the press article titles under analysis – play in terms of assigning functional tasks to the given press titles (headlines). The research corpus gathered for the purpose of the analysis in the present article, i.e. selected press article titles, serves as a means of describing not only general linguistic traits of the said titles from the semantic and syntactic point of view, but also, and to an even larger extent, their sociolinguistic, i.e. pragmatic functions. Particular attention is drawn to the role of compounds in performing the communicative function assigned to press article titles.

1. Einleitung

Massenmedien, auch Massenkommunikationsmittel, verbreiten und vielfältigen Nachrichten und Informationen, indem sie räumliche, zeitliche und soziale Distanzen überwinden. Dank ihnen gelangen Informationen über die aktuellsten Ereignisse an das interessierte Publikum. Um möglichst breite Kreise der Rezipienten zu erreichen, müssen die Nachrichten verständlich formuliert werden. Auch die Schnelligkeit der Nachrichtenübertragung ist in der heutigen Welt enorm wichtig. In diesem Bereich wird gegenwärtig eine sehr große Rolle den Online-Medien bzw. elektronischen Medien zugeschrieben. Sie dienen der Nachrichten- und Datenübertragung und befriedigen hervorragend das Bedürfnis der blitzschnellen Nachrichtenübermittlung und des ebenfalls raschen Nachrichtenempfangs. Es muss an dieser Stelle nicht extra betont werden, welche Rolle die Online-Medien, die dem gedruckten Wort der klassischen Printmedien (Zeitungen, Zeitschriften, Magazine usw.) gegenüberstehen und somit die klassischen Medien häufig wirksam ersetzen, in der heutigen Welt spielen. Es gibt wohl kaum eine seriöse Zeitung, die nicht ihre Online-Ausgabe hat. Viele Leser wählen gerade diese moderne Form der Nachrichtenübermittlung. Darüber hinaus haben die Möglichkeiten des Internets auch neue Medien hervorgebracht, die nicht von traditionellen Massenmedien abgeleitet wurden, wie z.B. Blogs, die an ehemals privat im Geheimen von Vielen geführte Tagebücher erinnern.

Zum Thema des vorliegenden Beitrags wurden Komposita, die Bestandteile der Zeitungsartikelüberschriften der Online-Ausgabe der *Süddeutschen Zeitung* sind. An ausgewählten Beispielen wird exemplifiziert, dass die Überschrift eine solche Textsorte ist, welche den wortspielerischen Verwendungen gegenüber sehr offen ist. Relevant dabei ist zu explizieren, welche Rolle die Komposita – insbesondere Gelegenheitskomposita – die Bestandteile der analysierten Titleinheiten sind, bei der Erfüllung der den Schlagzeilen gestellten funktionalen Aufgaben spielen. Es wurden solche Zeitungsartikelüberschriften als Korpus für die hier beschriebene Untersuchung ausgewählt, die es ermöglichen, nicht nur ihre allgemeinen sprachlichen Eigenschaften semantisch und syntaktisch zu untersuchen, sondern auch ihre soziolinguistische, pragmatische Funktion darzustellen. Auf die Rolle der Komposita dabei wird speziell hingewiesen.

2. Definition der Überschrift

Um sich mit einem Phänomen auseinandersetzen zu können, muss seine Definition angegeben werden, die dann der durchgeführten Untersuchung zugrunde liegen wird. Die Definierung der für die geplante Forschung relevanten Begriffe ist eine wichtige Voraussetzung für die Gewinnung maßgeblicher und praktisch nutzbarer Ergebnisse sowie für ihre präzise und nachvollziehbare Beschreibung und nicht zuletzt für die richtige, nicht verfehlte Rezeption des Forschungsansatzes.

Ein Titel als kennzeichnender Name eines Buches, einer Schrift, eines Kunstwerks hat die Aufgabe, den Text zu identifizieren, und zwar dadurch, dass er explizit oder implizit Informationen über den betitelten Text, den Ko-Text liefert (vgl. Nord 1993: 27). Wenn es sich um die optischen Merkmale des Titels handelt, dann steht er in der Regel in einem bestimmten Abstand vor dem Ko-Text und wird dann als Überschrift bezeichnet (vor allem in der Presse), oder – im Falle der Bücher – auf dem Titelblatt oder auf dem Bucheinband. Ein Titel wird darüber hinaus durch Kursiv-, Fettdruck oder eine sich von dem übrigen Text hervorhebende Schriftart gekennzeichnet.

Als Schlagzeile, die von ihrer Funktion her ein Titel – so wie auch alle anderen Titel – ist (vgl. Nord 1993: 41), wird in der Regel die Überschrift bzw. der Titel einer Anzeige oder einer Zeitung, Zeitschrift oder Broschüre verstanden. In dem vorliegenden Beitrag werden die Begriffe ‚Überschrift‘, ‚Titel‘ und ‚Schlagzeile‘ synonymisch für die Bezeichnung der Einheit verwendet, die den Presseartikel in der Online-Ausgabe der Zeitung ansagt.

Die Überschrift hat die Aufgabe, die Aufmerksamkeit eines flüchtig und selektiv lesenden Rezipienten zu gewinnen und sein Interesse auf den anschließenden Volltext zu lenken. Dank der verständlich und prägnant den Inhalt darbietenden Überschrift kann der Leser, ohne sich in den Text zu vertiefen, entscheiden, ob er den vollständigen Artikel lesen will oder nicht. Es ist somit keine Übertreibung, wenn man die Feststellung wagt, dass bestimmt viel mehr Leser die Überschrift als den Artikel selbst lesen. Die Entscheidung: ‚lesen oder nicht‘, ist von solchen Faktoren abhängig wie: Eingängigkeit und Auffälligkeit der Überschrift, ihre Kürze, aber auch die Schriftart und Schriftgröße der Überschrift sowie ihre sprachliche Zuspitzung. Um allen diesen Faktoren gerecht zu werden, bedienen sich die Überschriftengestalter unterschiedlicher sprachlicher, stilistischer und topographischer Mittel bei der Formulierung der Schlagzeilen.

Ferner muss „in die Definition des Titels [...] ein jeweiliger Leser mit aufgenommen werden. Denn da der Titel für ihn eine erste Lektüre darstellt, gehen in seine Interpretation der Titelphrase seine eigenen Wissenszusammenhänge mit ein“ (Wulff 1981: 30). Ein Titel weckt bei den Lesern bestimmte Erwartungen in Bezug auf den darauffolgenden Ko-Text, also den sprachlichen Kontext einer Spracheinheit innerhalb eines Textes, deshalb ist es wichtig, dass er interessant, originell und anregend formuliert ist und zum weiteren Lesen inspiriert und anspornt. Durch den Titel soll der Leser Lust bekommen, den dazugehörigen Text zu lesen. In dieser Hinsicht ist der Titel mit den sogenannten Metatexten, wie z.B. Inhaltsangaben oder Buchbesprechungen zu vergleichen.

3. Funktionen der Zeitungsüberschriften

Die Hauptfunktionen der Zeitungsartikelüberschriften bestehen darin, dass sie die Rezipienten (d.h. die Leserinnen und Leser) gewinnen und möglichst kurz und bündig über die aktuellsten Themen informieren.

Ein wichtiger Zweck der Überschriften ist auch, „das Zeitungsmaterial übersichtlicher [zu] machen. Um das zu erreichen, müssen sie kurz sein, aber zugleich das Wichtigste und Interessanteste enthalten“ (Schkolima 1965: 78, zitiert nach Sandig, 1971: 15). Darüber hinaus sollen sie Blickfang und erster Leseanreiz sein, und um dies zu erfüllen, wird die Schlagzeile von dem Zeitungsbeitrag durch größere Schrift abgehoben (vgl. Sandig 1971: 15). Da der Platz in der Zeitung für jeden Beitrag beschränkt ist, muss der Kommunikationszweck durch sprachliche Kürze erreicht werden.

Die Überschriften sind kurz und ökonomisch, ihr Inhalt beschränkt sich auf das Essentielle, weswegen sie in der bestimmten Mitteilungssituation überaus sinnvoll sind. Wie alle anderen Texte haben die Überschriften auch ihre konkrete Funktion. Unter Textfunktion wird hier nach Nord (1993: 9) „die kommunikative Funktion bzw. Kombination aus den kommunikativen Funktionen eines Textes in seiner konkreten (Rezeptions-)Situation“ verstanden. Die kommunikative Funktion ergibt sich textextern aus der „spezifischen Konstellation von Sender/Senderrolle, Senderintention, Empfänger/Empfängererwartung, Medium, Ort, Zeit und Anlass einer kommunikativen Handlung“ (ebenda).

Bevor konkret auf die Funktionen der thematischen Zeitungsartikelüberschriften eingegangen wird, werden kurz die Grundfunktionen der Kommunikation erläutert, die konstitutives Merkmal der Texte sind. In Anlehnung an das Modell von Jacobsen (1971) werden hier folgende Grundfunktionen der Kommunikation unterschieden:

- referentielle bzw. Darstellungsfunktion, die auf der Mitteilung über die Gegenstände und Erscheinungen der außersprachlichen Welt beruht;
- expressive bzw. Ausdrucksfunktion, die den Ausdruck der Einstellung des Senders zu den Gegenständen und Erscheinungen der Welt beschreibt;
- operative bzw. Appellfunktion, die den Appell an den Empfänger verwirklicht (die eine bestimmte Wirkung auf den Adressaten ausübt und ihn dadurch zu einer Reaktion bewegen soll);
- phatische Funktion, die zur Herstellung, Aufrechterhaltung und Beendigung des Kontakts zwischen dem Sender und dem Empfänger dient.

Jede Grundfunktion wird weiter in Subfunktionen geteilt, auf die in dem vorliegenden Beitrag bis auf eine Ausnahme eingegangen wird. Diese Ausnahme ist die für diese Untersuchung relevante Subfunktion der Darstellungsfunktion – die metasprachliche Funktion (d.h. Funktion des sprachlichen Zeichens), deren Aufgabe es ist, über den in der Kommunikation verwendeten Kode, zu dem das sprachliche Zeichen gehört, zu informieren. Dank dieser Funktion wird der Empfänger darüber unterrichtet, wie er die in dem Titel kodierte Information entschlüsseln soll.

4. Materialanalyse

Zeitungsüberschriften sind ein beliebtes Objekt linguistischer Untersuchungen. An ihnen kann die Kreativität der Sprachnutzer beobachtet und untersucht werden. Die Zeitungsüberschriftengestalter geben sich sehr viel Mühe, mit der Sprache zu spielen, damit die Effekte dieses Spiels von den potentiellen Empfängern bemerkt werden. Der Titel ist wie eine Visitenkarte. Eine gut und eingängig formulierte Überschrift ist Garantie dafür, dass der jeweilige Artikel gelesen wird.

Die analysierten Überschriften wurden der Online-Ausgabe der *Süddeutschen Zeitung* entnommen. Der Untersuchungszeitraum reicht vom 01.08.2016 bis zum 31.10.2016 und schließt damit einige zu dieser Zeit wichtige sowohl politische als auch gesellschaftliche Geschehnisse mit ein. Im Mittelpunkt des Untersuchungsinteresses standen solche Titeleinheiten, die zusammengesetzte Substantive als Bestandteile enthielten, d.h. solche Substantive, die aufgrund ihrer Form als Komposita definiert werden können. Die systematische Recherche hat ergeben, dass es vor allem Ad-hoc-Komposita, also Gelegenheitszusammensetzungen sind, die zu Zwecken der Übermittlung der jeweiligen Information von dem Autor der Pressemeldung oder von dem Redakteur, der den Artikel in die Online-Zeitungsausgabe setzte, formuliert wurden. Während des gesamten Untersuchungszeitraums wurden insgesamt 354 Titeleinheiten aus unterschiedlichen semantischen Bereichen exzerpiert.

Im Folgenden wird auf ausgewählte Aspekte der untersuchten Überschriften, d.h. ihre Form – darunter auch auf ihre graphischen Auffälligkeiten – eingegangen, die weiterhin in Bezug auf die von den Zeitungsüberschriften zu erfüllenden kommunikativen Funktionen gesetzt werden. Wichtig dabei ist zu analysieren, inwieweit die kompositionelle Form der lexikalischen Bestandteile der untersuchten Überschriften zu der Erfüllung der den Überschriften zugeschriebenen Funktionen beiträgt und somit die Leser zu gewinnen und für den bestimmten Sachverhalt zu interessieren hilft. Die dem vorliegenden Beitrag zugrunde liegende Analyse wird an einigen ausgewählten Überschriftenbeispielen mit kompositionellen Bestandteilen erfolgen.

4.1. Struktur der untersuchten Zeitungsüberschriften

Die der Analyse unterzogenen Überschriften sind mehrgliedrige Titel, d.h. solche, die aus mehr als einem Wort bestehen. Alle Korpusbelege beinhalten neben der eigentlichen Überschrift eine Dachzeile, die optisch (wegen Größe und Farbe der Schrift) weniger ins Auge fällt als die eigentliche Überschrift, aber ebenfalls wichtige Informationen enthält: Datum, Uhrzeit und thematische Ansiedlung des Artikels, was dem Leser bereits zur ersten Orientierung dient. Unter der eigentlichen Überschrift befinden sich in der überwiegenden Anzahl der Beiträge ein Foto und unter dem Foto eine Kurzfassung des Artikels (meistens in Punkten) sowie der Name seines Autors. Erst danach kommt die volle Fassung des Artikels. Die Überschriften der Online-Ausgabe der *Süddeutschen Zeitung*

sind in den meisten Fällen relativ lang und ausführlich, was für die deutliche Ausprägung ihrer Darstellungsfunktion relevant ist. Gelegenheitskomposita als ihre häufigen Komponenten unterstützen wesentlich diese Funktion der Titel. Als Beispiel hierfür können dienen: *Das Eine-Billion-Dollar-Risiko* (darunter stellt man sich ein großes Risiko vor und die Darstellungsfunktion wird durch das Bindestrichkompositum selbst realisiert); *Tobas Schmerzens-Tat: nicht nachmachen!* (die Überschrift schildert sehr emotionell die Schmerzen des Kunstturners Andreas Toba und das Kompositum *Schmerzens-Tat* verrät, wie es zu den Schmerzen gekommen ist); *Hunderttausende kommen zu „Demokratie- und Märtyrer-Versammlung“ in Istanbul* (die Überschrift selbst sagt bereits sehr viel über die Art der Geschehnisse in Istanbul aus); *Essbare Verpackung aus Milch soll Plastik-Flut eindämmen* (das Kompositum *Plastik-Flut* enthüllt das Ausmaß des Plastikmüllproblems und wirkt sich auf die Vorstellungskraft des Lesers aus); *Im großen Urlaubs-Nichts liegt das Glück* (der Leser wird mithilfe des Gelegenheitskompositums *Urlaubs-Nichts* inspiriert und kann sich sofort das mit dem Nichtstun im Urlaub zu assoziierende Glück vorstellen); *In Australien müssen Work-and-Travel-Reisende bald Steuern zahlen* (das Phrasenkompositum *Work-and-Travel-Reisende* verbildlicht sehr exakt, um welche Menschen es sich handelt. Für diese außergewöhnlich lange Überschrift ist es ein sehr wichtiger Bestandteil, da der Titel noch länger und dadurch noch weniger einprägsam und ansprechend wäre, wenn der durch das Kompositum wiedergegebene Inhalt durch einen Satz realisiert worden wäre); *Stiftung Warentest lässt Veggie-Wurst durchfallen* (das Kompositum *Veggie-Wurst* beeinflusst stark die Vorstellungskraft der Leser, was durch die rhetorische Figur – das Oxymoron – erreicht wird, bei der eine Formulierung aus zwei gegensätzlichen, einander widersprechenden oder sich gegenseitig ausschließenden Begriffen gebildet wird. Der Überschriftgestalter verwendet dieses Oxymoron-Kompositum als Stilmittel, um einen besonderen Effekt zu erreichen. Das nur schwer Ausdrückende oder Unsagbare wird in ein Gegensatzpaar gezwängt und lässt dadurch die Botschaft deutlich werden. Dies hat zur Folge, dass sich die Leser sofort unter dem Sprachzeichen *Veggie-Wurst* ein Symbol aus der uns umgebenden Welt vorzustellen versuchen). An den angeführten Beispielen ließ sich sehr deutlich veranschaulichen, dass die Komposita einen wichtigen Beitrag zur Realisierung der Darstellungsfunktion der Überschriften leisten. Da in ihnen viel Inhalt komprimiert werden kann, eignen sie sich perfekt für die Darstellung und die Anknüpfung des Problems, das in dem der Überschrift folgenden Text berührt wird.

4.2. Funktionen der Überschriften und die Rolle der Komposita bei ihrer Erfüllung

Der Einheit 'Titel' ist unabhängig von dem Ko-Text eine spezielle Art von Kohäsion, Kohärenz, Intentionalität, Akzeptabilität, Informativität und Situationalität eigen. Der zwischen dem Titel und dem Ko-Text bestehende Zusammenhang (d.h. die Kongruenz) muss von dem Empfänger hergestellt werden, wofür

er eine Erfahrung mit Titeln braucht, die auf der Konventionalität dieser Texte beruht (vgl. Nord 1993: 44f.). In dieser Hinsicht ist es im Falle des untersuchten Korpus wichtig, dass der Rezipient die Regeln der deutschen Wortbildung kennt, die bei der Herstellung des Zusammenhangs zwischen den durch Komposita ausgedrückten Inhalten und den weiteren Teilen des Titels sowie dem nachfolgenden Ko-Text helfen. Ohne Kenntnis der Wortbildungsregeln kann es schwer sein, den durch das Kompositum – im Falle des analysierten Korpus meist Gelegenheitskompositum – ausgedrückten Sinn zu ergründen. Die Unkenntnis dieser Regeln kann zur fehlerhaften Interpretation der angestrebten Botschaft und folglich zum Scheitern der Kommunikation führen.

Nach Jacobson (1979) wird mit der metasprachlichen Funktion die Funktion der Sprache, über Sprache zu reden, benannt. „Die Sprache kann als Metasprache für alle anderen Informations- und Vermittlungssysteme funktionieren, aber zugleich ist sie auch die Metasprache für sich selbst, d.h. für die Sprache selbst“. Die metasprachliche Funktion der Sprache beruht also darauf, dass mit bestimmten Worten und Wendungen Informationen über die Sprache selbst übermittelt werden – über ihren Bau, ihre Wirkung und die Bedeutung der Wörter.

Die metasprachliche Funktion ist auf die Entschlüsselung der Kompositabedeutung anhand der dem Leser/Empfänger bekannten Regeln, d.h. anhand seines Wissens über die Sprache, eingestellt. In den kompositionellen Überschriftenkomponenten ist eine bestimmte Mitteilung kodiert. Das Wissen über Sprache als Zeichensystem, in dem bestimmte Regeln herrschen, erlaubt den Sinn der Mitteilung richtig zu ergründen, wie beispielsweise in den folgenden Korpusbelegen: *Chef-Typologie: Nach-oben-Gefallene, Choleriker, Intrigante; Sammelklage gegen Apple: iPhone-6-Seuche verärgert Tausende Kunden; Klimawandel: Die 1,5-Grad-Frage; Supermarktkette: Kaiser's-Tengelmann-Chef erwartet den Verlust „vieler Arbeitsplätze“; WM-Qualifikation: Portugal mit Ronaldo-Viererpack zum Sieg; Einheitsfeier in Dresden beginnt mit Anti-Merkel-Pöbeleien; US-Wahl: Kellyanne Conway ist die Trump-Flüsterin. Ohne die Kenntnis der Wortbildungsregeln ist es schwer, die zwischen den einzelnen Konstituenten der Komposita bestehenden Zusammenhänge zu erfassen und klare Relationen herzustellen. Die Interpretation der Komposita setzt auch voraus, dass man die Bedeutungen ihrer Komponenten kennt und die Beziehungen zwischen dem Zweitglied (Grundwort/Determinatum) und dem Erstglied (Bestimmungswort/Determinans) analysieren kann. Wenn diese Voraussetzungen erfüllt sind, kann ihre Bedeutung aus der Bedeutung der Bestandteile heraus oder mit Hilfe von Grundrelationen, „die im sprachlichen und lebenspraktischen Alltagswissen von Hörern bzw. Sprechern verankert sind“ (Fandrych/Thumair 1994: 38), erschlossen werden.*

Die Tendenz zur Ökonomie, Dynamisierung und Raffung der Sprache, die besonders für die Pressesprache markant ist, kommt sehr deutlich in den Komposita zum Ausdruck (vgl. Schirmer 2001: 47). In Wortzusammensetzungen – unabhängig davon, ob das Substantive, Adjektive oder seltener Verben und Vertreter anderer Wortarten sind – kann viel Inhalt in ein Wort ‘gepackt’ werden, was eine markante Informationsverdichtung erlaubt. Diese Eigenschaft

der Komposita wird aus ökonomischen Gründen in der Pressesprache sehr geschätzt. Wenn nämlich der komplexe Inhalt durch ein Kompositum ausgedrückt wird, entfallen fortwährend Probleme bereitende grammatische Kategorien wie Genus, Numerus, Kasus und Modus, die für die Textsorte 'Titel' eher unbequem und unhandlich sind. Als Beispiel, warum oft ein Kompositum bevorzugt wird, kann die Häufung von Genitiven in einem Titel angeführt werden, was das Verständnis erschwert und stilistisch unschön wirkt. Überdies können die infolge der Wortbildungsprozesse gebildeten aussagekräftigen komplexen Lexeme, die Bestandteile der Zeitungsartikelüberschriften sind, effektvoller die Phantasie des Lesers beeinflussen und ihn dadurch zum Lesen des vollständigen Artikels ermuntern.

Das untersuchte Korpus ist ein Beweis dafür, dass die Zeitungsüberschriftengestalter gern nach Komposita greifen, um auffällige Titel für die durch sie angesagten Artikel zu kreieren, wobei sie von der Voraussetzung ausgehen, dass ihre Leser den hinter dem Kompositum versteckten Sinn entschlüsseln können.

Viele Artikel der Online-Ausgabe der *Süddeutschen Zeitung* sind mit Überschriften versehen, deren Bestandteile ad hoc gebildete Komposita sind, die dazu dienen sollen, den Leser des dem Titel folgenden Ko-Textes zu gewinnen. Die Gelegenheitskomposita sind daher Mittel, die den Überschriftengestaltern helfen, die phatische Funktion und die Appellfunktion der Überschriften zu realisieren.

Wie die Komposita in dem analysierten Korpus bei der Realisierung der phatischen Funktion der Überschriften helfen, wird an folgenden Beispielen erläutert:

- *So werden Sie zum Google-Profi* – Hier wird der Kontakt initiiert und der Leser wird zum weiteren Lesen aufgefordert. Durch diese Überschrift wird das Interesse geweckt herauszufinden, wie man zum Google-Profi werden kann. Hier verstärkt das Bindestrichkompositum *Google-Profi* die phatische Funktion und die Wirkung des vom Verb 'werden zu' gebildeten Imperativs. Sowohl das Wort *Google* als auch das Wort *Profi* sind sehr zeitgemäß, und da jeder dem Zeitgeist entsprechend handeln möchte, fühlt man sich von dem Kompositum *Google-Profi* sehr angesprochen;
- *Warum bei dieser Russland-Wahl alles anders ist* – Hier will der Autor des Artikels durch die Überschrift, die die Form einer Frage (ohne das graphische Fragezeichen am Ende) hat, den Leser am Lesen halten und ihn durch die Feststellung, dass bei den Duma-Wahlen in Russland alles anders ist, für das Thema interessieren und somit den Kontakt aufbauen und zugleich unterhalten;
- *Was Yahoo-Nutzer jetzt tun sollten* – Diese Überschrift hat die Form einer Frage, steht jedoch ohne Fragezeichen. Durch die direkte Frage an den Leser wird der Kontakt mit ihm hergestellt und bekräftigt; das Kompositum *Yahoo-Nutzer* erlaubt den viel umständlicheren Relativsatz zu vermeiden, der dieselbe lexikalische Bedeutung realisiert. Ohne dieses Kompositum könnte die Überschrift folgendermaßen klingen: 'Was diejenigen, die Ya-

hoo nutzen, jetzt tun sollten‘. Durch das verwendete Kompositum ist die Überschrift kürzer und dadurch dynamischer und prägnanter, wodurch ein schnellerer Kontakt mit dem Leser herbeigeführt und die Neugier auf die Antwort in ihm geweckt wird, die im nachfolgenden Text erscheint. Der Kontakt wird dadurch auch verlängert. Die Aufrechterhaltung und folglich die Beendigung dieses Kontakts werden weiter von dem darauffolgenden Ko-Text übernommen. Ohne die Aufnahme des Kontakts durch den Artikel-titel könnte die phatische Funktion durch den folgenden Text nicht weiter realisiert werden;

- *Darum profitieren nur wenige Menschen vom Immobilien-Boom* – Die Herstellung des Kontakts mit dem Leser erfolgt hier durch die Ankündigung der Antwort auf eine Frage, die sich die Leser vermutlich ziemlich oft stellen. Das hybride Kompositum *Immobilien-Boom* hilft den Kontakt schnell entstehen zu lassen und bewirkt, dass der Leser auf die im Weiteren folgende Antwort gespannt ist. Wenn derselbe Inhalt durch eine Phrase ausgedrückt worden wäre, dann wäre die Überschrift länger und komplexer, und der Kontakt könnte nicht so schnell und geschickt geknüpft werden;
- *Wie Jungen zu Mobbingopfern und dann zu Tätern werden* – Durch das Fragewort *wie* wird der Kommunikationskanal geöffnet, der weiter durch eine kurze, allerdings dank dem Kompositum *Mobbingopfer* inhaltsreiche Zusammenstellung von Wörtern aufrechterhalten wird. Dabei werden jedoch keine Informationen übermittelt, abgesehen von denen, die zur Herstellung und Verlängerung des Kontaktes notwendig sind.

An der Verwirklichung der Appellfunktion sind folgende in den untersuchten Überschriften verwendete Zusammensetzungen beteiligt:

- *Tobias Schmerzens-Tat: nicht nachmachen!; Ellenbogen-Taktik lohnt sich nicht; Diese Venedig-Filme müssen Sie sehen; So werden Sie zum Google-Profi* – Hier haben wir es mit der Aufforderung zum Handeln bzw. Nicht-handeln zu tun, dessen Art und Weise der folgende Ko-Text bestimmt. Die Appellfunktion wird durch die direkte Aufforderung realisiert, durch die Form und Art der verwendeten Verben (Infinitiv als Aufforderung, das Verb „sich lohnen“, Modalverb, Imperativ), die zusätzlich semantisch durch effektiv geformte Bindestrich-Zusammensetzungen, wie *Schmerzens-Tat*, *Ellenbogen-Taktik*, *Venedig-Filme* oder *Google-Profi* unterstützt werden;
- *Jungs, erklärt uns mal eure Bierbauch-Angst!* – Dadurch, dass sich der Autor des Artikels in der Überschrift direkt an die Leser – genauer die *Jungs* – wendet, versucht er, die Empfänger zu beeinflussen. Hier erfolgt das durch den Imperativsatz, der eine Aufforderung, ein Befehl und ein Wunsch zugleich ist. Es wird direkt an die Männer appelliert, jedoch werden andere Leser durch den Appell ebenfalls angesprochen, da sie im Text vermutlich interessante Aussagen der von dem Problem Betroffenen finden. Und gerade das ist es, was die Leser möchten – über die Erfahrungen, die Probleme anderer lesen. Das Kompositum *Bierbauch-Angst* hilft die Appellfunktion

dieser Überschrift zu erfüllen, denn es führt Dynamik in ihren Inhalt ein, die bei einem Appell eine wichtige Rolle spielt. Wenn die Bedeutung, die dieses Kompositum hat, durch eine andere grammatische Form, z.B. durch die Phrase *‘Angst vor dem Bierbauch‘* realisiert worden wäre, wäre die ganze Überschrift zum einen zu lang, zum anderen nicht so ausdrucksvoll und lebhaft;

- *Karrieretipps im Praxistest: E-Mail-Postfach aufräumen* – Durch das inhaltsreiche sprachökonomische Bindestrichkompositum – das eine kürzere Variante des für die Überschrift meist ungefügten nominalen Syntagmas ist – und den Infinitiv versucht der Überschriftgestalter Einfluss auf den Leser zu nehmen. Das Ergebnis des Appells soll das Handeln des Empfängers sein. Durch seine Kürze, die vor allem dem kompositionellen Bestandteil der Überschrift zu verdanken ist, ist der Appell wirksamer und eingängiger.

Unter der expressiven bzw. Ausdrucksfunktion ist der Ausdruck der Einstellung des Senders zu den zum Inhalt des jeweiligen Artikels werdenden Phänomenen und Erscheinungen der Welt zu verstehen. „In fast jedem Titel [ist] ein gewisses Maß an Ausdrucksfunktion enthalten“ (Nord 1993: 131), und sogar das Fehlen oder das Vermeiden expressiver Elemente in Titeln kann als Ausdruck des Titelgestalters betrachtet werden (vgl. Nord 1993: 131f.). Natürlich findet man – auch im analysierten Korpus – solche Überschriften, in denen die expressive Funktion besonders deutlich erkennbar ist, oder solche, in denen diese Funktion nicht so offenkundig zum Ausdruck kommt. Häufig ist „die Ausdrucksfunktion nicht als Selbstzweck, sondern als Mittel zur Realisierung der Appellfunktion zu betrachten“ (Nord 1993: 142), und aus dem Grunde ist es manchmal schwierig, die typischen Gestaltungsmerkmale der expressiven Funktion aufzudecken. In dem zusammengestellten Korpus lassen sich allerdings Überschriften finden, in denen sich die Ausdrucksfunktion durch die von den Überschriftengestaltern angewandten sprachlichen Mittel realisiert. Die Einstellung des Überschriftenautors zu der Textsituation kann der Leser in folgenden Überschriften erkennen: *Tobas Schmerzens-Tat: nicht nachmachen!*; *Ellenbogen-Taktik lohnt sich nicht*; *Diese Venedig-Filme müssen Sie sehen*; *Oktoberfest: Weniger Wiesn-Besucher – wie schön!* *Doppelhaushalt mit Rekord-Ausgaben*; *Gruselclowns breiten sich bedrohlich aus*; *Nach Hurrikan Haiti – Chaos, Cholera und eine Gefängnis-Meuterei*; *Karstadt und Kaufhof verkaufen keine Horror-Clown-Masken mehr*; *Chef-Typologie: Nach-oben-Gefallene, Choleriker, Intrigante*; *Wie Fernseher-Hersteller ihre Kunden überfordern*; *Schalke sucht den Super-Klicker*; *Überraschender Durchbruch im Streit um Pkw-Maut*; *Ein Wohnwagen im Safari-Look, bitte!* Durch die Verwendung expressiv gefärbter Worte wie der Attribute, Adverbien – *weniger, überraschend, bedrohlich*, der Vergleichsformen, z.B. *wie schön*, der Partikel *bitte*, der Imperativformen, der Modalverben – z.B. *müssen*, der Verben mit feststellendem Charakter wie *sich lohnen* sowie der inhaltsreichen und aussagekräftigen Gelegenheitszusammensetzungen – darunter häufig Bindestrichkomposita –, die das Resultat der sprachlichen Phantasie des Über-

schriftgestalters sind, wie *Schmerzens-Tat*, *Ellenbogen-Taktik*, *Venedig-Filme*, *Rekord-Ausgaben*, *Gruselclowns*, *Gefängnis-Meuterei*, *Horror-Clown-Masken*, *Nach-oben-Gefallene*, *Fernseher-Hersteller*, *Super-Klicker*, *Durchbruch*, *Safari-Look* wird die Einstellung des Senders zu dem in dem darauffolgenden Text beschriebenen Sachverhalt erkennbar. Alle Elemente der analysierten Überschriften und ihre geschickte Zusammenstellung tragen dazu bei, dass der ganzen Überschrift eine entsprechende Aussagekraft zukommt. Die Komposita sind Kurzformen von Attributgefügen bzw. von längeren substantivischen Phrasen, deren Elemente durch syntagmatische Beziehungen miteinander verbunden sind. Für Titel sind lange Gefüge zu kompliziert und dadurch unpraktisch, denn sie verursachen, dass die für die Überschriften typische Dynamik und die von ihnen erwartete Aussagekraft verloren gehen. Komposita sind Erscheinungen mit sprachökonomischer Wirkung (vgl. Sandig 1971 67f.), die helfen, die Ausdrucksfunktion der analysierten Überschriften zu realisieren. Durch Ausklammerung von relationsbildenden Einheiten, ihre Überschaubarkeit und Kürze erlauben sie ferner auf die Abhängigkeit der Überschrift vom Sender zu verweisen sowie dessen Innerlichkeit (auch wenn nicht immer entsprechend deutlich und direkt) auszudrücken. Energische Imperative, die in den analysierten Überschriften auch vertreten sind, helfen den Lesern, sich nicht nur in der Problematik besser zu orientieren, sondern zeigen auch die betreffende Stellungnahme des Autors der Meldung und sein emotionelles Engagement. Auf die Realisierung der expressiven Funktion der Überschriften haben also alle in dem jeweiligen Titel vorkommenden Elemente einen Einfluss. Die analysierten Komposita haben einen nicht zu unterschätzenden Anteil daran.

4.3. Graphische Auffälligkeiten der untersuchten Zeitungüberschriften

Unter dem Begriff 'graphische Auffälligkeiten' werden in dem vorliegenden Beitrag nach Fleischer/Helbig/Lerchner (2001: 438) „stilistisch motivierte Variationen oder Abweichungen in der Rechtschreibung, der Zeichensetzung, der schreib- oder drucktechnischen Gestaltung und der graphisch-bildlichen Textaufgliederung“ verstanden. Besondere Aufmerksamkeit wird der graphischen Gestaltung der in den analysierten Zeitungüberschriften vorkommenden Zusammensetzungen gewidmet. Ohne Frage gehört die lexikalische Gestaltung des ganzen Artikels zu dem spezifischsten Merkmal des Textes, der kontaktorientiert ist. Jedoch je mehr Aufmerksamkeit der typografischen Anordnung und den graphischen Hervorhebungen von dem Gestalter des Artikellayouts geschenkt wird, die mit den semantischen Einheiten einer Äußerung korrespondieren, desto überschaubarer ist die dargebotene Mitteilung. Dank der typographischen Mittel, die in der Überschrift angewendet werden, wird die Information hervorgehoben, wodurch der Leser wahrscheinlich schneller das Informationsangebot wahrnimmt und sich für dessen Inhalt interessiert. Zweifellos ist in dem gesamten Korpus der Bindestrich die häufigste graphische Auffälligkeit. In den „Überschriften werden Bindestriche, meistens regelabweichend, als optisch-

graphische Wirkungskomponente und als Rezeptionsanreiz genutzt [...]“ (Dargiewicz 2012: 645). „Auch wenn Bindestrichschreibung nicht immer orthographisch korrekt ist, verfolgt sie bestimmte Ziele. Sie ist meist dann gefragt, wenn die Komposita komplex sind, d.h. aus mehreren als zwei Teilen bestehen, oder wenn verschiedene Komponenten der Wortneubildung voneinander abgegrenzt werden müssen, beispielsweise aus stilistischen oder kommunikativen Gründen, was der Verdeutlichung der bestimmten Information dient“ (Dargiewicz 2012: 644). Beispiele hierfür sind: *Flüchtlings-Referendum: Orbán scheitert an 50-Prozent-Hürde*; *Merkels Nicht-Einladung ist allein für Seehofer peinlich*; *An Hillary Clinton klebt der E-Mail-Makel*; *Karstadt und Kaufhof verkaufen keine Horror-Clown-Masken mehr*; *Enthemmt und unversöhnlich – der Social-Media-Kampf von Clinton und Trump*; *Warum die Wikileaks-Enthüllungen zu Clinton wichtig sind*; *Fluggesellschaft: Tuifly streicht wegen Massen-Krankmeldungen alle Flüge*; *Oktoberfest: Weniger Wiesn-Besucher – wie schön!*; *So wird der Abschied vom Wiesn¹-Wahnsinn gefeiert*; *CDU: Geburt einer Parteispenden-Affäre*; *Fiat kommt mit Abgas-Tricksereien durch – dank deutscher Gesetzeslücke*; *ZDF neo sendet aus Versehen eine alte Neo-Magazin-Royale-Ausgabe*; *Trump: „Ich war immer eine Merkel-Person“*; *Raumfahrt: Elon Musk sucht eine Million Mars-Siedler*; *Was die Öl-Einigung bedeutet*; *Künstliche Befruchtung*; *Drei-Eltern-Babys fordern das Rechtssystem heraus*. Auffallend ist dabei, dass im analysierten Korpus unter Bindestrichzusammensetzungen viele Belege Eigennamen als erste Konstituente haben. In den angeführten Beispielen sind das: *Wikileaks*, *Neo-Magazin-Royale*, *Merkel*, *Wiesn*, *Mars*. Dank dem Bindestrich ist auch in der komplexen Zusammensetzung der Eigennamen gut erkennbar, was für die phatische, Ausdrucks- und Appellfunktion der Überschrift relevant ist.

5. Resümee

Das besondere Augenmerk dieses Beitrags richtete sich auf die sprachlich-pragmatischen Merkmale der Zeitungsartikelüberschriften, anhand deren ihre kommunikativen Funktionen nachgewiesen werden können. Dabei wurde der Rolle der Komposita besondere Aufmerksamkeit geschenkt.

Das zunehmende Gewicht und die anwachsende Komplexität der Zusammensetzungen und dadurch der Nominalisierung in Schlagzeilen werden als häufige Maßnahme der Überschriftengestaltung hervorgehoben. Das analysierte Korpus ist ebenfalls ein gutes Beispiel dafür.

Die Autoren der Artikelüberschriften aus der analysierten Online-Ausgabe der *Süddeutschen Zeitung* bedienen sich unterschiedlicher kontaktorientierter

¹ Es handelt sich um das Gelände, auf dem das Oktoberfest stattfindet. Der Münchner geht auf die „Wiesn“. Es handelt sich hier um den bairischen Singular. Offiziell heißt das Gelände „Theresienwiese“, benannt nach Therese von Sachsen-Hildburghausen, anlässlich deren Hochzeit mit Kronprinz Ludwig im Jahre 1810 an dieser Stelle ein Pferderennen abgehalten wurde.

Verfahren. Die hier beschriebenen Untersuchungsergebnisse deuten an, wie die in den Überschriften verwendeten Mittel sprachlicher und nichtsprachlicher Art dazu beitragen können, das übergeordnete Ziel, d.h. das Erzeugen von Leseinteresse zu erreichen. Die Kompositabildung ist eines der vielen linguistischen Sprachmittel, die in der Presseüberschrift sowohl der verdichtenden Informationsvermittlung dienen als auch als Leseanreiz fungieren können, was die Erfüllung der den Zeitungsartikelüberschriften zugeschriebenen kommunikativen Funktionen zur Folge hat.

Literaturverzeichnis

- Daprè, D. 2014. Die Schlagzeile. Eine stilistische Vergleichsanalyse zwischen der *BILD*-Zeitung und dem *Standard*. In S. Aberham, E. Christensen, D. Pfurtscheller und V. Schuchter, *IGEL. Elektronische Zeitschrift für studentische Arbeiten*. 1. Ausgabe, 120-143. uibk.ac.at/germanistik/igell.
- Dargiewicz, A. 2012. Wie die Deutschen wortbilden. Zur Bindestrichzusammensetzung als populärem Wortbildungsverfahren der modernen deutschen Sprache. In L. Kolago (Hrsg.), *Studia Niemcoznawcze (Studien zur Deutschkunde)*, Bd. L, 643-653. Uniwersytet Warszawski: Warszawa.
- Dargiewicz, A. 2016. Bandwurmkomposita als besonderes Phänomen des Deutschen. *Linguistica Silesiana* 37: 239-257.
- Donalies, E. 2005. *Die Wortbildung des Deutschen. Ein Überblick*. Günter Narr Verlag: Tübingen.
- Donalies, E. 2007. *Basiswissen. Deutsche Wortbildung*. A. Francke Verlag: Tübingen/Basel.
- Dvoran, B. 2012. *Wortbildung des Deutschen kontrastiv zur Wortbildung und syntaktischen Paraphrase des Portugiesischen und Italienischen*. Diplomarbeit. Wien. pdf.
- Eichinger, L.M. (Hrsg.) 2008. *Wortbildung heute. Tendenzen und Kontraste in der deutschen Gegenwartssprache*. Gunter Narr Verlag: Tübingen.
- Elsen, H. 2011. *Neologismen. Formen und Funktionen neuer Wörter in verschiedenen Varietäten des Deutschen*. 2. überarbeitete Auflage. Narr Francke Attempto Verlag: Tübingen.
- Fandrych, Ch. und M. Thumair 1994. Ein Interpretationsmodell für Nominalkomposita: linguistische und didaktische Überlegungen. *Deutsch als Fremdsprache*, 1. Quartal 1994/1: 34-45.
- Fleischer, W., und I. Barz 2012. *Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache*. 4. völlig neu bearbeitete Auflage. De Gruyter Studium: Berlin/Boston.
- Fleischer, W., G. Helbig und G. Lerchner (Hrsg.) 2001. *Kleine Enzyklopädie – Deutsche Sprache*. Lang: Frankfurt a. M.
- Heller, K. 1999. >Binde-Strich< und >Zergliederungs-Sucht<. *Sprachreport* 4: 26-7.
- Heringer, H.J. 1984. Wortbildung: Sinn aus dem Chaos. *Deutsche Sprache* 12: 1-13.

- Jakobson, R. 1971. Linguistik und Poetik. In J. Ihwe (Hrsg.), *Literaturwissenschaft und Linguistik I*, 142-178. Athenäum: Frankfurt a. M.
- Jakobson, R. 1979. Linguistik und Poetik. In E. Holenstein und T. Schelbert (Hrsg.), *Poetik. Ausgewählte Aufsätze 1921-1971*, 83-121. Frankfurt a. M.
- Kim, T.-S. 1990. *Die semantischen Beziehungen zwischen den beiden unmittelbaren Konstituenten von Nominalkomposita*. Julius-Maximilians-Universität zu Würzburg. Dissertation.
- Klos, V. 2011. *Komposition und Kompositionalität. Möglichkeiten und Grenzen der semantischen Dekodierung von Substantivkomposita*. De Gruyter: Berlin/Boston.
- Klosa, A. (Hrsg.) 2013. *Wortbildung und Phraseologie*. Narr Francke Attempto Verlag: Tübingen.
- Knobloch, J. 1978. Bandwurmkomposita im heutigen Deutsch. *Moderne Sprachen* 2: 147-149.
- Michel, S. 2011. Zur Semantik der Kompositionsstammformbildung bei N+N-Komposita – Implikationen für DaF-Unterricht. *Deutsch als Fremdsprache* 4(48): 221-231. München/Berlin.
- Nord, Ch. 1993. *Einführung in das funktionale Übersetzen. Am Beispiel von Titeln und Überschriften*. Francke Verlag: Tübingen und Basel.
- Pavlov, V.M. 1972. *Die substantivische Zusammensetzung im Deutschen als syntaktisches Problem*. Max Hueber Verlag: München.
- Sandig, B. 1971. *Syntaktische Typologie der Schlagzeile: Möglichkeiten und Grenzen der Sprachökonomie im Zeitungsdeutsch*. Max Hueber Verlag: München.
- Sandig, B. 1978. *Stilistik. Sprachpragmatische Grundlegung der Stillbeschreibung*. De Gruyter: Berlin/New York.
- Schirmer, S. 2001. *Die Titelseiten-Aufmacher der BILD-Zeitung im Wandel. Eine Inhaltsanalyse unter Berücksichtigung von Merkmalen journalistischer Qualität*. R. Fischer: München.
- Schlücker, B. 2012. Die deutsche Kompositionsfreudigkeit. Übersicht und Einführung. In L. Gaeta und B. Schlücker (Hrsg.), *Das Deutsche als kompositions-freudige Sprache. Strukturelle Eigenschaften und systembezogene Aspekte*, 1-25. De Gruyter: Berlin/New York (= Linguistik – Impulse & Tendenzen 46).
- Starke, G. 1993. Droht uns eine Bindestrich-Inflation? *Muttersprache* 3(103): 50-60. Gesellschaft für Deutsche Sprache: Wiesbaden.
- Stein, S. 1999. Majuskeln im WortInnern. Ein neuer graphostilistischer Trend für die Schreibung von Komposita in der Werbesprache. *Muttersprache* 109: 261-278.
- Stojić, A., und N. Košuta 2012. Zur Abgrenzung von Mehrwortverbindungen. *Zagreber Beiträge* 21: 359-373.
- Trageser, H. 1996. Bandwurmanalysebeispiele und Nominalkompositaherstellungsanleitungen. *Praxis Deutsch* 23: 51-56.
- Wilss, W. 2001. Substantivische Wortbildungen in der deutschen Gegenwartssprache. In G. Stickel (Hrsg.), *Neues und Fremdes im deutschen Wortschatz. Aktueller lexikalischer Wandel*, 172-182. Walter de Gruyter: Berlin/New York.
- Wulff, H.J. 1981. De modis titulandi. In *Kodikas/Code* 3: 27-37.