

MARIA KABATA

**EINIGE MERKMALE ÜBER FUNKTION
DER PRESSEARTIKEL
– ÜBERSCHRIFTEN AUF GRUND
DER TAGESZEITUNG „DZIENNIK“**

Beim Betrachten der reichlichen Sammlung von Bearbeitungen der Presseartikel-Überschriften, fällt schwer eine Meinung abzulehnen, dass die kleinste Presseaussage, eine bestens geprüfte Art eines Kommunikates ist.

Walery Pisarek bestimmte eine ganze Monografie dem Besprechen der Spracheigenschaften von den Presseartikel-Überschriften, deren Grundfunktion er im Informieren des Lesers über den Inhalt der Aussage, in eine Ermutigung des Empfängers zum Lesen des Artikels, wie auch im graphischen Attraktivieren der Pressespalte sieht¹. Seit dieser Zeit erschienen zahlreiche Bearbeitungen über Presseartikel – Überschriften², deren Verfasser auf verschiedene Wandlungen, welche die Überschriften betreffen, aufwiesen und aufweisen³.

¹ W. Pisarek, *Poznać prasę po nagłówkach*, Kraków 1967, s. 8.

² Bemerkung: Für den Gebrauch der vorliegenden Ausarbeitung sind die Worte Presse – Überschrift und Pressetitel abwechselnd angewendet.

³ H. Satkiewicz, *Stylistyczne wyzyskiwanie elementów leksykalnych w tekstach nagłówków prasowych*, (w:) *Opisać słowem*, (red.) A. Markowski, Warszawa 1992, s. 161-166; M. Wojtak, *Przejawy*

Besteht denn noch etwas darüber, was der reichen Literatur zugegeben werden kann? Wegem dem begrenzten Zeitrahmen kann mein Auftritt zu einer erschöpfenden nicht prätendieren. Es ist nur eine Probe die neusten Erscheinungen zu zeigen. Als Untersuchungsmaterial meines Artikels dienten Presseartikel - Überschriften, die in der Tageszeitung „Dziennik“ im Jahre 2007 veröffentlicht worden sind.

Die Redakteure der Tageszeitung „Dziennik“, bestrebt Leser zu werben, langen nach früher schon, durch andere Zeitungen ausgearbeitete Spracheingriffe. Verschiedene Art von Anspielungen, Formen von Sprachspielen intrigieren und erregen die Aufmerksamkeit des Empfängers⁴. Ein interessantes Beispiel von derartigen Eingriffen, kann folgende Überschrift sein: „Jak hartowała się Angela Merkel“ (16.03) «wie härtete sich Angela Merkel» die sich zum Titel eines breit bekannten Werkes des realen Sozialismus „Jak hartowała się stal“ «wie härtete sich Stahl» vom Mikołaj Ostrowski, abrufte. Hier haben wir mit Manipulationstechnik zu tun, über die Andrzej Maria Lewicki schrieb, dass sie sich auf Kontext bezieht, in welchem das Zitat vorgekommen ist, um eine Meinung zu äussern, die direkt schwer übermittelbar wäre, denn das würde ein Widerspruch der Leser erwecken, oder die Redaktion bzw. den Autor des Artikels auf Gerichtsprozess gefährden⁵. Der Pressetitel erinnert nämlich, dass Angela Merkel Bürgerin der Deutschen Demokratischen Republik war und eine Verknüpfung mit dem Hauptheld des Werkes Paweł Korczagin dem Leser leicht bietet. Gleichzeitig zeigt der Artikel an keiner Stelle im literarischem Kontext Frau Angela Merkel und die Härte ihres Geistes im positiven Licht.

In der Zeitung „Dziennik“ «Tageszeitung» mangelt auch nicht an den Überschriften, die sich ähnlich wie in der „Gazeta Wyborcza“ «Wahlzeitung» zum Bereich von Popkultur abrufen⁶. Zum Beispiel „Georg Bush senior, gotowy na wszystko“ (9.02) «Georg Bush Senior, bereit auf alles», das ist ein Titel vom Artikel, aus dem wir erfahren haben, dass sich der ehemalige Präsident mit der Schauspielerin des Serienfilmes getroffen hat. Grundlage dieses Wortspieles ist die Grundbedeutung der

mody w sposobie kształtowania informacyjnych gatunków prasowych, (w:) *Moda jako problem lingwistyczny*, red. K. Wojtczuk, Siedlce 2002, s. 35-51; J. Stawnicka, *Innowacje frazeologiczne we współczesnych nagłówkach prasowych*, (w:) *Język a komunikacja 1*, (red.) G. Szpila, Kraków 2000, s. 207-214; A. M. Lewicki, *Nagłówki w formie ustalonych związków wyrazowych jako narzędzie manipulacji*, (w:) *Manipulacja w języku*, (red.) P. Krzyżanowski, P. Nowak, Lublin 2004, s. 101-113; J. Miodek, *Tytuł w tytule jako środek stylistyczny*, *Rozprawy Komisji Językowej Wrocławskiego Towarzystwa Naukowego XII*, 1981, s. 121-129; J. Tarsa, *Dyskretny urok nagłówek, czyli skrzydlate słowa na łamach prasy*, *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Opolskiego*, t. 34, Opole 1995, s. 101-107; I. Kamińska-Szmaj, *Język wiadomości prasowych przed rokiem 1989 i po roku 1989*, „*Poradnik Językowy*”, z. 1, 2001, s. 31-40 i inne.

⁴ D. Dabert, *Czytelnik uwiedziony. Forma językowa tytułów „Gazety Wyborczej”*, *Odra* 2, 1999, s. 7-14; E. Miłek, *Funkcja perswazyjna tytułów „Gazety Wyborczej”*, (w:) *W świecie mediów*, (red.) M. Balowski, Opole 1999, s. 83-95; Kamińska-Szmaj I., *Słowa na wolności*, Wrocław 2001; B. Grochala, *Intertekstualność w nagłówkach prasowych „Gazety Wyborczej”*, (w:) *Tekst w mediach*, (red.) K. Michalewski, Łódź 2002, s. 222-229; Tejże, *Dowcip językowy w nagłówkach „Gazety Wyborczej”*, (w:) *Acta Universitatis Lodzianae Folia Linguistica*, z. 43, 2005, s. 25-35; M. Wojtak, *Przejaw... op. cit.*, s. 35-51; K. Zawilska, *Gośka miała fajny blok, czyli moda na pewien typ nagłówek prasowych w „Gazecie Wyborczej”*, (w:) *Nowe zjawiska w języku, tekście i komunikacji*, (red.) M. Rutkowski, Olsztyn 2006, s. 162-168.

⁵ A. M. Lewicki, op. cit., s. 112.

⁶ K. Zawilska, op. cit., s. 163.

Worte *być gotowym na wszystko*, also auf alles entschlossen bereit (zuneigend befähig) zu etwas sein, was doch im Text keine Bestätigung findet.

Ebenso eine Kenntnis des Sprichwortes *mądry Polak po szkodzie* «kluger Pole nach dem Schaden» benötigt der Titel „Adamek po szkodzie“ (9.02) «Adamek nach dem Schaden» denn der Artikel informiert die Sportfans, dass der polnische Boxer sein Weltmeistertitel verlor, weil er zu schnell viel Geld verdienen wollte.

Eine Überschrift anderer Art ist folgende „Giertych gra aborcją“ (8.03), «Giertych spielt mit Abortion» in dem das Lekssem *gra* «spielt», leitet den Leser zur Bedeutung der Worte *brać udział w grach towarzyskich* «an Gesellschaftsspielen teilnehmen», darüber hinaus mit Syntax der Worte *grać czymś* «spielen mit etwas», führt zur Syntax *grać coś* «spielen irgend was», *któs gra w coś* «jemand spielt etwas» *któs bawi się w coś, np. w szukanego* «jemand belustigt sich z B. in Gesuchten», *rozgrywać coś czymś* «Spiel austragen, z B. in Schachpartie, oder z B. Betrug», die ein Kontext eines Spieles, einer Belustigung hervorrufen. Dem zufolge, übereinstimmend mit ganzem Inhalt des Presstextes, suggerierte die Überschrift dem Leser, dass die Wirkung von Roman Giertych unernsthaft, von dem gesundem Menschenverstand entzogen, und sein Appel an die Länder der Europäischen Union, betreffs der Schwangerschaft – Abtreibung, mit Augenzwinkern zu betrachten ist.

Die Sprachmode ist auch diese Zeitung, in der der Missbrauch von Lekssem *Singel* erscheint, nicht vorbeigegangen. Zum Beispiel „Producenci polują na single“ (16.03) «Die Produzenten jagen nach Singel (bevorzugte Einzelstücke). Hinzu, so formulierter Titel, dadurch dass er in die Dynamik des ökonomischen Bildes des Wirtschaftsmarktes als der Stelle von unaufhörenden Enttäuschungen, Jägereien und Kämpfen, das Problem einschreibt, weckt Emotionen.

Doch diese Erscheinungen lasse ich bei Seite unserer Überlegungen, denn das Ziel meines Absicht ist das Anschauen der Überschriften, die bedeutend größere Emotionen des Lesers Erwecken. Meine Analyse umfasst ausschließlich irrtümliche Titel, deren Grundziel im Anregen des Lesers liegt, seine Achtung konzentriert, ihm zum Überzeugen führt, dass die angekündigten Texte eine neue, besonders interessante Wissenschaft bringen und in der Konsequenz ihn zum Lesen des Presseartikels neigen. Allgemein in der erwähnten Untersuchungsdauer sammelte ich fast fünfzig irreführende Titel⁷, die im unterschiedlichen Grad von dem Inhalt des Presseartikels selbst abwichen.

Nach Jadwiga Puzynina, durch Manipulationen verstehe ich derartige Eingriffe, mit Hilfe deren bemüht sich der Textautor das Verhalten anderer Menschen zu gestalten⁸. Gleichzeitig bin ich bewusst über Bedeutungsschärfe des Wortes *Manipulation*, seiner negativen emotionalen Kennzeichnung. Deswegen auch, erscheint das von mir herausgerufene Wort in Übereinstimmung mit der Erfassung von Irena Kamińska-Szmaj, als Prädikat, das erst in der letzten Untersuchungsetappe anzuwenden ist⁹.

In den letzten Zeiten, wie das Maria Wojtak wahrnimmt, erschien eine Änderung in der Weise vom Gestalten und Betrachten der Presseartikel – Überschriften. Man hat mit den Überschriftenrelevanz- und Gattungsregeln gestoppt. Den Überschriften würde eine Range von selbstständiger Mitteilung in den mehrdimensionalem Spielen mit einem

⁷ Termin M. Wojtak, *Przejaw...*, op. cit.

⁸ J. Puzynina, *O manipulacji językowej*, (w:) tejże, *Słowo-Wartość-Kultura*, Lublin 1997, s. 180.

⁹ I. Kamińska-Szmaj, *Propaganda, perswazja, manipulacja – próba uporządkowania pojęć*, (w:) *Manipulacja...* op. cit., s. 25.

Text und dessen Leser unterordneten Form verliehen¹⁰. Die Spiele mit Text unterliegen in der Regel einem Respekt von zwei Grundsätzen: einer Harmonie und einer Disharmonie. Die mich interessierende Disharmonie nach Meinung der Forscherin erscheint dann „wenn für einen deutlichen Ausdruck einer Verlautbarung, wird dem Titel eine ausgesuchte und dabei nicht selten irreführende und widersprüchliche zum Charakter des im sachlichem Ton gehaltenen Körpers des Artikels selbst, verliehen“¹¹.

Zum Anfang, lohnt es sich einige Beispiele von vollständiger Disharmonie zwischen dem Inhalt der Überschrift und dem des Artikels besprechen, wenn der Pressetitel keinesfalls die Tatsachen deutet.: „Geje chcą dyskryminacji“ (3-4.02) «Die Gejs wollen Diskriminierung» - das ist der Titel eines Artikels, der über Notwendigkeit einer Änderung des Verbotgesetzes von Diskriminierung spricht. Außerdem erfahren wir aus der Presselektur dass die diese Forderungen stellenden Homosexuellen, keinesfalls in ihren Rechten begrenzt wie auch verfolgt werden wollen.

Ein anderes, spannendes Beispiel ist Artikelstitel „Będzie niższy VAT“ (10 – 11.02) «Mehrwertsteuer wird kleiner» wo wir lesen, dass die Steuersätze unverändert bleiben. Geändert wird nur die definition des gesellschaftlichen Bauwesens, was auch den Wohnungsbau bis 220 q.m. (früher 200) ermöglicht mit dem sieben Prozent Steuersatz zu umfassen. Der Mechanismus dieser Manipulation erscheint hier zweiartig: durch Art der Verführung des Geschehensankündigung von etwas was in dem Tatbestand nicht erfolgt ist, sowie durch die Störung der Verhältnisse, da Änderungen, über die wir aus dem Körper des Artikels informiert werden, im Grunde genommen nicht groß sind und nur eine schmale Gruppe von investierenden betreffen.

Dagegen aber, der Titel „Wyleczymy Polskę z głuchoty“ (30.01) «Wir heilen Polen aus der Taubheit», mit dem ersten Satz des Einführungsglides „Przykro to mówić, ale Polska jest krajem ludzi głuchych“ «Es ist unangenehm zu sagen, aber Polen ist ein Land von gehörlosen Menschen» suggeriert, dass es sich um einen medizinischen Ausdruck, eine Benachteiligung bzw. einen Verlust des Gehöres handelt, wo hingegen der Presstext ein Appell der Ehepaar Penderecki um eine breitere musikalische Edukation der Jugend geht. Erwähnte Beispiele zeigen es deutlich, dass die Verallgemeinerung von spielen verschiedener Art, die der Sender mit Empfänger führt, Konsequenzen hinter sich zieht. Eine Grenze zwischen Vergnügen, Spiel, Spaß bzw. Andeutung und Lüge wird hier sehr flüchtig.

Eine größere Gruppe von Überschriften anderer Art bilden Pressebeispiele, in denen die Artikelstitel zu stark gekürzt sind und auf diese Weise bedeutende Einzelheiten der überwiesenen Nachricht verheimlicht blieben. Als Beispiel können hier die Überschriften dienen, deren Manipulation durch das Weglassen der bedingenden Bindeworte oder anderer Bestimmungen des Bedingungsdrives, dessen Aufgabe eine Verminderung der Wahrhaftigkeit von ausgesprochenen Urteilen ist, entsteht. Im Effekt werden solche Presseartikel zu falschen Behauptungen, obwohl die Wirklichkeit weit andere ist.

Eine Überschrift „Autyzm można wyleczyć“ (9.02) «Autismus kann geheilt werden» ermuntert zum Lesen des Artikels, in dem zu erfahren ist, dass die Wissenschaftler die genetische Erkrankungsursachen der Retta Gruppe (oft irrtümlich mit Autismus

¹⁰ M. Wojtak, *Przejaw...*, op. cit., s. 44.

¹¹ *Ibidem*, s. 44.

verwechselt) und die Weise zur Verbesserung des für diese Erkrankung verantwortlichen Gens gefunden haben. Doch aber erst im letzten Abschnitt des Artikels erfährt der Leser, dass wahrscheinlich das untersuchte Fragment des DNA nur für manche Formen des Autismus verantwortlich ist, was doch eine Hoffnung mehrerer Kranken Personen bringt. Die Absicht, dem Empfänger der Pressenachrichten zu spannen, verursachte, dass der Indikativ in der Überschrift gebraucht wurde und der Name der allgemein bekannten Krankheit erschien, obwohl der Artikel einer anderen Krankheit gewidmet ist.

Die Sprachanalyse von Überschriften der Zeitung „Dziennik“ zeigt, dass die Autoren der Pressetitel oft das Zeitwort *stracić* «verlieren» mit Absicht in der Indikativform nutzen. Der Pressetitel „Cała wieś straciła słuch“ (19.03) «Das ganze Dorf verlier das Gehör» müsste im Grunde z.B. folgend lauten: „Cała wieś niby straciła słuch“ «Das ganze Dorf verlier, als ob das Gehör», denn im Artikel die Rede über eine Laryngologe ist, die an Hand von Personendaten über zweihundert Einwohner eines Dorfes gefälschte Bescheinigungen über Gehörverlust ausstellte, mit Erschwindelnsziel, Gelder aus dem Fond der Sozialversicherung zu nehmen. Hier haben wir mit gezieltem Weglassen der Partikel *niby, jakoby* «als ob» zu tun, das die wörtliche Bedeutung erschwächen würde, eine Schattierung der Unwirklichkeit gäbe, auf die Scheinbarkeit oder Unwirklichkeit der beschriebenen Geschehen hinwiese.

Ein anderes Beispiel lautet „Polska straci magazyny“ (30.01) «Polen wird Magazine verlieren». Die hier angewendete Futurzeit soll die Rolle einer Vermutung bzw. Bedingungsform spielen – denn diese Überschrift wird erst dann der Wahrheit entsprechen, wenn die Parlamentarier die Änderung des VAT-Steuers «MWS» vornehmen und die ausländischen Unternehmer auf die Investitionen in unserem Land verzichten werden.

Weitere Beispiele sind Titel: „Studenci tracą zniżki na bilety” (30.11) «Die Studenten werden Fahrkartenermäßigungen verlieren» (wenn sie bis Jahresende ihre alten Studentenausweise nicht wechseln); „Budżet straci nawet miliard złotych“ (13.12) «Das Budget verliert sogar eine Milliarde Zloty» (wenn die Zigarettenspreise steigen und die dadurch verursachte Vergrößerung des Zigarettenschmuggels aus der östlichen Nachbarschaft Polens erfolgt. Es ist zu bemerken, dass auch die anderen Verben für diesen Zweck genutzt werden: „W tym miesiącu Europą wstrząsną zamachy“ (4.10) «In diesem Monat wird Europa von Anschlägen erschüttert» (es kann passieren, wenn Terroristen angreifen); „Za dwa lata polecimy samochodem“ (26.10) «nach zwei Jahren werden wir mit dem Auto fliegen» (wenn ein Prototyp solch eines Fahrzeuges die Massenproduktion erreicht); „Za egzamin na prawo jazdy zapłacimy krocie“ (26.12) «Für eine Autofahrerprüfung wird das unmenge Geld zu zahlen sein» (wenn hohe Preissteigerungen erfolgen). Derselbe Eingriff ist in folgender Überschrift, dessen Wahrhaftigkeit davon abhängig ist, wie die Abstimmung im Sejm verlaufen wird: „Koniec reklamowania aptek“ (16.02) «Ende mit Werbung für Apotheken». Dieser Titel beginnt den Text, der über einen Vorschlag der Novellisierung des Pharmazeutengesetzes handelt. Interessant ist aber das, dass es sich in dem vorgeschlagenen Gesetz nicht um Reklame von Apotheken handelt, sondern nur um Reklameverbot der Medikamente in deren Verkaufsstellen. Die Manipulationen in den hier vorgestellten Überschriften kann man auch abgesehen von der Modalität untersuchen.

Die Sprachmanipulation beruht im behandelten Material auch auf der Verheimlichung der tatsächlichen Zeit der verkündigten Tatsachen. Die elliptische Überschrift

auf der ersten Seite „Prezes Marcinkiewicz“ (31.01) «Vorsitz Marcinkiewicz» suggeriert, dass der Ministerpräsident Marcinkiewicz schon Vorsitzender der PKO-Bank ist. Ein Leser vermutet nicht, dass der gelesene Text um die Futurform zu ergänzen ist.

In dem untersuchten Material erschienen meist die Überschriften, in denen die Präsensformen vorkommen, obwohl nur die vorgesehenen kommenden Ereignisse beschrieben werden. Zum Beispiel der Titel: „Na całym świecie wysychają rzeki“ «auf der ganzen Welt trocknen die Flüsse aus» müsste übereinstimmend mit dem Artikelinhalt lauten „Rzekom na Ziemi grozi wyschnięcie“ «Es droht, dass die Flüsse der Erde eintrocknen».

Ebensolch ein Beispiel bildet der Titel „Szef TP SA bez pensji“ (22.03) «Chef TP SA ohne Gehalt» suggeriert einen gegenwärtigen Zustand, obwohl in dem Presstext die Rede von der Zukunft ist. Der Artikel informiert den Leser, dass eine kleine Strafe auf dem Genossenschaftsvorstand und dem Chef der TP SA aufgelegt wurde. Darüber hinaus haben wir noch zusätzlich eine innere Diskrepanz, denn erst die nächsten Wochen werden zeigen, ob die Strafe eventuell bis maximal das dreifache Gehalt des Chefs erhöht wird.

Eine getrennte Gruppe bilden solche Überschriften, in denen die Spracheingriffe an eine Synekdoche erinnern, denn der Titel gezielt die allgemeineren Bedeutungen als in der Wirklichkeit heranzieht.

Zu den meisten Realisationen gehört das Schema „alles für einen Teil“ (całość za część), z. B. „Bush zjadł swoje psy“ (10.04) «Bush hat seine Hunde aufgegessen», das ist der Presstitel, aus dem wir erfahren, dass auf dem Feiertagstisch des USA-Präsidenten der süße Schmuck in der Form von Figuren der Paar seiner vierbeinigen Lieblingen nicht fehlen dürfte. Und gerade die aus Schokolade erstellten Hündchen hat der Präsident aufgegessen. Eine andere Überschrift: „Przez suszę będą pić ścieki“ (30.01) «Durch die Trockenheit werden sie Abflüsse trinken». So beginnt der informierende Text über die Idee, Speisewasser in den Kläranlagen zu erhalten. Dieser überraschende Titel erhielt seine Aussagekraft dank der Ersatzung der Worte „Woda pitna uzyskana z oczyszczenia ścieków“ «Speisewasser durch Schmutzwasserreinigung erhalten» nur durch die Form Schmutzwasser und zusätzlich unterstützt sich auf der Anwendung des Indikativs, obwohl eine Volksentscheidung über dieses Problem in einem australischem Bundesstaat erst nur geplant wird.

Ein nächstes Beispiel lautet „Arabowie kupują Luwr“ (8.03) «Araber kaufen Luwr», während der Text über den Aufbau einer Filiale von Luwr in den Arabischen Emiraten kündigt. Trotz dieser Kündigung des Titels, das es sich um den Einkauf von Luwr handelt, bezieht sich in der Tat die Transaktion darauf, den Namen des Luwr-Museums nutzen zu dürfen und einige Exponate zu leihen.

Es lohnt sich auch dem Titel anzuschauen: „Niemcy patrolują Szczecin“ (23.03) «Deutsche patrouillieren Szczecin». Hier bediente sich der Autor mit dem Lexem *Niemcy* an Stelle des Ausdrucks *niemieccy policjanci* «deutsche Polizisten» und der Stadtname *Szczecin* ist auf die Gegend von Marktzentren zurückzuführen ist, denn der Presseartikel spricht über einige gemeinsame Patrouille von polnischer und deutscher Polizei, die in den von den deutschen Touristen oft besuchten Handelsstellen im Grenzgebiet durchgeführt werden, z.B. Pasewalk, das von den zahlreichen polnischen Touristen besucht wird. Der hier angewendete Eingriff *pars pro toto* war auf das Heranbringen von unterschiedlichen historischen Kontexten angemessen, beim Empfänger Emotionen zu

erwecken. Gleich so gut könnte die Presseinformation einen anderen Titel haben: „Polacy patrolują Pasewalk“ «Polen patrouillieren Pasewalk» oder „Polsko-niemieckie patrole“ «Polnisch-deutsche Patrouille».

Nach Jerzy Bralczyk können noch andere Manipulationseingriffe in die Titel der Publikationen eingeführt werden, z.B. solche, wie Skalaübertreibung von Erscheinungen, Widerrufung von Knüpfungen, Anwendung von den bedeutungsweiten und -unscharfen Begriffen¹². Folgende Beispiele können genannt werden:

- „Pensje nauczycieli poszybiają“ (8.12) «Gehälter der Lehrer werden segeln» – obwohl in der Tat steigen die Gehälter um 10 Prozent brutto;
- „Marszałek Senatu walczy z rosyjską rurą“ (29.05) «Vorsitzender des Senats Senatspräsident kämpft mit russischem Rohr» – der Senatspräsident will den Aufbau der Gasrohrleitung zurückhalten.

Die Erscheinungen der Übertreibung von den Tatsachen und der Verdeutlichung von Emotionen, als Hyperbolisierung¹³ genannt, kommen oft im untersuchten Material vor. Der Titel „Groźna suknia Donatelli Versace“ «Gefährliches Kleid von Donatelli Versace» sowie der Untertitel „Kreacje projektantki mogą być niebezpieczne dla zdrowia“ (27.03) «Kreative Kleider der Modedesignerin können für die Gesundheit gefährlich sein» wodurch Anwendung von Adjektiven *groźna*, *niebezpieczna* «drohend, gefährlich» entsteht in der Konsequenz dieser dramatischen Überweisung und wird damit die Aufmerksamkeit des Lesers angezogen. Der Presstext informiert aber, dass die Projektantin auf der Treppe gestürzt ist, weil sie mit ihrem Kleid an den Schuhabsatz angehackt hat.

Ein ähnliches Beispiel stellt die Überschrift „Małysz straszy“ (3-4.02) «Małysz droht» dar, während im Artikel die guten Trainingserfolge unseres Sportlers beschrieben werden. An Stelle des Verbs *straszyć* «Angst hervorrufen, jemandem drohen» wären richtiger die Worte, die auf den Beifall hinwiesen, den seine Konkurrenten ihm beschenken.

Die Erscheinung der Hyperbolisierung bezieht sich nicht ausschließlich auf die Kleinigkeiten der politischen oder gesellschaftlichen Nachrichten. Der Titel „Iran podbija Irak“ (30.01) «Iran erobert Irak» entwickelt absichtlich Unruhe, denn er assoziiert sich dem Leser mit dem Kampf, Eroberung, unterwerfen, während der Artikel über den Vorschlag Irans, im Wiederaufbau der Wirtschaft zu helfen, spricht.

Ähnlich baut die Überschrift „Demokraci grożą Bushowi“ (17-18.02) «Demokraten drohen Bush» eine Spannung durch das Lexem *grozić* in der Bedeutung «schrecken durch Aussage von etwas, insbesondere etwas Böses», das sich mit solchen Substantiven wie *karą*, *więzieniem*, *śmiercią* (mit Straffe, Gefängnis, Tod) assoziiert. Der Artikel spricht aber über die Bedingungen, die der Kongress dem Präsidenten stellt, wenn der die Soldatenzahl im Irak vergrößern wollen wird.

Im nächsten Titel „Niemiec chce zabrać Olsztynowi cmentarz“ (5.12) «Ein Deutscher will der Stadt Olsztyn den Friedhof wegnehmen» ist das Lexem *zabrać* «wegnehmen» an Stelle der Phrase *otrzymać odszkodowanie za utracone nigdyś grunty*

¹²J. Bralczyk, *Manipulacja językowa*, (w:) *Dziennikarstwo i świat mediów*, (red.) Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków 2000, s. 246.

¹³R. Sidorowicz, *Hiperbolizacja jako sposób przedstawiania faktów w tekstach polskich programów informacyjnych*, (w:) *Studia Językoznawcze* t. 3, Szczecin 2004, s. 289-298.

«Entschädigung für das früher verlorene Grundstück bekommen» zu nutzen, denn auf diese Art könnte eine Spannung und Dramaturgie des mit der Gerichtsklage der deutschen Bürger Geschehens gebaut werden.

In der Regel wird die Hyperbolisierung zwecks der Eskalation der negativen Erlebnisse und Epatieren des Empfängers mit den schockierenden Emotionen eingeführt.

Im untersuchten Material kann man auch andere Überschriften merken, die ihre Attraktivität aus der Anwendung von der Lexik, die bestimmte emotionale Assoziationen erweckt. In den Titeln: „W szkole podglądał Matusiaka“ (13.03) «In der Schule beobachtete er heimlich dem Matusiak» und „Zagłębie podglądało młodego obrońcę Boltonu“ (29.03) «Zagłębie beobachtete heimlich den jungen Verteidiger Boltons» handelt es sich um das heraufbeschwören einer Atmosphäre von der Verslossenheit, Heimlichkeit, Ungewöhnlichkeit, während die Artikel selbst über die Beobachtung der Trainings oder Fussballspiele sprechen. Eine Abwechslung der Wörter *oglądać*, *obserwować*, *patrzeć* «besichtigen, beobachten, ansehen» auf *podglądać* «heimlich beobachten» sind auf die Erhöhung der Überweisungsattraktivität gezielt.

Auf ähnliche Weise ist die Überschrift „Podsluchiwanie ratuje życie“ (23.03), «Mithören rettet das Leben» gebaut, in der die geheime Atmosphäre das Substantiv *podsluchiwanie* «Mithören» (vom Verb *podsluchiwać* «jemandes Gespräch versteckt / geheim / hinterlistig, mithören») bildet. Dieser Text behandelt die Vögel, die den Warnungston auch anderer Vögelsgattungen verstehen und auf diese Weise einer Gefahr entgehen.

Ebenso stützt auf die emotionalen Assoziationen das Sprachspiel in den Titeln: „Doniosaą kto nie chciał ochrony życia“ (14.03) «Es wird zugetragen, wer das Leben nicht schützen wollte» und „NIK donosi na Belkę“ (30.03) «Amt der Höchsten Kontrollkammer denunziert den Minister Belka». Dieses Wortspiel stützt auf das Jonglieren mit den zwei Bedeutungen des Lexems *donosić*: 1. zutragen – jemanden über etwas informieren, benachrichtigen, kommunizieren, und 2. anklagen, denunzieren (mit gesellschaftlicher Missbilligung).

Auch im Rahmen der semantischen Eingriffe müssen die Überschriften besprochen werden, die einen anderen Designat suggerieren als der, von dem im Artikel die Rede ist. Zu den interessantesten Beispielen ist folgender Titel anzurechnen: „Obcy zaatakowali polskie wody i lasy“ (27.03) «Fremde haben polnische Wässer und Wälder angegriffen». Die erste Assoziation des Lesers ist wie folgt: Fremder – Ankömmlingen aus einer anderen Planet, aus dem Kosmos (gemäß dem Stereotyp: Fremder – Feind), der Artikel beschreibt dagegen die Situation der exotischen Tiere, die in polnischen Wäldern erscheinen: der sibirischen Jenots und amerikanischen Nerze.

Aus dem Grund des schmalen Zeitrahmens, in dem ich das Material excerpiert habe, bin nicht im Stande, die Tendenz der weiteren Entwicklung von den Überschriften zu zeichnen. Auch eine Abhängigkeit zwischen der Art von Überschriften und dem Pressethema ist nicht möglich vorzusehen. Eine These kann trotzdem gestellt werden, und zwar sie schockierenden Überschriften bedingen die Existenz einiger inhaltlich belanglosen Texte. Ohne den schockierendem Titel würde manch ein Artikel in der Presse nie Platz finden.

Es ist gleichzeitig zu bemerken, dass die von mir untersuchten Erscheinungen nicht nur efemerid sind, sondern zu gemeinen werden, worüber wir uns beim Lesen der Zeilen auf Internet-Informationsseiten überzeugen können.

Jerzy Bralczyk ist der Meinung, dass die Anwendung von den Manipulationen, gewöhnlich als das unethische Nutzen der Überlegenheit des Senders zur instrumentalen Betrachtung des Empfängers angesehen ist. Doch aber soll dem zugestimmt werden, dass die öffentliche Kommunikation neben anderen Eigenschaften auch die Spiele hat, die der Sender mit dem Empfänger führt. Die Kenntnis der Spielregel wird immer besser der zweiten (Empfänger)Seite bekannt und man kann hoffen, dass wir im Laufe der Zeit mit dem immer mehr intelligenten und weniger ethisch zweifelhaften Sprachverhalten zu tun haben werden¹⁴.

Ich bin selbst der Meinung, dass die Hoffnungen der Leser vergeblich bleiben, denn die Überschriften immer mehr durch die Divergenz zwischen den angekündigten Informationen und dem wirklichem Stand erstaunen. Die Informationsfunktion der Überschriften vergeht und dazu tragen die Sprachspiele bei. Die Belohnung der Pressetitelbilder ist selbstverständlich die erreichte Aufmerksamkeit des Lesers, auf Kosten der Wahrheit angezogen.

Maria Wojtak stellte fest, dass der dominierende Informationsstil in der zeitgenössischen Presse in der Formel «informieren beim Lernen und Spielen»¹⁵ geschlossen werden kann. Spielen kann nur ein erfahrener Leser, der die Spracheingriffe von der Überschrift abzulesen versteht. Vortrefflich genießt die Pressetitel ein Sprachwissenschaftler, der sie untersucht. Und in einer solchen Kommunikationssituation stehe ich entfernt vom Nutzen des Terminus *manipulacja* «Manipulation». Ich würde mich eher zum Begriff *perswazja* «Zureden» neigen. Doch aber über *manipulacja* und *zmanipulowanie* «Manipulation, Manipulieren» würde ich dann reden, wenn der Leser an den informatorischen Charakter der Überschrift glaubt und nach der Lektüre des Artikels eine Enttäuschung wegen einer Divergenz zwischen dem angekündigten und dem vorgestellten Inhalt fühlt¹⁶.

Jacek Warchala stellt nämlich treffend fest, dass wenn man auf die Manipulation und das Zureden „von der Seite der erfüllten Absicht und Realisierung der Ziele schaut, dann erscheint sich als besonders wichtig die Frage des Zuredens als Weg zum Erfüllen der vorgenommenen Ziele für jeden Preis (...). Das Zureden ist aus der Regel pragmalinguistisch, da die auf eine Einigung eingestellt ist. Die Manipulation muss nicht als etwas gesellschaftlich Böses betrachtet werden. Immer aber ist das eine Abweichung von der Norm der öffentlichen Kommunikation, wenn man als jene Norm das Verfolgen der Einigung annimmt“¹⁷.

Literatur

Bralczyk J., *Manipulacja językowa*, (w:) *Dziennikarstwo i świat mediów*, (red.) Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków 2000, s. 246.

¹⁴ J. Bralczyk, *Manipulacja...*, op. cit. s. 250.

¹⁵ M. Wojtak, *Przejaw...*, op. cit., s. 51.

¹⁶ J. Warchala, *Horyzonty manipulacji: perswazja, manipulacja, interpretacja*, (w:) *Manipulacja...*, op. cit., s. 57.

¹⁷ *Ibidem*, s. 59.

- Dabert D., *Czytelnik uwiedziony. Forma językowa tytułów „Gazety Wyborczej”*, Odra 2, 1999, s. 7-14.
- Grochala B., *Intertekstualność w nagłówkach prasowych „Gazety Wyborczej”*, (w:) *Tekst w mediach*, (red.) K. Michalewski, Łódź 2002, s. 222-229.
- Grochala B., *Dowcip językowy w nagłówkach „Gazety Wyborczej”*, (w:) *Acta Universitatis Lodzianis Folia Linguistica*, z. 43, 2005, s. 25-35.
- Kamińska-Szmaj I., *Język wiadomości prasowych przed rokiem 1989 i po roku 1989*, „Poradnik Językowy”, z. 1, 2001, s. 31-40 i inne.
- Kamińska-Szmaj I., *Słowa na wolności*, Wrocław 2001.
- Kamińska-Szmaj I., *Propaganda, perswazja, manipulacja – próba uporządkowania pojęć*, (w:) *Manipulacja w języku*, (red.) P. Krzyżanowski, P. Nowak, Lublin 2004, s. 13-27.
- Lewicki A.M., *Nagłówki w formie ustalonych związków wyrazowych jako narzędzie manipulacji*, (w:) *Manipulacja w języku*, (red.) P. Krzyżanowski, P. Nowak, Lublin 2004, s. 101-113.
- Mitek E., *Funkcja perswazyjna tytułów „Gazety Wyborczej”*, (w:) *W świecie mediów*, (red.) M. Balowski, Opole 1999, s. 83-95.
- Miodek J., *Tytuł w tytule jako środek stylistyczny*, *Rozprawy Komisji Językowej Wrocławskiego Towarzystwa Naukowego XII*, 1981, s. 121-129.
- Pisarek W., *Poznać prasę po nagłówkach*, Kraków 1967.
- Puzynina J., *O manipulacji językowej*, (w:) *tejże, Słowo-Wartość-Kultura*, Lublin 1997, s. 180-195.
- Satkiewicz H., *Stylistyczne wyzyskiwanie elementów leksykalnych w tekstach nagłówków prasowych*, (w:) *Opisać słowem*, (red.) A. Markowski, Warszawa 1992, s. 161-166.
- Sidorowicz R., *Hiperbolizacja jako sposób przedstawiania faktów w tekstach polskich programów informacyjnych*, (w:) *Studia Językoznawcze*, t. 3, Szczecin 2004, s. 289-298.
- Stawnicka J., *Innowacje frazeologiczne we współczesnych nagłówkach prasowych*, (w:) *Język a komunikacja I*, (red.) G. Szpila, Kraków 2000, s. 207-214.
- Tarsa J., *Dyskretny urok nagłówków, czyli skrzydlate słowa na łamach prasy*, *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Opolskiego*, t. 34, Opole 1995, s. 101-107.
- Warchala J., *Horyzonty manipulacji: perswazja, manipulacja, interpretacja*, (w:) *Manipulacja w języku*, (red.) P. Krzyżanowski, P. Nowak, Lublin 2004, s. 41-60.
- Wojtak M., *Przejawy mody w sposobie kształtowania informacyjnych gatunków prasowych*, (w:) *Moda jako problem lingwistyczny*, (red.) K. Wojtczuk, Siedlce 2002, s. 35-51.
- Zawilska K., *Gośka miała fajny blok, czyli moda na pewien typ nagłówków prasowych w „Gazecie Wyborczej”*, (w:) *Nowe zjawiska w języku, tekście i komunikacji*, (red.) M. Rutkowski, Olsztyn 2006, s. 162-168.