

STAATLICHE UNIVERSITÄT SANKT PETERSBURG

Philologische Fakultät

Lehrstuhl für Deutsche Philologie

Ekaterina Vadimovna Antonova

Verbalisierung der Antonymiekonzepte „Sieg – Niederlage“, „победа – поражение“ im russischen und deutschen Mediendiskurs

Вербализация антонимических концептов «Sieg – Niederlage», «победа – поражение» в русском и немецком медийном дискурсе

MASTERARBEIT

Fachrichtung: 45.04.02 LINGUISTIK

Masterstudiengang: «Interlinguale Kommunikation als Kulturdialog»

Wissenschaftliche Betreuerin:

Dr. Phil. Elena Anatoljevna Kovtunova

Sankt Petersburg

2016

Inhaltsverzeichnis

Einleitung.....	4
Kapitel I. Konzept als zentrale Kategorie der kognitiven Linguistik und der Linguokulturologie.....	7
1.1. Begriffsbestimmung.....	7
1.2. Konzept-Typologie.....	12
1.3. Struktur des Konzeptes.....	13
1.4. Andere komplexe mentale Strukturen.....	17
1.5. Methoden der Konzeptuntersuchung.....	20
Zwischenfazit.....	23
Kapitel II. Konzepte „Sieg“/„победа“ und „Niederlage“/„поражение“ nach den lexikographischen Angaben.....	25
§1. Konzepte „Sieg“, „победа“.....	26
2.1.1. Etymologischer Aspekt.....	26
2.1.2. Bedeutungs-, Derivations- und syntagmatischer Aspekte.....	26
2.1.3. Paradigmatischer Aspekt.....	29
2.1.4. Feste Wortkomplexe.....	30
§2. Konzepte „Niederlage“, „поражение“.....	32
2.2.1. Etymologischer Aspekt.....	32
2.2.2. Bedeutungs-, Derivations- und syntagmatischer Aspekte.....	32
2.2.3. Paradigmatischer Aspekt.....	34
2.2.4. Feste Wortkomplexe.....	34
Zwischenfazit.....	35
Kapitel III. Mediale Ausprägung der Konzepte „Sieg“/„победа“ und „Niederlage“/„поражение“.....	37
3.1. Mediendiskurs als Raum der Konzeptrealisierung.....	37
3.2. Methodische Vorgehensweise.....	42
§1. Konzepte „Sieg“, „победа“.....	45
3.1.1. Eigentlicher Kernbereich.....	45
3.1.2. Uneigentlicher Kernbereich.....	50

3.1.3. Synonymreihen.....	53
3.1.4. Nahe Peripherie.....	58
3.1.5. Ferne Peripherie.....	63
§2. Konzepte „Niederlage“, „поражение“	64
3.2.1. Eigentlicher Kernbereich.....	65
3.2.2. Uneigentlicher Kernbereich.....	67
3.2.3. Synonymreihen.....	68
3.2.4. Nahe Peripherie.....	71
3.2.5. Ferne Peripherie.....	77
§3. Korpora-basierte Analyse.....	78
Zwischenfazit.....	80
Zusammenfassung.....	83
Literaturverzeichnis.....	85
Quellenverzeichnis.....	93
Anhang.....	94

Einleitung

Die konzeptuellen Untersuchungen erfreuen sich in den letzten Jahrzehnten einer großen Beliebtheit. Das ist mit vielen Faktoren verbunden. Zum einen hat die „kognitive Wende“ diese neue Forschungsrichtung stark beeinflusst, zum anderen gewinnt eine anthropozentrische Sichtweise an Bedeutung, was dazu führt, dass mentale Einheiten im Zentrum vieler Forschungen stehen.

Die vorliegende Arbeit soll die sprachliche Darstellung der Antonymiekonzepte „Sieg“ – „Niederlage“/„победа“ – „поражение“ im Diskurs der Massenmedien untersuchen.

Sieg und Niederlage begleiten uns auf Schritt und Tritt, sind ein unentbehrlicher Teil des menschlichen Lebens. Daher ist die Realisierung dieser Konzepte in verschiedenen Bereichen vom besonderen Interesse. Bislang wurden die Antonymiekonzepte „победа“ – „поражение“ im Russischen von T.G. Smotrova erforscht. Forschungen der Antonymiekonzepte „Sieg“ – „Niederlage“/„победа“ – „поражение“ im interkulturellen Vergleich liegen bislang noch nicht vor. Zudem untersuchte T.G. Smotrova die russischen Konzepte im Rahmen ihrer Analyse nach den Wörterbüchern und Werken der schönen Literatur. Diese Tatsachen machen die vorliegende Arbeit besonders **aktuell**.

Das Hauptziel der vorliegenden Arbeit ist zu analysieren, wie die jeweiligen Konzepte im Deutschen und Russischen allgemeinsprachlich und vor allem mediensprachlich realisiert werden und welche Modelle der Konzeptdarstellung in verschiedenen Bereichen zum Ausdruck kommen. Außerdem wird den Unterschieden und Gemeinsamkeiten in der medialen Verbalisierung der Konzepte im Sprachenpaar Russisch – Deutsch Aufmerksamkeit geschenkt. Es ist überdies zu fragen, ob und welche kulturellen Unterschiede die Antonymiekonzepte aufweisen.

Das Ziel der Arbeit setzt die Lösung folgender **Aufgaben** voraus: 1) den Begriff „Konzept“ und seine Besonderheiten zu erörtern; 2) die Konzeptfelder nach den Wörterbüchern zu beschreiben; 3) den Begriff „Mediendiskurs“ und seine Rolle bei der Konzeptrealisierung darzulegen; 4) lexikalische Mittel der

Konzeptrealisierung, welche den Kern und die Peripherie ausmachen, zu bestimmen; 5) Konzepte repräsentierende sprachliche Mittel einzuordnen; 6) die kulturellen Besonderheiten bei der Aktualisierung der Antonymiekonzepte zu verfolgen und festzustellen.

Für die Lösung der gesetzten Aufgaben werden die Methode der wahlfreien Stichprobe, das Verfahren der lexikalisch-semanticen und strukturell-semanticen Analyse, das Deskriptionsverfahren, Methode der kontrastiven Analyse und Methode der statistischen Analyse verwendet.

Die Untersuchung wird in erster Linie auf Basis von 354 Zeitungsartikeln (davon 182 deutsche und 172 russische) durchgeführt, die aus den Online-Versionen von „Spiegel“, „Bild“, „Комсомольская правда“ und „Газета. ru“ stammen. Weitere Beispiele wurden den 20 Print-Zeitschriften „Psychologie heute“ und „Наша психология“ entnommen. Es wurden dabei nur solche Artikel gewählt, die bestimmten Themen aus vier Bereichen (Sport, Politik, Kultur und populärer Wissenschaft) gewidmet sind. Als zusätzliche Quelle wurden Korpora herangezogen.

Die Ergebnisse der vorliegenden Arbeit wurden in Form eines Vortrags auf der Internationalen Philologischen Studentenkonferenz am 22.04.2016 vorgestellt.

Struktur der Arbeit. Die Arbeit gliedert sich in drei Hauptkapitel. Im ersten Kapitel, das sich aus fünf Abschnitten zusammensetzt, werden das Wesen des Konzeptes und sein Stellenwert im kognitiven System behandelt. Mit diesem Problem haben sich viele Wissenschaftler beschäftigt. Darunter sind folgende Namen zu nennen: M. Schwarz-Friesel, S. Löbner, W. Teubert, M. Bierwisch, G. Harras, W. Croft, A. Cruse, W.I. Karasik, I.A. Sternin, Z.D. Popova, J.S. Stepanov, M.W. Pimenova, W.A. Maslova. Werke dieser Linguisten bilden theoretische Grundlage des ersten Kapitels.

Das zweite Kapitel enthält zwei Paragraphen. In beiden Paragraphen werden Schritt für Schritt analog zueinander Konzepte „Sieg“/„победа“ „Niederlage“/„поражение“ nach den lexikographischen Angaben beschrieben.

Das dritte Kapitel konzentriert sich auf die Verbalisierungsmöglichkeiten der jeweiligen Konzepte im Mediendiskurs. Zunächst wird der Begriff „Mediendiskurs“ erläutert und seine Rolle in der Konzeptforschung bestimmt. Diesem Thema ist eine relativ große Anzahl von Werken gewidmet (Werke von E.A. Kozhemjakin, E.S. Kubrjakova, E.O. Mendzherizkaja, T.G. Dobrosklonskaja, I.W. Rogozina, M. Schwarz-Friesel, H. Kämper). Im Anschluss daran kommen zwei weitere Paragraphen. Hier werden die lexikalischen Mittel des Ausdrucks der Konzepte in den Medientexten stufenweise erforscht. Der dritte Paragraph setzt sich mit der Analyse der Korpora-Daten bezüglich einiger Fragen auseinander. Abschließend werden die Forschungsergebnisse zusammengefasst. Es folgen das Literatur- und Quellenverzeichnis und der Anhang (mit Tabellen).

Kapitel I. Konzept als zentrale Kategorie der kognitiven Linguistik und der Linguokulturologie

1.1. Begriffsbestimmung

Schon über Jahrhunderte hinweg steht die menschliche Kognition im Mittelpunkt des Forschungsinteresses. Zunächst wurde sie lange Zeit als Hauptgegenstand der Philosophie betrachtet. Seit ungefähr dem letzten Jahrhundert wurde sie ins psychologische Paradigma miteinbezogen. Der Prozess, der sich Anfang der sechziger Jahre vollzog, wurde als „Kognitive Wende“ bezeichnet. Somit lässt sich die Kognitionsforschung als vor und nach der „Kognitiven Wende“ beschreiben. Die wichtigsten Leistungen der kognitiven Linguistik bestehen darin, dass sie sich von einer beschreibenden zu einer erklärenden Wissenschaft entwickelt hat, die sich auch mit den in dem menschlichen Geist dargestellten mentalen Einheiten beschäftigt.

Das Hauptaugenmerk der Kognitionsforschung ist darauf gerichtet, wie der menschliche Geist funktioniert. Zu den Kernfragen, mit denen sich die Kognitionsforscher befassen, gehört auch, wie eine Menge von Informationen, die man von außen bekommt, wahrgenommen und verarbeitet wird. Damit dieser Prozess zustande kommt, werden die erhaltenen Informationen in die Kategorien eingeordnet. W. Croft und A. Cruse bezeichnen die Fähigkeit zur Kategorisierung als „eine der wesentlichsten menschlichen Handlungen“ [Cruse, Croft 2004: 74]. Sie ermöglicht uns, sich in der Welt zu orientieren: Dinge wiederzuerkennen, sie den bestimmten Gruppen zuzuschreiben und das Wissen über die Welt diesen Kategorien entsprechend zu speichern [Schwarz-Friesel 2013: 38]. Zu den ausschlaggebenden Funktionen der Kategorisierung zählt A. Cruse außerdem die Ökonomie. Die verallgemeinerten Informationen über ein neues Mitglied der Gruppe können dem bereits vorhandenen Wissen über die anderen Mitglieder dieser Gruppe entnommen werden [Cruse 2006: 30]. Dabei erfolgt die Kategorisierung erst dann, wenn das kognitive System in irgendeiner Art und Weise über diese Kategorien verfügt [Löbner 2003: 257]. S. Löbner geht davon

aus, dass „eine Kategorie in unserem kognitiven System durch ein Konzept für seine Mitglieder [...] repräsentiert ist“ [ibid.].

Der seit den letzten Jahrzehnten grundlegend gewordene Terminus ist aber nicht eindeutig zu definieren. Der Begriff des Konzepts ist im Allgemeinen von zwei Standpunkten aus zu betrachten: aus dem linguokognitiven und dem linguokulturellen. Aus der linguokognitiven Sicht lassen sich Konzepte als „mentale Organisationseinheiten definieren, die die Funktion haben, Wissen über die Welt zu speichern“ [Schwarz 2008: 108]. Darüber hinaus hebt Schwarz-Friesel hervor, dass sie die Sprachrezeptionsprozesse bestimmen [Schwarz-Friesel 2014:12]. E.S. Kubrjakova vertritt auch die Meinung, dass Konzepte Bauelemente unseres kognitiven Systems sind. Laut ihrer Definition ist das Konzept ein „Terminus, der dem Erklären der Einheiten der mentalen und psychischen Ressourcen unseres Verstandes und dieser Informationsstruktur dient, die das Wissen und die Erfahrung eines Menschen widerspiegelt; operative inhaltsreiche Gedächtniseinheit des mentalen Lexikons, des konzeptuellen Systems und der Gehirnsprache (*lingua mentalis*), des ganzen Weltbildes, die in der menschlichen Psyche abgespiegelt ist“ [Кубрякова 1997: 93].

Nach dem linguokulturellen Ansatz wird Konzept als eine Basiseinheit der Kultur verstanden, „mittels derer der Mensch die Kultur betritt und sie in einzelnen Fällen sogar beeinflusst“ [Степанов 2001: 43]. W.I. Karasik spricht in diesem Zusammenhang von Kulturkonzepten, die unser sprachliches Weltbild prägen [Карасик 2004: 109]. Seiner Definition zufolge wird das Kulturkonzept als „eine mehrschichtige Sinnbildung betrachtet, in der man Wert-, bildliche und begriffliche Seiten unterscheidet“ [ibid.]. Kulturkonzepte sind dadurch gekennzeichnet, dass es entweder keine Übersetzung dieser Konzepte aus einer Sprache in eine andere gibt oder dass diese Konzepte in einer anderen Kultur sogar fehlen [Медведева, Опарин, Медведева 2011: 21]. W.I. Karasik (2005) zählt Kulturkonzepte zu einer kollektiven Leistung, weil sie die Besonderheiten der jeweiligen Kultur darstellen.

Hinsichtlich dieser Feststellung nehmen die Linguisten widersprüchliche Positionen ein. W.I. Karasik selbst zieht eine Grenze zwischen den kognitiven und

Kulturkonzepten, indem er die ersten zu den kollektiven und die zweiten zu den individuellen Erscheinungen zurechnet [Карасик, Прохвачева, Зубкова, Граборова 2005: 29]. T.S. Medvedeva, M.W. Oparin und D.I. Medvedeva zufolge dienen die Kulturkonzepte der Entschlüsselung einzelner Besonderheiten der jeweiligen Nationalmentalitäten [Медведева, Опарин, Медведева 2011: 8]. Obwohl G. Harras Konzepte aus der linguokognitiven Perspektive behandelt, hält sie sie für die kollektiven mentalen Einheiten [Harras 2000:13].

Die Frage, ob man Konzepte den individuellen oder kollektiven Leistungen zuweist, ist eng mit einer anderen verbunden und zwar, ob Konzepte als universale und angeborene Entitäten einzuschätzen sind. A. Wierzbicka unterscheidet Basiskonzepte (die sog. „semantic primes“) – eine begrenzte Anzahl der Konzepte, die vererbt sind und aus denen sich komplexere Konzepte bilden lassen. Diese Annahme basiert auf der Theorie von G.W. Leibniz, der behauptete, dass man mit einem „Alphabet menschlicher Gedanken“ zur Welt kommt. Dieses Alphabet stellt sich als eine Liste der Konzepte vor, aus denen alle Ideen entstehen [nach: Aitchison 1997: 95]. Außerdem führt J. Aitchison aus, dass die Basiskonzepte auf einer tieferen Ebene bestehen, wo einzelne Konzepte wie z.B. Ereignisse oder Dinge zu bestimmen sind [Aitchison 1997: 98]. Der Parameter der Angeborenheit erstreckt sich nicht auf die kulturspezifischen Konzepte, sondern nur auf diejenigen, die in jeder Sprache erhalten sind (wie z.B. „person“, „thing“, „do“, „happen“, „where“, „when“, „good“, „bad“ usw.) [Wierzbicka 1996: 19].

Im Hinblick auf das Weltbild, das laut W.I. Karasik (2004) durch Konzepte dargestellt ist, unterscheiden die Forscher zwei Arten der möglichen Weltbilder: das konzeptuelle und das sprachliche. Die Sprache wird dabei als Mittel betrachtet, mit derer Hilfe sich die Konzeptualisierung der Wirklichkeit vollzieht [nach: Кондратьева, Пименова 2011: 35]. Das konzeptuelle Weltbild bezieht sich nach G.A. Brutjan „nicht nur auf das Wissen, das als Ergebnis der Denkwiderspiegelung der Wirklichkeit vorhanden ist, sondern auch das Resultat der sinnlichen Erkenntnis [...]“ [zitiert nach: Кондратьева, Пименова 2011: 35]. Das sprachliche Weltbild hingegen sind die ganzen Informationen, die durch die sprachlichen

Mittel vermittelt werden [ibid.]. Die Unterscheidung zwischen beiden Weltbildern wird unterschiedlich getroffen. Für G.A. Brutjan hat das sprachliche Weltbild breitere Grenzen als das konzeptuelle, das nur den Kern, Hauptteil bildet [ibid., 36]. Eine andere Meinung äußern O.G. Kondratjeva, M.W. Pimenova, I.A. Sternin, Z.D. Popova, die dem konzeptuellen Weltbild im Vergleich zum sprachlichen eine übergeordnete Rolle zuschreiben: „das sprachliche Weltbild wird als Repräsentant des konzeptuellen betrachtet“ [ibid., 37]. Das konzeptuelle Weltbild ist nach Z.D. Popova und I.A. Sternin in Form der Konzepte vorgestellt, während das sprachliche – in Form der sprachlichen Zeichen [ibid., 38]. Das konzeptuelle Weltbild ist relativ flexibel: sie wird ständig erneuert, wogegen das sprachliche eher stabil ist [ibid.]. Somit kommen O.G. Kondratjeva und M.W. Pimenova zum Schluss, dass das sprachliche Weltbild als Bestandteil des konzeptuellen funktioniert, indem es das konzeptuelle Weltbild durch die sprachlichen Mittel ausdrückt [ibid., 39].

An dieser Stelle ist es unseres Erachtens notwendig, zwei Begriffspaare zu erläutern, die bei einigen Forschern gleichgesetzt sind. J.S. Stepanov und N.A. Krasavskij machen auf die Unterscheidung zwischen „Begriff“ und „Konzept“ aufmerksam. Nach J.S. Stepanov gehören diese Termini unterschiedlichen Wissenschaften an. Der erste wird hauptsächlich in der Logik und Philosophie verwendet, wohingegen der zweite in der Kultur, Kulturologie, Linguokulturologie [Степанов 2001: 42]. J.S. Stepanov weist darauf hin, dass einen Begriff „der Umfang“ (Klasse der Dinge, die diesem Begriff entspricht) und „der Inhalt“ (Menge der allgemeinen und wesentlichen Merkmale, die zu dieser Klasse passen) ausmachen. Im Vergleich zum Begriff besteht das Konzept nur aus dem „Inhalt“ [ibid., 44]. Es ist anzumerken, dass die bereits angesprochenen Termini bei J. Dietze als identisch betrachtet werden [Dietze 1994:15].

Das zweite Problem, das in Betrachtung einbezogen werden soll, ist die Frage, ob „Konzept“ und „Bedeutung“ als deckungsgleiche Phänomene gelten können. Bezüglich der Frage der Trennung zwischen beiden Termini sind die Linguisten nicht einig. Die Anhänger der Ein-Stufen-Semantik (wie z.B.

Jackendoff) nehmen keine Unterscheidung vor [Schwarz 2008: 62]. Andererseits sind die meisten Forscher (wie E. Lang, M. Bierwisch, M. Schwarz-Friesel, H. Skirl, S. Löbner, E.S. Kubrjakova, Z.D. Popova, I.A. Sternin, Th. Hermann, J. Grabowski, K. Schweizer, R. Graf) davon überzeugt, dass Konzept und Bedeutung deutliche Unterschiede aufweisen. Zum einen stehen Konzept und semantische Form in keinem 1:1 Verhältnis zueinander. Am Beispiel des Wortes „open“ zeigen D. Sperber und D. Wilson, dass sich viele Konzepte durch ein Wort darstellen lassen. Nach ihrer Auffassung beweist die Existenz der Synonyme die Tatsache, dass eine Reihe von Wörtern zu einem einzelnen Konzept gehören kann und die Homonymie ihrerseits ein Nachweis der Zugehörigkeit eines einzigen Wortes zu den verschiedenen Konzepten ist [Sperber, Wilson 1998: 186]. Einige Wörter bringen nach G. Harras keine Konzepte zum Ausdruck, wobei einzelne Konzepte nur durch die ganze Phrase verbalisiert werden können [Harras 2000: 14 ff.].

Zum anderen sind Konzepte im Gegensatz zur semantischen Form sprachunabhängig [Lang 1994: 28]. Nicht jedes Konzept, das uns zur Verfügung steht, kann verbalisiert werden [Schwarz-Friesel, Chur 2014: 28; Bierwisch 1983: 63]. Beim Erstspracherwerb fehlen den Kindern laut M. Schwarz-Friesel, J. Chur einige Wörter, wobei sie dazugehörige Konzepte schon beherrschen. M. Bierwisch begründet diese These anhand der Beispiele über Konzepte „Musik“ und „Gesichter“, die nicht völlig mit den sprachlichen Mitteln einer Sprache zum Ausdruck gebracht werden können [Bierwisch 2008: 340 ff.]. Außerdem können nicht nur den Kindern die passenden Ausdrücke zu einem Konzept fehlen, sondern einem kann das passende Wort-Repräsentat erschwert oder gar nicht einfallen [Hermann, Grabowski, Schweizer, Graf 1996:129].

Die Wortbedeutungen haben im Vergleich zu den Konzepten (vgl. die oben erwähnten sprachlichen und konzeptuellen Weltbilder) einen relativ stabilen Charakter [Skirl 2009: 43]. Die Veränderungen im Sachwissen betreffen die lexikalische Bedeutung nicht [Bierwisch 1983: 97]. S. Löbner greift auf die Barsalous Auffassung, dass sich semantische Konzepte durch große Flexibilität auszeichnen, d. h. dass sie „nach Bedarf angepasst, ergänzt oder reduziert werden

können“ [Löbner 2015: 369]. Diese These betrifft aber keine fest abgespeicherten lexikalischen Konzepte [ibid.].

Obwohl viele kognitive Linguisten auf der Abgrenzung zwischen Konzept und Bedeutung bestehen, weist W. Teubert zu Recht darauf hin, dass die Konzepte, mit denen sich viele Linguisten befassen, materiell sind, d.h. sie bestehen aus Inhalt und Form [Teubert 2006: 298]. Man vermag nach seiner Auffassung nicht verbalisierbare Konzepte, die in unserem Kopf bestehen, nur zu vermuten.

1.2. Konzept-Typologie

In diesem Abschnitt wollen wir uns der Frage der Konzept-Typologie zuwenden.

M. Schwarz-Friesel nimmt eine Unterscheidung zwischen den „Type-Konzepten“ (bzw. Kategorienkonzepten) und „Token-Konzepten“ (Partikular-, Individuenkonzepten) vor [Schwarz 2008: 109; Schwarz-Friesel, Chur 2014: 27]. Beide Typen unterliegen ihrer Meinung nach den Prinzipien der Identität und Äquivalenz. Während die Token-Konzepte die subjektiven Informationen über uns bekannte einzelne Gegenstände, Personen oder Sachverhalten schildern, werden die Informationen über die ganze Klasse durch Type-Konzepte repräsentiert.

In Entsprechung zu der Klassifikation von W. Croft und A. Cruse unterscheidet man zwischen „Individualkonzepten“ und „generischen“ Konzepten [Croft, Cruse 2004:74]. Laut ihrer Einordnung gehört das Wissen über bestimmte Personen zu den Individualkonzepten. Generische Konzepte wiederum werden durch Informationen von Klassen gebildet.

Eine ausführliche Klassifikation von Konzepten bietet W.I. Karasik. Die Konzepte lassen sich nach ihm in zwei Gruppen unterteilen, nämlich die „parametrischen“ und die „nicht parametrischen“ [Карасик, Прохвачева, Зубкова, Граборова 2005: 30]. Die parametrischen Konzepte sind als „klassifizierende Kategorien für die Gegenüberstellung der realen Merkmale der Objekte“ (wie z.B. Raum, Zeit, Menge, Qualität) vertreten [ibid.]. Die nicht parametrischen Konzepte eröffnen zwei Untergruppen: „regulative“ und „nicht

regulative“ Konzepte. Die regulativen Konzepte setzen ein wertvolles Element voraus und können somit zur Beschreibung der typischen Verhaltensweisen in der jeweiligen Gesellschaft angewendet werden [ibid.]. In diese Gruppe lassen sich folgende Konzepte wie „Glück“, „Pflicht“ oder „Freigebigkeit“ einteilen. „Glück“ und „Liebe“ bestimmen nach W.I. Karasik (2005) außerdem den Sinn des Lebens. Zu den nicht regulativen Konzepten gehören mentale Einheiten vom verschiedenen Charakter wie „Reisen“, „Geschenk“ oder „Gesundheit“. Weitere Typen sind als universale beschrieben, die allen Menschen innewohnend sind [ibid., 32].

Die Konzepte „Sieg“, „победа“ kann man der Klassifikation von W. Karasik (2005) zufolge zu den regulativen Konzepten zählen, d.h. sie bestimmen und steuern die Verhaltensweise. Das Streben nach dem Sieg ist für die Vertreter sowohl der „individualistischen“ als auch der „kollektivistischen“¹ Kulturen charakteristisch. Und Niederlage ist ein ewiger „Gefährter“ des Sieges. Denn es ist gesetzmäßig, wenn einer gewinnt, bleibt in der Regel dem anderen nur Niederlage übrig. Somit können die Konzepte „Niederlage“, „поражение“ als universale Konzepttypen eingeordnet werden.

1.3. Struktur des Konzeptes

Das Konzept als ein kompliziertes strukturell-sinnliches Gebilde verfügt über eine gewisse Struktur. I.A. Sternin und W.I. Karasik (2009) verbinden das mit seiner dynamischen Rolle im Denkprozess: „es funktioniert ständig, wird in seinen Bestandteilen und Aspekten aktualisiert, schließt sich mit anderen Konzepten zusammen und geht über ihre Grenzen hinaus“ [Стернин 2001: 58].

Um die Struktur des Konzepts oder ihm zugrundeliegende Kategorien zu verdeutlichen, sollen wir Modelle der Kategorisierung näher betrachten. Laut der traditionellen Theorie der „notwendigen und hinreichenden Bedingungen“, die noch auf Aristoteles zurückzuführen ist, sollen alle Kriterien erfüllt werden, damit das Objekt in diese Kategorie fallen kann [nach: Loppe 2010: 35]. T. Loppe führt

¹ „Individualistische“ und „kollektivistische“ Kulturen sind Termini der interkulturellen Kommunikation, die von G. Hofstede stammen und in seinem Werk „Interkulturelle Zusammenarbeit: Kulturen – Organisationen – Management“ (1993) behandelt wurden.

unter anderem folgende Grundannahmen dieses Modells an: erstens haben die Kategorien scharfe, klar definierte Grenzen; zweitens basiert die Kategorienzugehörigkeit auf dem wahr-/falsch-Prinzip und drittens haben die Vertreter derselben Kategorie den gleichen Status [ibid.]. Die scharfen und klaren Grenzen, die laut dem Modell der notwendigen und hinreichenden Bedingungen innewohnend sind, lassen sich damit erklären, dass jedes potenzielle Mitglied entweder die Bedingungen erfüllt und somit ein Teil dieser Kategorie wird, oder wenn nicht – dann bleibt es außer dieser Kategorie [nach: Löbner 2003: 259]. Da die Grenzen klar definierbar sind, werden alle Mitglieder einer Kategorie gleich behandelt.

Nach den 70er Jahren wurde das Aristotelische Modell stark kritisiert und durch die von E. Rosch entwickelte Prototypentheorie abgelöst. Die Prototypentheorie beruht auf dem Gedanken, dass es „bessere Beispiele“ für eine bestimmte Kategorie gibt [nach: Löbner 2003: 260 ff.]. Der Prototypentheorie gemäß haben die Kategorien eine abgestufte Struktur. Das Zentrum einer Kategorie bilden die „besten Vertreter“ bzw. die „besten Exemplare“, die einem als Erste durch den Kopf schießen, alle anderen Mitglieder sind auf den Rändern gelagert. Im Vergleich zum Aristotelischen Modell besagt das, dass alle Bedingungen unabdingbar sind; in der Prototypentheorie müssen „die Mitglieder einer Kategorie [...] durch einige überlappende Merkmale miteinander verbunden sein“ [nach: Loppe 2010: 45]. Diese allen Mitgliedern inhärente Eigenschaft wird als „Familienähnlichkeit“ bezeichnet [nach: Löbner 2003: 263].

Eine Reihe von Experimenten hat gezeigt, dass die Kategorien durch unscharfe Grenzen gekennzeichnet sind. Die Ergebnisse der Experimente haben ergeben, dass man nicht alle Objekte als gleichrangig abstuft. Im Experiment von E. Rosch wurden die Probanden darum gebeten, verschiedene Vogelarten als mehr oder weniger typische Vögel einzuordnen. Als typische Vögel haben die Versuchspersonen „Rotkehlchen“ eingestuft, als letzte wurden „Strauße“ und „Pinguine“ genannt [nach: Aitchison 1997: 66 ff.].

Ähnliche Ergebnisse wurden durch von W. Labov durchgeführtes Experiment mit Gefäßen ermittelt. Das Experiment hat gezeigt, dass in den Vorstellungen der Menschen die prototypischen Tassen einen Henkel besitzen, während die Vasen weiter und höher sind und keinen Henkel haben [nach: Löbner 2003: 262 ff.].

Obwohl „Pinguine und Strauße“ nicht fliegen können oder Gegenstände ohne Henkel oder wenn ihre Größe die normale Größe eine Tasse überschreitet – demnach eine Bedingung nicht erfüllt wird – fallen sie trotzdem in die Kategorie „Vogel“ bzw. „Gefäß zum Kaffeetrinken“, weil sie dem Prototypen einigermaßen ähnlich sind. Die Bedingungen, die „das beste Exemplar“ bestimmen, sind nicht für alle Mitglieder einer Kategorie gültig [ibid., 263 ff.].

Wie in der Prototypentheorie ein Prototyp ein Zentrum besitzt, hat jedes Konzept nach I.A. Sternin eine Basisschicht. Diese Basisschicht stellt sich als ein gewisses sinnliches Bild heraus [Стернин 2001: 58]. Sie kann mit dem Inhalt des Konzepts übereinstimmen, wenn es die konkreten Empfindungen präsentiert. Hinzuzufügen ist, dass die Bilder der abstrakten Konzepte subjektiver sind [Попова, Стернин 2007: 106]. Metaphorisch stellen Z.D. Popova, I.A. Sternin das Konzept als eine „Wolke“ (Попова, Стернин 2009) und I.A. Sternin als eine „Frucht“ (Стернин 2001) dar. Wenn man sich das Konzept als eine Frucht vorstellt, so ist die Basisschicht der Kern und die zusätzlichen kognitiven Merkmale das Fruchtfleisch. I.A. Sternin unterscheidet drei Strukturtypen der Konzepte: mit einer Ebene, mit mehreren Ebenen und segmentare [Стернин 2001: 59 ff.]. Das Konzept mit einer Ebene besteht nur aus einer Basisschicht. N.N. Boldirev bezeichnet Konzepte dieser Art als Gegenstandsbilder [ibid.]. Solche Struktur haben die Konzepte im Verstand eines Kindes oder bei den nicht intellektuell entwickelten Personen. In den meisten Fällen zeichnen sich die Konzepte durch eine kompliziertere Struktur aus [Стернин 2001: 59 ff.; Попова, Стернин 2009: 12 ff.]. Das Konzept kann auch mehrere Ebenen haben, d.h. es beinhaltet viele kognitive Schichten, die sich auf die Basisschicht ablagern. Der letzte Typ der Konzepte – die segmentaren Konzepte stellen eine Basisschicht dar,

die von vielen Segmenten umfasst ist [Попова, Стернин 2009: 14]. Der Kern des Konzeptes besteht aus dem Inhalt, der das Minimum der kognitiven Merkmale darstellt und sich daher den Definitionen der Wörterbücher annähert [Попова, Стернин 2007: 109]. Außer dem Kern hat das Konzept auch einen inhaltsreichen Interpretierungsteil, der von I.A. Sternin als „eine Gesamtheit schwach strukturierter Aussagen, die die Interpretation einzelner konzeptueller Merkmale und ihre Verbindung in Form Behauptung, Einstellung des Verstandes widerspiegeln, die in dieser Kultur aus dem Konzeptinhalt hervorgehen“ aufgefasst ist [Стернин 2001: 61]. Während die Basisschicht der Kern des Konzepts ist, bildet das Interpretierungsfeld seine Peripherie. I.A. Sternin betont, dass man bei der Untersuchung des Konzepts sowohl auf den Kern, als auch auf die Peripherie das Augenmerk richten sollte [ibid.]. Aber nicht zu vergessen ist, sie aufzugliedern, denn ihr Status und ihre Rolle in der Verstandsstruktur und im Denkprozess sind unterschiedlich.

Das Modell von W.I. Karasik ähnelt dem vom Z.D. Popova und I.A. Sternin. W.I. Karasik unterscheidet auch 3 Teile des Konzepts: bildlichen (образный), begrifflichen (понятийный) und Wert-Teil (ценностный) [Карасик 2004: 129]. Der bildliche Teil umfasst durch Perzeption gewonnene Informationen in unserem Gedächtnis, die mit einigen Gegenständen, Ereignissen oder Qualitäten verbunden sind (vgl. das Bild von Попова, Стернин 2007: 106 ff.). In Bezug auf konkrete Gegenstände greift W.I. Karasik auf die Auffassung der Prototypen von E. Rosch. Nach ihm ist die bildliche Seite des Konzeptes durch den Frame zu repräsentieren, der die Vorstellungen über stereotype Situationen enthält. Der begriffliche Teil des Konzeptes wird im Verstand in der Verbalform bewahrt (vgl. der „Inhalt“ bei Попова, Стернин 2007: 109). Der bildliche Teil ist dagegen nonverbal und lässt sich nur beschreiben und interpretieren. Die Wert-Seite ist ihrerseits dafür zuständig, die für das jeweilige Konzept Schlüsselbegriffe auszusuchen (vgl. das „Interpretierungsfeld“ bei Стернин 2001: 61; Попова, Стернин 2007: 111). Das dreidimensionale konzeptuelle Modell lässt sich der Auffassung von W.I. Karasik zufolge mit den Prinzipien der sprachlichen Wahrnehmung der Welt erklären,

indem man den aktuellen Teil der Erfahrung aussondert (der Wert-Teil), anschließend diese Erfahrung in der Form eines Bildes speichert (der bildliche Teil) und abschließend das Erlebte deutet (der begriffliche Teil) [Карасик 2013: 94].

J.S. Stepanov spricht von drei Teilen oder drei Schichten des Konzeptes: (1) das Grundmerkmal, das aktuelle Merkmal: In der aktiven Schicht existiert das Konzept für alle Sprachbenutzer als ihr Kommunikations- und Verständigungsmittel; (2) das zusätzliche Merkmal oder mehrere zusätzliche, „passive“ Merkmale, die nicht aktuell, „historisch“ geworden sind (das Konzept ist dabei nur für einige Sozialgruppen aktuell); (3) und die innere Form, die in der äußerlichen, wörtlichen Form geprägt ist. Diese Schicht ist häufig nur für die Forscher klar. Es schließt aber nicht aus, dass sie für die Sprachbenutzer als eine Grundlage besteht, auf der die anderen Schichten entstanden sind [Степанов 2001: 46 ff.]. J.S. Stepanov schenkt große Aufmerksamkeit der Untersuchung der Herkunft der Wörter, der Analyse des Wortgebrauchs und der Deutung der Wörter und Begriffe. Unter der passiven, historischen Schicht wird der historische Hintergrund verstanden, der das Konzept in seinem Werden begleitet hat. Die passive Schicht wird der aktuellen entgegengestellt, die in der Festlegung des Konzepts im kollektiven Verstand besteht.

1.4. Andere komplexe mentale Strukturen

Da die Konzepte nur als „Basiseinheiten“ (Schwarz 2008), „Grundkomponenten“ (Schindler 1988) im Langzeitgedächtnis funktionieren, ist es anzunehmen, dass unserer Kognition auch weitere übergeordnete komplexere mentale Strukturen zur Verfügung stehen, die auch eine Organisationsfunktion ausüben. In dieser Hinsicht sagt M. Schwarz-Friesel Folgendes: „Konzepte sind im LZG nicht isoliert, sondern durch verschiedene Relationen verknüpft abgespeichert“ [Schwarz-Friesel 2013: 38]. Als komplexe Strukturen, die zur Abbildung aneinander angekoppelter Konzepte dienen, werden Schemata angesehen [ibid.]. Es sei hier anzumerken, dass diese Wissenskomplexe auch als

Frames, Szenarios und Skripts bezeichnet sind. Im folgenden Abschnitt machen wir einen Versuch, diese Begriffe und ihre Bedeutung für die Konzeptforschung zu erläutern.

Die oben genannten Termini wurden in den 70er Jahren in der kognitiven Psychologie eingeführt, aber haben während der vergangenen Jahrzehnten nicht an Bedeutung verloren, sondern gewinnen einen Stellenwert in den neuen wissenschaftlichen Auseinandersetzungen. Die zu betrachtenden Termini werden bei Z.D. Popova und I.A. Sternin Konzepttypen genannt [Попова, Стернин 2009: 23 ff.]. Wir werden im Anschluss an M. Schwarz-Friesel, W. Schindler, S. Löbner, A. Ziem, D. Busse davon ausgehen, dass diese Begriffe komplexe kognitive Strukturen sind. Unter Schema versteht W. Schindler eine „generische kognitive Struktur von stereotypischem Charakter zur Integration von Umweltinformationen, die typische bzw. normale Komponenten, Attribute und Relationen einer Klasse von Gegenständen und Sachverhalten umfasst und damit als deren prototypische Repräsentation anzusehen ist“ [Schindler 1988: 97]. Wie aus der Definition folgt, sind die von Schemata erfüllten Funktionen, und nämlich, die Verarbeitung der Umweltinformationen und Bildung unserer Erfahrung, denen von den Konzepten gleich. Analog zu den Konzepten sind sie hierarchisch aufgebaut [Schwarz-Friesel 2013: 38; Schwarz 2008: 118; Schindler 1988: 98 ff.]. Als Basiseinheiten der Schemata gelten Konzepte [Schwarz-Friesel 2013: 39]. Die konzeptuellen Einheiten sind als Variable aufgefasst, die „in Verstehensprozessen mit konkreten Werten besetzt“ sind und je nach der Situation verändert bzw. mit neuen Informationen ergänzt werden können [Schwarz 2008: 117]. Variablen bilden die typischen Merkmale eines Sachverhaltes ab [Schwarz-Friesel 2013: 39]. Aufgrund des flexiblen Charakters können Schemata sogar nicht komplette Informationen aufnehmen und bearbeiten, dabei haben die neu erhaltenen Informationen einen Vorrang vor den alten [Schwarz 2008: 117 ff.].

Bei den Skripts handelt es sich um „[...] ereignisbezogene komplexe Frame-Strukturen mit temporal und / oder kausal miteinander verknüpften Teil-Ereignis-Frames [...]“ [Busse 2012: 543]. Im Vergleich zu den Schemata, in denen

Handlungen repräsentiert sind, stellen Skripts Reihenfolge von Ereignissen dar [Schwarz 2008: 118 ff.; Schwarz-Friesel 2013: 39 ff.]. So sind nach M. Schwarz im Restaurant-Schema verschiedene Konzepte auszusondern: Rollen-Konzepte (Gast, Kellner, Koch), Requisiten-Konzepte (Tisch, Speisekarte), Voraussetzungskonzepte (Hunger haben, Geld haben), Resultatskonzepte (weniger Geld haben, keinen Hunger mehr haben) [Schwarz 2008: 118]. Im Restaurant-Skript sind dagegen einige Teile vom gleich genannten Schema involviert, in dem die Reihenfolge von Handlungen in Mittelpunkt der Betrachtung rückt. So wird es thematisiert, wie man das Essen bestellt, auf welche Art und Weise man bedient wird, dass man Essen bekommt und abschließend sich bedankt und bezahlt [Schwarz-Friesel 2013: 39; Schwarz 2008: 118 ff.]. Es sollte geklärt werden, dass man Skripts und Szenen voneinander abgrenzt. Zu unterscheiden sind sie mindestens in einem Punkt: D. Busse meint, dass die Skripts von ihrem Wesen her eher dynamisch sind, während Szenen als statisch beschrieben werden können [Busse 2012: 543].

Als Oberbegriff zu den oben genannten Begriffen wird der Theorie von D. Busse nach „Frame“ aufgefasst [ibid.]. Frames dienen unter anderem wie auch Konzepte, Schemata, Skripts und Szenen der Organisation des Wissens. D. Busse führt in diesem Zusammenhang Folgendes aus: „menschliches Wissen ist selbst grundsätzlich in Form von Frames strukturiert und wird in dieser Form im Langzeitgedächtnis gespeichert und situationsbezogen abgerufen“ [ibid., 539]. Die Kategorisierungsprozesse, auf denen Frames fußen, ermöglichen es, die wichtigen Informationen von den unwichtigen zu unterscheiden, diese in Beziehung zu setzen und zu beurteilen [Ziem 2008: 249 ff.]. Laut der Hypothese von L. Barsalou verfügen die Konzepte in der menschlichen Kognition über Framestruktur [nach: Löbner 2015: 374]. So kann anhand der Framestruktur der Aufbau des Konzeptes beschrieben werden. Als Parameter zur Beschreibung gelten Attribute, die „[...] Werte für den potenziellen Referenten zuweisen“ [ibid., 375]. Der grundlegende Prozess besteht in der Zuordnung eines Attributs für ein Element in dem Frame [ibid., 372]. Die Frame-Struktur unterliegt bestimmten Bedingungen: es handelt

sich nur um ein Element, das den Referenten vorstellt, alle anderen Elemente sind Werte einer Kette von Attributen und letztendlich kann jedem Element im Frame nur ein Attribut zugewiesen werden [ibid., 375].

1.5. Methoden der Konzeptuntersuchung

In diesem Abschnitt wird der Frage nachgegangen, wie man das Konzeptfeld beschreiben und analysieren kann. Da das Konzept eine mehrschichtige Struktur aufweist, erfolgt seine Untersuchung stufenweise.

Im Anschluss an M.W. Pimenova werden wir mit der Aufzählung der Merkmale beginnen, die die konzeptuelle Struktur prägen:

- *determinierendes/motivierendes Wortmerkmal* repräsentiert das Konzept, ist innere Form des Konzepts;
- *bildliche Merkmale*, die durch die Kombinierbarkeit des Wortes festzustellen sind;
- *begriffliche Merkmale*, die in Form der semantischen Komponenten des Wortes dargestellt sind. Dazu gehören auch Synonyme. Für die Analyse der begrifflichen Merkmale sollen Wörterbücher benutzt werden;
- *Wert-Merkmale* sind in der Form der Konnotationen zu finden. Ein genauerer Blick soll auf die Bewertungen des Konzept- Repräsentanten geworfen werden.
- *funktionale Merkmale* spiegeln den funktionalen Stellenwert des Referenten, der hinter dem Konzept steckt;
- *symbolische Merkmale* repräsentieren komplexe mythologische, religiöse und andere kulturelle Begriffe [Пименова 2010: 66 ff.].

Die Merkmale des Konzepts sind nach M.W. Pimenova in den abgeleiteten Lexemen, Phraseologismen, Sprichwörtern, in Wortgruppen und festen Wortverbindungen verbalisiert [ibid., 68]. Die Untersuchung beginnt mit der Analyse des determinierenden Merkmals. Anschließend werden die Möglichkeiten der Konzeptualisierung bei der Umdeutung des Lexems (Metapher und Metonymie) bestimmt. Der dritte Schritt umfasst die Beschreibung der

funktionalen und Wert-Merkmale. Im vierten Schritt werden die begrifflichen Merkmale klargestellt, indem man die Bedeutung des Wort-Repräsentanten des Konzeptes bestimmt und die Synonymreihe wiedergibt. Abschließend werden die symbolischen Merkmale erforscht.

Eine ähnliche Untersuchungsmethode bietet I.A. Sternin an [Стернин 2001: 61 ff.]. In der ersten Stufe erfolgt nach ihm die Bestimmung der repräsentierenden Schlüsselwörter (vgl. determinierende Merkmale bei ПИМЕНОВА 2010). Als Kriterien der Aussonderung nennt er die Häufigkeit, genügende Abstraktion der Bedeutung und allgemeine Bekanntheit. Der nächste Schritt ist die Feststellung der Synonym- und Antonymreihe des Konzeptes (vgl. Analyse der begrifflichen Merkmale bei ПИМЕНОВА 2010). Es wird detailliert die Semantik dieser Einheiten analysiert und die Hauptsememe und Peripheriebestandteile jedes Semems entdeckt. Die Sememe sind in verschiedenen Lexemen, Synonymen und phraseologischen Einheiten zu suchen. Auf der Basis der gefundenen Sememe kann man neue konzeptuelle Merkmale aussuchen. Im dritten Schritt werden die Methoden der Kategorisierung des Konzeptes im sprachlichen Weltbild beschrieben. Die Kategorisierungsmethoden bekommt man aus der Kombinierbarkeit der Lexeme. Die Analyse der Kombinierbarkeit der Lexeme ermöglicht es, einige Bestandteile des Konzeptes zu untersuchen. Die ausgesonderten Sememe werden mit konzeptuellen Merkmalen gleichgesetzt und die Sememe – mit konzeptuellen Schichten. Als nächster Schritt werden die Arten der Konzeptualisierung bestimmt, konzeptuelle Metaphern und Metonymien untersucht (vgl. bildliche Merkmale bei ПИМЕНОВА 2010). Auf der Peripherie des Konzeptinhalts gibt es verschiedene Definitionen und Deutungen, die in den Parömien, Aphorismen, geflügelten Worten und Fabeln zum Vorschein kommen. Daraus kommt das Interpretationsfeld, in dem man zahlreiche Sinnmerkmale entdecken kann. Dadurch wird die Mehrschichtigkeit des Konzepts, seine mehrdimensionale Struktur veranschaulicht. Aber I.A. Sternin verweist darauf, dass nicht für alle Konzepte Sprichwörter und Aphorismen bestehen.

Der Methode von W.A. Maslova zufolge sind sechs Aufgaben bei Beschreibung des Konzepts zu erledigen:

1. die Situation zu bestimmen, zu der das zu untersuchende Konzept gehört;
2. den Stellenwert des Konzeptes in dem jeweiligen Weltbild und dem sprachlichen Bewusstsein der Nation zu bestimmen;
3. die Besonderheiten der Herkunft zu berücksichtigen;
4. bei der Analyse möglichst verschiedene Kontexte (poetische, wissenschaftliche, philosophische, publizistische usw.) zu benutzen;
5. die gewonnenen Ergebnisse mit der Analyse der assoziativen Beziehungen der Schlüssellexeme zu vergleichen;
6. das Konzept mehrmals in der Malerei, Musik und Skulptur zu wiederholen und zu interpretieren (dieser Schritt ist zu befolgen nur, falls für die Analyse ein Kulturkonzept gewählt wurde, das für die jeweilige Kultur eine herausragende Rolle spielt) [Маслова 2011: 58 ff.].

Allen der oben angeführten Methoden ist gemeinsam, dass man die Erforschung eines Konzeptes mit der Bestimmung der inneren Form beginnt. Im Anschluss daran wird die mögliche Kombinierbarkeit analysiert. Zu beachten sind dabei Metaphern und Metonymien, Synonymreihen. Außerdem sind Konnotationen festzustellen, die axiologische Bedeutung liefern.

W.A. Maslova weist darauf hin, dass trotz der hohen Anzahl der Untersuchungsmethoden, je nach dem konkreten Konzept die Methode variieren wird und daher soll in jedem Fall die als Muster benutzte Methode an das jeweilige Konzept angepasst werden [ibid., 59].

Die behandelten Verfahren sollen eine Grundlage für die in dieser Arbeit angewandte Analysemethode bilden. Eine ausführliche Darstellung unserer Methode der Konzeptuntersuchung in den Medien erfolgt im dritten Kapitel.

Zwischenfazit

Die oben angeführten theoretischen Hintergründe in Bezug auf den Begriff „Konzept“ kann man in folgenden (fünf) Punkten zusammenfassen:

Unter dem Konzept wird im Rahmen dieser Arbeit mentale Einheit verstanden, die der Informationsspeicherung und deren effektiver Einteilung in die Kategorien dient. Eine der wichtigsten Funktionen, die die Konzepte ausführen, ist die Orientierungsfunktion. Seit der Entwicklung der Linguokulturologie als Abzweig der kognitiven Linguistik, die von den einheimischen Forschern herausgearbeitet wurde, wird das Konzept überdies als kulturell beladenes Phänomen betrachtet.

Es gibt verschiedene Klassifikationen der Konzepte, die sich im Allgemeinen auf zwei Prinzipien der Systematisierung gründen. Während die Konzepttypologie der westlichen Sprachwissenschaftler auf Gegenüberstellung „Wissen über einzelne Dinge – Wissen über die Klasse von Dingen“ beruhen, liegen die Funktionen, die jedes konkrete Konzept erfüllt, der anderen Typologie zugrunde.

Konzept weist eine mehrschichtige Struktur auf. In Bezug auf seine Struktur gibt es verschiedene Modelle der Strukturbeschreibung. Diesen Modellen ist gemeinsam, dass sie den Kern und die Peripherie in der Konzeptstruktur aussondern.

Neben den Konzepten sind in unserem Gedächtnis auch andere mentale Kategorien vorhanden wie Schemata, Szenarios, Scripts und Frames, die die gleiche Funktion wie Konzepte ausüben.

Die Erarbeitung der Untersuchungs- und Beschreibungsmethoden der Konzepte in der Linguistik ist das Verdienst der russischen Forscher, insbesondere der Wolgograder und Woronezh' linguistischer Schulen. Obwohl Forscher verschiedene Untersuchungsmethoden bieten, sind sie einig, dass die Analyse schrittweise durchzuführen ist.

Kapitel II. Konzepte „Sieg“/„победа“ und „Niederlage“/„поражение“ nach den lexikographischen Angaben

Bevor wir die sprachlichen Repräsentationen von Konzepten „Sieg“/„победа“ und „Niederlage“/„поражение“ in den Medientexten behandeln können, ist es notwendig, die Darstellung der zu analysierenden Wort-Repräsentanten nach den Wörterbüchern zu klären.

Für diesen Zweck wurden folgende deutsche Wörterbücher benutzt: „Etymologisches Wörterbuch der deutschen Sprache“ von Kluge (2011), „Duden – Das Herkunftswörterbuch“ (2007), „Duden – Das große Wörterbuch der deutschen Sprache“ (Band 5,6), „Duden – Deutsches Universalwörterbuch“ (2007), „Deutsches Wörterbuch“ von G. Wahrig (2000), „Duden – Synonymwörterbuch“ (2014), „Немецко-русский синонимический словарь/ Deutsch-russisches Synonymwörterbuch“ hrsg. von И.В. Рахманов, Н.М. Минина, Д.Г. Мальцева, Л.И. Рахманова (1983), „Duden – Redewendungen“ (2013), „Deutsches Sprichwörterlexikon. Ein Hausschatz für das deutsche Volk“ (Band 4) (1963), „Geflügelte Worte“ von G. Büchmann (1959).

Die russischen Beispiele wurden den folgenden Wörterbüchern entnommen: „Этимологический словарь русского языка“ von M. Vasmer (2009), „Толковый словарь русского языка“ von С.И. Ожегов und Н.Ю. Шведова (2000), „Толковый словарь русского языка. Современная версия“ von В.И. Даль (2000), „Словарь сочетаемости слов русского языка“ hrsg. von П.Н. Денисов, В.В. Морковкин, „Словарь синонимов и антонимов русского языка“ (2005), „Словарь синонимов русского языка“ von А.Ю. Мудрова (2009), „Фразеологический словарь русского языка“ (1995), „Большой словарь крылатых слов и выражений русского языка“ von В.П. Берков (2009).

§1. Konzepte „Sieg“, „победа“

2.1.1. Etymologischer Aspekt

Im ersten Schritt ist es sinnvoll, sich einen Überblick über die sprachgeschichtliche Entwicklung des Wortes „Sieg“ im Deutschen und „победа“ im Russischen zu verschaffen.

Nach F. Kluge ist die heutige Wurzel schon im Gotischen *sigis*, Althochdeutschen *sigu* und Mittelhochdeutschen *sige*, *sic* zu finden. In anderen indogermanischen Sprachen gibt es auch Wörter mit der gleichen Bedeutung: *sigi* im Altsächsischen, *sigr* im Altnordischen, *sige* im Altenglischen und *sī* im Altfriesischen. Die herangezogenen Wörter sind auf die indogermanische Wurzel *seǵh* zurückzuführen, die „festhalten, im Kampf überwältigen“ bedeutet. In den außergegermanischen Sprachen stehen vor allem das altindische Substantiv *sáhas*, das Verb *sáhatē* in der 3. Person Singular im Sinne „er bewältigt, vermag, erträgt“, *sed*, *seg* mit der Bedeutung „Stärke“ im Mittelirischen und das Verb *échein* – „halten, besitzen, haben“ der indogermanischen Wurzel am nächsten.

Das russische Wort „победа“ geht auf das altrussische Wort *нобѣда* zurück, das auch in der Bedeutung „Niederlage“ bestand. Das altslawische Wort *нобѣда* ist eng mit dem altgriechischen *νίκη* verwandt. Nach M. Vasmer wurde das Wort möglicherweise von den Wörtern *беда*, *бедить* abgeleitet, was auch durch Wortkomplexe wie *победная головушка* Berechtigung hat. Das Adjektiv *победный* tritt in diesem Fall im Sinne „unglücklich“ auf.

2.1.2. Bedeutungs-, Derivations- und syntagmatischer Aspekte

Im zweiten Schritt erfolgt die Bestimmung der determinierenden/motivierenden und bildlichen Merkmale (nach M.W. Pimenova 2010), des begrifflichen Teils (nach W.I. Karasik 2004).

Die Bedeutung des Wortes „Sieg“ kann wie folgt beschrieben werden: „Erfolg der darin besteht, sich in einer Auseinandersetzung, im Kampf, im Wettstreit o.Ä. gegen einen Gegner, Gegenspieler o.Ä. durchgesetzt zu haben, ihn überwunden“ [Duden – Deutsches Universalwörterbuch 2007: 1542].

Außerdem liefern das „Deutsche Universalwörterbuch“ und das „Wörterbuch der deutschen Sprache“ eine Vielzahl von möglichen Kollokationen mit der Komponente „Sieg“. Darunter sind Adjektive, die das Wort mit einer Bewertung versehen: ein *glorreicher, knapper, deutlicher, diplomatischer, leichter, militärischer* Sieg. Neben den Adjektiven sind auch Verben für das Konstruieren des Konzept-Feldes unentbehrlich: den Sieg *davontragen, erringen, feiern, jmdm. entreißen, jmdm. zu Sieg verhelfen, auf Sieg spielen*. Über den Charakter des Sieges sprechen folgende Wortgruppen: *der Sieg war schwer erkämpft, teuer erkaufte, es war ein Sieg der Gerechtigkeit, es war ein Sieg über sich selbst*.

Die Untersuchung auf dieser Stufe impliziert auch Betrachtung der Komposita. Das Substantiv *Sieg* lässt sich als eine Ableitung vom Verb *siegen* bezeichnen. Sehr produktiv sind Komposita mit dem Bestimmungswort „Sieg“: *Siegesbanner, Siegesbotschaft, Siegeschance, Siegesfahne, Siegesfanfare, Siegesfeier, Siegesfreude, Siegesgeschrei, Siegesgewißheit, Siegesgöttin, Siegesjubel, Siegeskranz, Siegeslärm, Siegeslauf, Siegeslorbeer, Siegesmarsch, Siegesmeldung, Siegesmünze, Siegesnachricht, Siegespalme, Siegesparade, Siegespodest, Siegesprämie, Siegespreis, Siegesrausch, Siegessäule, Siegesserie, Siegestimmung, Siegessymbol, Siegestaumel, Siegestor, Siegestreffer, Siegestrophäe, Siegestrunkenheit, Siegeswille, Siegeszeichen, Siegeszug, Siegeszuversicht, Siegheil, Siegheilruf*.

Das Konzeptfeld prägen darüber hinaus substantivische Ableitungen vom Verb *siegen* – *Siegerin, Sieger*, die ihrerseits Möglichkeiten für weitere Zusammensetzungen bilden: *Siegerehrung, Siegerkranz, Siegerland, Siegerlorbeer, Siegermacht, Siegermannschaft, Siegermiene, Siegernational, Siegerpodest, Siegerpokal, Siegerpose, Siegerpreis, Siegerrunde, Siegerseite, Siegerstaat, Siegerstolz, Siegerstraße, Siegervolk, Siegerwette*.

Adjektivische Ableitungen, die mittels des Suffixes gebildet sind: *sieghaft, sieglos, siegreich*. Hier sind auch mit „Sieg“ gebildete adverbiale Komposita zu verzeichnen: *siegesbewusst, siegesfroh, siegesgewiß, siegessicher, sieggekrönt, sieggewohnt*.

Das russische Wort „победа“ beinhaltet wie auch das deutsche zwei Bedeutungen: Erfolg im Kampf, Krieg oder in einem Wettbewerb.

Das Russische sowie das Deutsche verfügt über eine Menge von Kombinierbarkeitmöglichkeiten sowohl des Wortes „победа“ selbst mit den anderen Wortarten als auch mit den Ableitungen vom gleichen Stamm. Um sie zu beschreiben, wurden zwei Bedeutungswörterbücher von S.I. Ozhegov, N.Ju. Schwedova und W.I. Dal' und auch das Wörterbuch der Valenzmöglichkeiten im Russischen von P.N. Denisov, W.W. Morkovkin benutzt. „Победа“ erscheint als Objekt zusammen mit den Verben *одержать, завоевать, приблизить, принести, отметить, торжествовать, праздновать, присудить победу; радоваться победе; кончиться, увенчаться, гордиться победой*. Als Präpositionalobjekt tritt „победа“ in folgenden Wortgruppen auf: *верить в победу; быть уверенным, [не] сомневаться в победе; делать что-л. для победы; бороться, сражаться до [полной] победы; бороться за победу, стремиться, вести кого – что-л. к победе; рассчитывать, надеяться на победу; писать, рассказывать, сообщать, мечтать о победе; вернуться, возвратиться, прийти с победой*. Der Charakter des Sieges kann mit folgenden Adjektiven beschrieben werden: *блестящая, убедительная, заслуженная, трудная, долгожданная, неожиданная, очередная, спортивная, крупная, полная, историческая, славная*. Im Russischen trägt der Wortkomplex *день Победы* einen besonderen Wert für die ganze Nation.

Das Verb „победить“ zeichnet sich auch durch eine Vielfalt von Kombinierungsmöglichkeiten. Auf welche Art und Weise der Sieg errungen wird, wird durch die Substantive *силой, хитростью* und Adverbien *легко, с трудом, быстро, сразу, неожиданно, окончательно* verwiesen. Außerdem sind für dieses Verb Sphären von Bedeutung, in denen gesiegt werden kann: *победить в соревновании, состязании, в каком-л. чемпионате, в каком-л. турнире, матче, в розыгрыше чего-л., в финале, в многоборье, в беге на сколько-л. метров, на каком-л. снаряде, на какой-л. дистанции*.

Während es im Deutschen zahlreiche Zusammensetzungen mit dem Wort „Sieg“ gibt, werden im Russischen äquivalente Ausdrücke mit den die Wurzel „побед“ enthaltenen Adjektiven gebildet: *победный конец, победоносная война, победоносные войска, победный трофей, победительная десница, победительские приемы, победительская осанка.*

2.1.3. Paradigmatischer Aspekt

Dem Untersuchungsmodell von M.W. Pimenova folgend sollte man nach der ausführlichen Beschäftigung mit dem motivierenden/determinierenden Merkmal des Weiteren das begriffliche Merkmal bedenken, das eine Analyse der Synonymreihe von *Sieg* betrifft. Beispiele im Deutschen sind hierfür: *Anerkennung, Durchbruch, Erfolg, Errungenschaft, Gewinn, großer Wurf, Triumph, Fortune, Sukzess.*

Zum Verb „siegen“ liefert das Synonymwörterbuch folgende Varianten: *besiegen, bezwingen, sich durchsetzen, als Sieger hervorgehen, Erste[r] sein, für sich entscheiden, gewinnen, schlagen, Sieger[in] sein, triumphieren, überlegen sein, übertrumpfen, niederstrecken, obsiegen, kleinkriegen, das Rennen machen.*

Synonyme zum Russischen Wort „победа“ sind: *виктория* (jetzt selten gebräuchlich), *одоление, лавры (победителя), лавровый венок, пальма первенства, успех, удача.* Das Verb „победить“ verfügt im Russischen über eine Vielzahl von Synonymen, durch die es in verschiedenen Kontexten ersetzt werden kann: *пересилить, осилить, одолеть, побить, разбить (наголову, в пух и прах), выиграть сражение, нанести поражение, обратить в бегство, сокрушить, раздавить, сломить, побороть, перебороть, сломать, расколотить, расколошматить, расчесать, раздолбать, поразить, повергнуть, попать, сразить, выиграть у кого-л., передюжить, нокаутировать.*

2.1.4. Feste Wortkomplexe

Besondere Aufmerksamkeit gilt den idiomatischen Wendungen und Sprichwörtern, die sich außer dem Kern des Konzeptes befinden und den sog. Interpretierungsteil (I.A. Sternin 2001) bilden.

Die Phraseologismen und Sprichwörter mit dem Bestandteil „Sieg“ wurden dem Duden: Redensarten und Deutschen Sprichwörterlexikon entnommen.

Spruchwörter unterteilen wir in drei semantische Klassen, je nach dem Aspekt, der darin hervorgehoben wird:

1. der Preis des Sieges steht im Fokus:

Der ist der beste Sieg, der am wenigsten Blut kostet; Es ist der schönste Sieg, an dem kein Blut klebt; Sieg ohne Blut ist vor allem gut; Besser den Sieg verlieren als das Leben, Es erstattet nimmer der Sieg, was verloren wird durch den Krieg; Große Siege kosten viel Leut.

2. Sieg impliziert Anstrengungen (Um den erwünschten Sieg zu erringen, soll man sich Mühe geben, sich sogar selbst überwinden oder sich klug verhalten):

Den Sieg erringt, wer sich bezwingt; Der größte Sieg ist, sich selbst überwinden; Es ist kein schönerer Sieg, als sich selbst bezwingen; Kein Sieg ohne Kampf; Sieg liebt Sorge; Wer den Sieg davon will tragen, muss feststehen und wagen; Je näher dem Siege, je schwerer der Kampf; Wer des Siegs begehrt, der übe fleißig seine Knecht; Wer endlich will den Sieg heimtragen, der muss feststehen und alles wagen; Wer will den Sieg erreichen, muss klug dem Gegner weichen; Wer will den Sieg gewinnen, muss nicht zu rasch den Kampf beginnen.

3. Sieg wird von jemandem bestimmt:

Aller Sieg von Gott; Dein Sieg soll dich nicht überheben, denn alles wird von Gott gegeben; Den Sieg hat Gott in seiner Hand; Der Sieg ist Gottes, Der Sieg kommt vom Herrn.

4. Es ist ein schlechtes Zeichen, frühzeitig vom Sieg zu sprechen:

Man soll nicht eher vom Sieg sprechen, bis der Geschlagene mit den Prügeln heimgeht; Mancher hat den Sieg besonnen, doch im Jähzorn nie gewonnen.

5. Paradoxe, die aber aufgrund der Erfahrung Berechtigung haben:

Der Sieg ist bei den Überwundenen; Es ist kein größerer Sieg als der, den die Überwundenen selbst bekennen müssen; Noch ein solcher Sieg und ich bin verloren, sagte jener; Sieg ist schwerer zu ertragen als Niederlage.

Zum Interpretierungsfeld des Konzeptes „Sieg“ rechnen wir auch Phraseologismen mit der Bedeutung „siegen, gewinnen“, die nicht unbedingt das Wort *Sieg* enthalten: *den Sieg an seine Fahnen heften, jmdn. an die Wand spielen, jmdn. auf die Plätze verweisen* (gebräuchlich im Sport), *die Oberhand gewinnen / bekommen, den Vogel abschießen.*

Darüber hinaus sind im Deutschen Geflügelte Worte wie *Pyrrhussieg* (Sieg, der zu teuer erkaufte wurde) und „*Und ihr habt doch gesiegt!*“ (früher bezog sich auf das nationalsozialistische Alltagsleben, heute auch ironisch gebraucht) vorhanden.

Im Russischen gibt es idiomatische Wendungen, die die Komponente „победа“ nicht enthalten, aber trotzdem sich als Teil dieser semantischen Gruppe erweisen. Das sind Phraseologismen, in denen viel Wert auf die starke Überlegenheit über den Gegner gelegt wird: *класть/положить на обе лопатки кого-л., заткнуть за пояс кого-л., разделать под орех кого-л., закидать шапками кого-л., обращать в бегство кого-л., брать/взять голыми руками кого-л., оставлять за собой (позади себя) кого-л., давать/дать фору кому-л., давать/дать сто очков вперед кому-л., протереть глаза кому-л., брать/взять верх над кем-л.*

In den russischen Wörterbüchern sind folgende geflügelte Worte aufgezeichnet: *пиррова победа*, „*у победы тысяча отцов, а поражение всегда сирота*“ (den Ursprung dieses Ausspruchs schreibt man verschiedenen Personen zu: dem amerikanischen Präsidenten J. Kennedy, Tazitus und Italiens

Außenminister G. Ciano) und die kulturspezifische Wendung „победителей не судят“, die angeblich Katharina die Große äußerte, als sie den Feldherrn A. Suworow vor der Hinrichtung schützen wollte.

§2. Konzepte „Niederlage“, „поражение“

2.2.1. Etymologischer Aspekt

Wie oben angedeutet, steht als Ausgangspunkt für die weitere Analyse die Beschreibung der etymologischen Bedeutung des Wortes, das entsprechendes Konzept sprachlich konstituiert.

Das Wort „Niederlage“ kommt schon im Mittelhochdeutschen *niderlāge* mit der gleichen Bedeutung vor. Auffallend ist, dass das Verb „niederlegen“ ursprünglich in der Bedeutung „eine Niederlage beibringen“ (mittelhochdeutsche Form – *niderlegen*, ahd. *nidarleggen*) zum Einsatz kam, aber diese Bedeutung tritt im heutigen Deutschen hinter der Gesamtbedeutung „absetzen, hinlegen, aufgeben“.

Das russische Wort „поражение“ stammt nach M. Vasmer vom Verb „поражать/поразить“. Vom gleichen urslawischen Stamm entstanden auch andere Wörter wie z.B. die russischen „раз, разить“ und eine Reihe von anderen, die in slawischen Sprachen existent sind: das ukrainische Wort *razǔtu*, das weißrussische *raziuць*, das slowenische *ráziti, rāzim*, das tschechische *razit*, das slowakische *razit'* und das polnische *razić*. In anderen Sprachen gibt es Entsprechungen zu diesem Verb wie z.B. das albanische *rrah* „ich schlage, zerschlage“.

2.2.2. Bedeutungs-, Derivations- und syntagmatischer Aspekte

Um den Konzeptkern beschreiben zu können, müssen an dieser Stelle die Bedeutungen, die hinter den Wörtern „Niederlage“, „поражение“ stehen, und Kollokationen ermittelt werden.

Das große Wörterbuch der deutschen Sprache und Deutsches Universalwörterbuch liefern drei Bedeutungen von „Niederlage“:

1. das Besiegtwerden, Unterliegen in einem Wettkampf, einer Auseinandersetzung;
2. Zwischenlager (bes. für Bier);
3. (veraltend) Zweiggeschäft.

Natürlich stehen im Zentrum unseres Interesses die erste Bedeutung des Wortes und mögliche Kollokationen. In den Wörterbüchern finden sich in Verbindungen mit dem Nomen „Niederlage“ folgende Verben eingesetzt: eine Niederlage *erleben, erleiden, hinnehmen, einstecken [müssen]*, jmdm. eine Niederlage *zufügen, beibringen, bereiten*. Es sind auch Ausdrücke mit Adjektiven vorhanden: eine *schwere, militärische, persönliche, demütigende, schwächliche, kannensische* Niederlage. Ursprünglich geht die Bezeichnung einer Niederlage als *kannensische* auf Cannae, Ort in Süditalien zurück, wo Hannibal 216 v. Chr. dem römischen Heer eine vernichtende Niederlage zufügte. Prädikativ kann das Wort *vernichtend* zur Beschreibung der Niederlage verwendet werden.

„Поражение“ wird nach den russischen Bedeutungswörterbüchern als Schaden eines Teils sowie Gesundheitsschaden und Misserfolg im Kampf oder Wettbewerb beschrieben. Das Wort kann in Verbindungen mit den Verben *нанести, предотвратить, предсказать, признать, расценить, потерпеть* поражение; *ждать, ожидать, добиваться, бояться, избежать* поражения; *не знать* поражений; *удивиться, обрадоваться* поражению stehen. Als Präpositionalobjekt ist das Substantiv in folgenden Wortgruppen verfügbar: *идти, выступать* без поражений, *отвечать* перед кем – чем-л., *нести* ответственность перед кем – чем-л. за поражение, *переживать, не пройти* куда-л., *не попасть* куда-л. из-за поражения, *приготовиться, относиться* как-л., *что-л. привело* к поражению, *привыкнуть* к поражениям, *продолжать* *делать* что-л., *бороться, не пасть духом* несмотря на поражение, *помнить, вспоминать, напомнить* кому-л., *узнать, прочитать, рассказать* кому-л. о поражении, *спасти* кого – что-л., *уйти* от поражения. Außerdem kann das

Substantiv zu einer Vielzahl von Adjektiven zusammengeschlossen werden wie: *неизбежное, неожиданное, настоящее, крупное, жестокое, тяжелое, окончательное, военное, спортивное, первое, последнее, единственное, очередное* поражение; *многочисленные, отдельные, постоянные* поражения. Noch eine Verwendung des Nomens „поражение“ als Bestandteil einer Wortgruppe kann man im juristischen Terminus „*поражение в правах*“ treffen.

2.2.3. Paradigmatischer Aspekt

Eine große Reihe von nominalen Ausdrücken wird synonym verwendet, die wir unter dem semantischen Aspekt in folgende Gruppen eingeteilt haben:

- Niederlage als negativ konnotiertes Ereignis (mit schweren Folgen): *Debakel, Desaster, Fehlschlag, Fiasko, GAU, Katastrophe, Misserfolg, Misslingen, Schiffbruch, Schlappe, Treff*;
- mit konkreten Ereignissen verbunden: *Kannä, Waterloo, Armageddon*;
- umgangssprachliche und saloppe Ausdrücke: *Flop, Durchfall, Reinform, Einbruch, Pleite, Super-GAU, Topflop*;
- österreichische umg. Ausdrücke: *Aufsitzer, Schraufen*;
- aus dem Sportbereich: *Abfuhr, Ausrutscher, Packung*.

Die Liste der russischen Synonyme zum Wort „поражение“ ist im Vergleich zur deutschen relativ gering. So kann das Wort „поражение“ durch folgende Varianten ersetzt werden: *разгром, неудача, проигрыш, крах, фиаско*.

2.2.4. Feste Wortkomplexe

„Niederlage“ kann auch durch andere sprachliche Mittel dargestellt werden, die das Konzeptfeld prägen. Zu diesen Mitteln gehören Phraseologismen und Sprichwörter, ungeachtet dessen, dass sie das Wort „Niederlage“ nicht beinhalten: *sich blutige Köpfe holen, [mit etw.] Schiffbruch erleiden, ein Schlag ins Wasser*

[sein], zweiter Sieger bleiben, sein Waterloo erleben, die/seine Wunde lecken, die rote Laterne, das Schlusslicht sein/bilden.

Die gegensätzlichen Verhältnisse von „Niederlage“ und „Sieg“, „Verlierer“ und „Sieger“ vermitteln Sprichwörter:

Einer verliert, der andere gewinnt.

Einmal verloren ist nicht ganz verloren.

Mancher verliert, wenn er gewinnt, und mancher gewinnt, wenn er verliert.

Wer nicht zu verlieren weiß, versteht auch nicht zu gewinnen.

Wer verliert, der gewinnt.

Zur semantischen Gruppe „поражение“ gehören auch idiomatische Wendungen wie *уйти с носом, потерпеть крах, потерпеть фиаско, давать промах/промашку.*

Zwischenfazit

Aufgrund der Untersuchung der jeweiligen Konzepte nach den lexikographischen Angaben lassen sich folgende Schlüsse ziehen:

Etymologisch gesehen hat das deutsche Wort „Sieg“ seine ehemalige Bedeutung aufrechterhalten, während die ursprüngliche Bedeutung des russischen „победа“, das im Altslawischen Bezug auf „Niederlage“ nimmt, nur noch in einzelnen Wörtern mit dem gleichen Stamm nachvollzogen werden kann. Dem Prozess des Bedeutungswandels unterlag auch das deutsche Verb „niederlegen“, dessen ehemalige Bedeutung im heutigen Deutschen abhanden gekommen ist.

Im Vergleich zu den Wörtern „Sieg“, „победа“ sind „Niederlage“, „поражение“ polysemantisch. Sowohl die Wurzel „sieg“ als auch „побед“ bilden Basis für Derivation. Zahlenmäßig überlegen sind dabei Derivate vom Wortstamm „sieg“. Beide Wortpaare „Sieg“/„победа“ sowie „Niederlage“/„поражение“ zeichnen sich durch eine Vielzahl der Kombinationsmöglichkeiten aus.

Bezogen auf den paradigmatischen Aspekt ist festzustellen, dass die Anzahl der Synonyme zu den deutschen Substantiven „Sieg“, „Niederlage“ im Vergleich zu den russischen „победа“, „поражение“ deutlich höher ist.

Als Teil eines festen Wortkomplexes tritt das Wort „победа“ ganz selten auf, während seine Antonyme „Niederlage“/„поражение“ überhaupt nicht in dieser Form in den Wörterbüchern verzeichnet sind. Das deutsche Substantiv „Sieg“ beinhalten viele Sprichwörter. Es gibt doch eine Reihe von idiomatischen Wendungen, die die jeweiligen Wörter nicht enthalten, aber trotzdem zum Feld der zu untersuchenden Konzepte gehören.

Kapitel III. Mediale Ausprägung der Konzepte „Sieg“/„победа“ und „Niederlage“/„поражение“

Nach der Betrachtung des lexikographischen Ausdrucks der Konzepte „Sieg“/„Niederlage“, „победа“/„поражение“ sollen wir uns mit der Analyse der in den Medientexten ausgesuchten lexikalischen Repräsentationen der jeweiligen Konzepte beschäftigen.

In diesem Kapitel soll es aber zuerst auf das Wesen des Mediendiskurses, seine Rolle bei der Entstehung und Offenbarung der mentalen Einheiten und dessen Einfluss auf die lexikalischen Mittel, die die kognitiven Strukturen repräsentieren, eingegangen werden. Im weiteren Verlauf der Arbeit (in zwei nachfolgenden Paragraphen) wird eine detaillierte Analyse dargestellt.

3.1. Mediendiskurs als Raum der Konzeptrealisierung

Im Folgenden wird den Fragen nachgegangen, die die Behandlung des Diskurses und u.a. Mediendiskurses aus einer neuen kognitiven Perspektive und seine Rolle für die vorliegende Untersuchung betreffen. Das damit angeschnittene Problem ist in der letzten Zeit besonders intensiv behandelt worden. Davon zeugt eine Reihe von einschlägigen Beiträgen und Monografien, die vor kurzem erschienen (wie z.B. von E.A. Kozhemjakin, E.S. Kubrjakova, E.O. Mendzherizkaja, T.G. Dobrosklonskaja, I.W. Rogozina, M. Schwarz-Friesel, H. Kämper usw.).

Zunächst möchten wir den Begriff „Diskurs“ erörtern und anschließend Aufschluss über das Verhältnis vom massenmedialen Diskurs und der kognitiven Linguistik geben.

Der viel diskutierte Terminus „Diskurs“ und die Antwort auf die Frage, was hinter ihm steckt, bleiben ambig. Um den Begriff deuten zu können und seine Grenzen für unsere Arbeit bestimmen zu können, gehen wir kurz auf seine Forschungsgeschichte ein.

Wenn man die Anfänge bei der Erforschung des Diskurses betrachtet, so fällt auf, dass es keine klare Trennlinie zwischen dem Diskurs und der einzelnen

Aussage bzw. Sprachhandlung gezogen wurde. P. Serio nennt acht mögliche Bedeutungen des Diskurses (darunter auch Diskurs als „Einheiten, die ihrer Größe nach einer Aussage überlegen sind“ oder „Gespräch als Haupttyp der Aussage“), ohne in seinem Hintergrund stehender komplizierter Wissensstruktur Aufmerksamkeit zu schenken [nach: Кубрякова 2012: 114]. In dem heutigen Sinn begann Z. Harris den Begriff zu gebrauchen, indem er der diskursiven Analyse zwei Aufgaben zumaß: einerseits die Fortsetzung der deskriptiven Linguistik mittels der Betrachtung des ganzen Textes und andererseits die Abschätzung der Bedeutung der Sprache für die Kultur und umgekehrt. Trotzdem wurde ihm der äquivalente Gebrauch der Termini „Text“ und „Diskurs“ vorgeworfen [ibid., 116]. Da sich der Diskurs ursprünglich auf die Rede bezieht und an den Gesprächsakt gekoppelt ist, wird er bei dem Prager Linguistischen Zirkel sowohl als Prozess als auch als Resultat betrachtet. Nach den 80er Jahren nahm die Beschäftigung mit dem Diskurs einen Aufschwung. In Foucaults Verständnis kann Diskurs-Begriff nicht primär als Textkorpus konzipiert werden, sondern als intertextuelle Beziehungen [nach: Busse, Teubert 1994: 15]. Eine zentrale Stelle nimmt bei ihm die Auffassung des Diskurses als „Zwischenebene zwischen Denken und Sprechen“ ein [nach: Busse 2000: 40]. M. Foucault und seine Anhänger verwiesen demnach darauf, dass hinter dem Begriff bestimmte Wissensstrukturen festzustellen sind [nach: Кубрякова 2012: 118]. Die Erscheinung der Arbeiten von T. van Dijk hat eine neue Etappe in der Diskursforschung eröffnet. Von diesem Zeitpunkt an wird Diskurs als „eine komplexe kommunikative Erscheinung“ gedeutet, die Rolle der verschiedenen Faktoren wird dabei in Rechnung gestellt [Кубрякова 2000: 14]. Daher wurden auch die Kenntnisse über die Welt, Einstellungen und Ziele des Autors ins neue interdisziplinäre Forschungsparadigma involviert. Als Teil der Semantik im weitesten Sinne – wie es D. Busse (2000) vorführt – zeigt Diskurs Relationen zwischen den Ordnungsmitteln auf [Busse 2000: 46-47]. Dementsprechend lassen folgende Ausführungen darauf schließen, dass der Diskurs uns einen Einblick in die mentalen Strukturen und ihre Besonderheiten gestatten kann. Bezüglich der Rolle

des Diskurses zur Aufdeckung der mentalen Einheiten schreibt E.S. Kubrjakova Folgendes: „Seinem Wesen nach erweist sich Diskurs als eine kognitive Erscheinung, d.h. er hat mit der Wissensvermittlung, Nutzung der Kenntnisse einer besonderen Art, und hauptsächlich mit dem Erzeugen der neuen zu tun“ [Кубрякова 2000: 23]. Insofern lassen sich Texte als Quellen, in denen mentale Phänomene repräsentiert sind, ansehen.

Erwähnenswert ist, dass es in der modernen Linguistik traditionell Unterscheidung zwischen dem Text und dem Diskurs getroffen wird. Im Vergleich zum Text, der mit der Schriftsprache verbunden ist, bezieht sich der Diskurs auf die mündliche Kommunikation und wird der Definition von N.D. Arutjunova zufolge als „Rede, die ins Leben eingetaucht wurde“ bezeichnet [Арутюнова 1990: 136]. Hierbei ist der Text das Ergebnis der kommunikativen Handlung [Кубрякова 2012: 123 ff.]. Das zweite unterscheidende Merkmal betrifft die zeitliche Diskontinuität zwischen Produktions- und Rezeptionssituation [Burger 2005: 10]. Die Tatsache, dass die Prozesse, die innerhalb der Informationsbearbeitung vom Autor und der Perzeption vom Adressaten, nicht simultan ablaufen, trifft bis jetzt zu. Trotzdem kann man die Zusammenarbeit des Autors und des Rezipienten in den Prozessen der Entstehung und Vermittlung der Informationen in der Form der mentalen Strukturen nachvollziehen [Кожемякин 2010: 73]. In diesem Zusammenhang spricht E.A. Kozhemjakin von einem komplexen kommunikativ-kognitiven Prozess der Wissensgewinnung, dem sogenannten Mediendiskurs – Untertyp bzw. Abart des Diskurses.

Zu unterscheiden sind zwei Aspekte, die den Umfang des Begriffes Mediendiskurs festlegen. Laut der ersten These lässt sich Mediendiskurs als „ein spezifischer Typ der kommunikativen und Denkhandlung, der ausschließlich für das Informationsfeld der Massenmedien charakteristisch ist“, definieren [ibid.]. E.A. Kozhemjakin betont, dass es dabei um den Mediendiskurs und andere Diskurstypen geht, wie z.B. den politischen, religiösen oder wissenschaftlichen Diskurs [ibid.]. In der zweiten Auffassung rückt die Rolle des Mediendiskurses als Handlung, in derer Laufe sich die Entwicklung und Vermittlung der Informationen

im massenmedialen Raum vollzieht, in Mittelpunkt der Forschung [Добросклонская 2008: 153]. Als Resultat dieser Handlung können Texte aufgefasst werden [Кожемякин 2010: 78].

Der Kognitionsforschung und den Medien ist gemein, dass sich beide an der Arbeit mit Informationen orientieren [Вацковская 2008: 544]. Während sich die Kognitionsforschung mit den Problemen des Erhaltens und der Verarbeitung der Kenntnisse beschäftigt, üben die Medien in der ersten Linie Informationsfunktion aus, d.h. ihr Hauptziel besteht in der Wiedergabe der Informationen an Empfänger [Добросклонская 2008: 156 ff.; Менджерицкая 2008: 201; Володина 2007: 38 ff.]. Die Verbreitung der Informationen durch die Medien trägt außerdem zur Beeinflussung der Meinungen und Meinungsbildung bei [Burger 2005: 23]. Aufgrund vom kognitiven Charakter des Diskurses lässt sich nicht nur die Darstellung der Informationen in den Medientexten verfolgen, sondern auch ihre Wahrnehmung vom Rezipienten [Менджерицкая 2008: 201; Рогозина 2003: 6; Будаев, Чудинов 2006: 168]. Denn die mentalen Strukturen entstehen nicht nur im Laufe der kognitiven Prozesse, sondern auch durch die soziale Interaktion [Кожемякин 2010: 74]. Die Rolle der Medien ist aber keineswegs nur noch auf die Informationsfunktion zu beschränken. Sowie die konzeptuellen Strukturen verrichten auch Medientexte eine Organisationsfunktion, indem sie die Informationen strukturieren [Добросклонская 2005: 182].

Zur Behandlung des Mediendiskurses und seiner Rolle in den Informationsverarbeitungs- und Darstellungsprozessen aus der kognitiven Sicht greifen wir in Anlehnung an T.G. Dobrosklonskaja (2008), I.W. Rogozina (2003), E.O. Mendzherizkaja (2008) auf das kommunikative Modell zurück. In Fokus der Betrachtung rücken seine Akteure – der Produzent und der Adressat bzw. der Empfänger, der Rezipient und das Objekt – der Text. Zudem nimmt T.G. Dobrosklonskaja auch andere Faktoren – das Übertragungskanal, die Rückverbindung, Prozesse der Kodierung und Dekodierung der durch den Text vermittelten Nachricht und die Kommunikationssituation bzw. den Kontext in Rücksicht [Добросклонская 2008: 153-154]. In Bezug auf dieses Modell wird

Medientext nach T.G. Dobrosklonskaja als Nachricht mit Übertragungskanal bezeichnet, Mediendiskurs lässt sich wiederum als Nachricht mit allen anderen Kommunikationsbestandteilen exponieren.

Der kognitiv-diskursive Zugang ermöglicht es, die Beziehungen, die zwischen den ins kommunikative Modell eingeschlossenen Akteuren, Objekten, anderen Faktoren und der Sprache bestehen, festzustellen. Die Sprache dient nicht nur der Beschreibung der Sachverhalte, vielmehr gilt sie als eines der Repräsentanten der vielfältigen mentalen Strukturen, die sich in Medientexten entfalten [Рогозина 2003: 3-4]. Hierbei ist zu bemerken, dass bereits im Mediendiskurs das Zusammenwirken von Sprache und den Erkenntnisprozessen deutlicher zu sehen ist. Denn die Art und Weise, in der die Konzepte in den Medientexten sprachlich ausgedrückt werden, kann viel darüber sagen, wie es in den Köpfen sowohl des Produzenten als auch des Adressaten aussieht und abläuft. Demzufolge kann man vermuten, dass Medientexte das Weltbild und es prägende konzeptuelle Strukturen anschaulicher als andere Quellen wiedergeben können. Insbesondere Massenmedien spielen eine wesentliche Rolle in der Entstehung des Weltbildes, wobei sie die Ereignisse der Wirklichkeit in einer der Medienformen darstellen [Добросклонская 2005: 183]. Durch Medien gestaltete Bilder formen die mentalen Strukturen, aus denen sich das Weltbild des Empfängers zusammensetzt [Рогозина 2003: 13 ff.]. Denn, wie J. Spitzmüller und I. H. Warnke festhalten, neigen die Menschen mehr dazu, „das Wissen durch Beschreibungen zu erlangen, etwa aus Massenmedien, als durch eigene unmittelbare Erfahrungen“ [Spitzmüller, Warnke 2011: 42].

Die bisher genannten Punkte belegen, dass Medientexte als Einheiten bei der Konzeptualisierung der Wirklichkeit funktionieren. Sie ermöglichen mithin die Konstituierung der Konzepte unmittelbar im Rahmen des Mediendiskurses zu untersuchen.

Das heißt aber zugleich, dass sich die sprachliche Darstellung der kognitiven Strukturen je nach dem Thema, das den Aufbau und Gehalt jedes Medientextes bestimmt, variiert. Bedingt vom jeweiligen Thema, sind Medientexte

durch lexikalisch-semantische Spezifik markiert [Гарская 2008: 546]. Das bietet wiederum große Auswahl an Konzepte repräsentierenden sprachlichen Mitteln für die vorliegende Arbeit.

Zu vermerken ist auch die Tatsache, dass der bereits erwähnte kognitive Ansatz zur Analyse kognitiver Einheiten im Mediendiskurs zur Verwendung kommt. In den Beiträgen von M. Schwarz „Metaphern der Gewalt: Konzeptualisierungen von Terrorismus in den Medien vor und nach 9/11“ und von H. Kämper „Gewalt-Konzepte der späten 1960er Jahre am Beispiel“ ist die Untersuchung der kognitiven Metapher kognitiv-diskursiv angelegt. Die Analyse zeigt die Gebundenheit der Kategorisierungsprozesse und ihrer diskursiven Darstellung. Darüber hinaus wird dem schwierigen Verhältnis von Massenmedien und Konzeptualisierungen von Sachverhalten Rechnung getragen. Daraus ergibt sich die Schlussfolgerung, dass die Massenmedien nicht nur informationsvermittelnd und meinungsbildend wirken, sondern auch als Raum für das Erzeugen der durch die sprachlichen Mittel repräsentierten mentalen Modelle.

3.2. Methodische Vorgehensweise

Da die Wörterbuchangaben für die Rekonstruktion des Konzeptfeldes nicht reichen, ist es nicht auf die in sie eingetragenen Möglichkeiten der Konzeptrealisierung einzuschränken. Es ist offensichtlich, dass die Analyse der sprachlichen Mittel, die die Konzepte verbalisieren, nach den lexikographischen Angaben nicht einmal alle Kombinationsmöglichkeiten und Synonyme gewährleisten kann. Unsere Vorgehensweise erhebt auch keinen Anspruch auf die Vollständigkeit, aber mit der Einbeziehung der Medientexte kann der Umfang der die Konzepte repräsentierenden Mittel deutlich erweitert werden. Wir haben auch zum Ziel, den Blick auf den peripheren Teil zu lenken, wo Kulturspezifisches zu verfolgen ist (sprachliche Mittel der sekundären Nomination).

Die detaillierte Analyse wird anhand vom selbst erstellten Korpus durchgeführt. Er setzt sich aus den Artikeln der Online-Versionen von „Spiegel“,

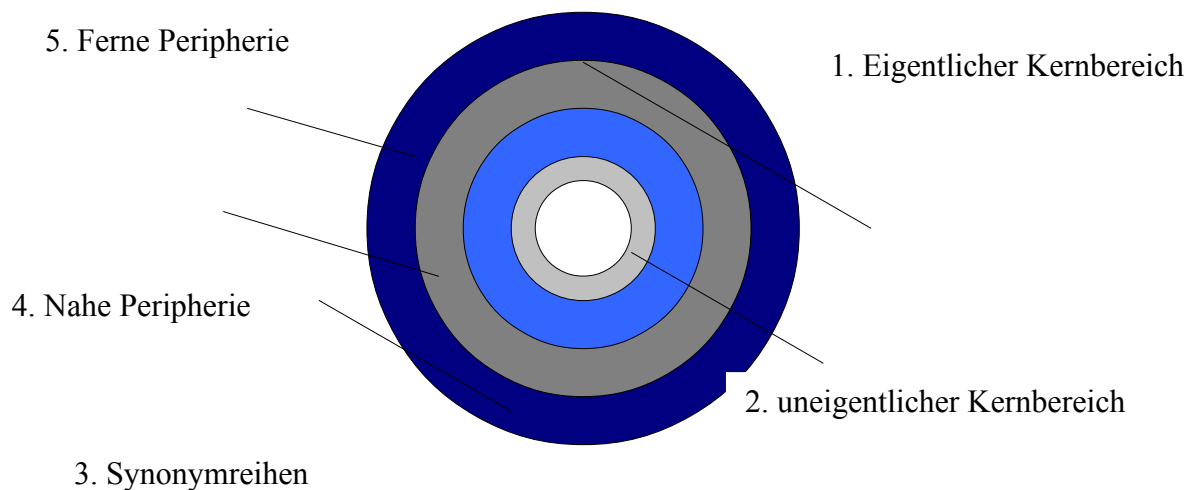
„Bild“ „Комсомольская правда“ „Газета. ru“ und aus den Printzeitschriften „Psychologie heute“ und „Наша психология“ zusammen.

Um eine möglichst große Reichweite von Beispielen zu erzielen, wurden Artikel aus vier Bereichen ausgewählt: Sport, Politik, Kultur und populäre Wissenschaft. Aus diesen Bereichen wurden wiederum Artikel genommen, die den bestimmten Themen gewidmet sind und für russische und deutsche Kulturen von Bedeutung sind. Das sind Olympia 2014, WM Fußball 2014, die für beide Länder von Interesse waren. Die Ergebnisse dieser Wettbewerbe wurden ausführlich in russischen und deutschen Medien geschildert. Aus dem Bereich Politik wurden für Deutschland wichtige Themen Bundestagswahlen 2013 und Landtagswahlen, die neulich im März 2016 stattgefunden haben, gewählt. Für Russland sind es Wahlen des Präsidenten 2012 und Wahlen in die Staatsduma 2011. Aus der Kultursphäre wurden Artikel ausgesucht, die über Musikwettbewerbe „The Voice Kids“ 2016 und „Голос. Дети“ 2016 berichtet haben.

Die Gesamtzahl der deutschen Artikel beträgt 182, der russischen – 172. Darunter sind 83 aus „Spiegel“, 99 aus „Bild“, 109 aus „Комсомольская правда“ und 63 aus „Газета. ru“ Außerdem wurden 10 Zeitschriften von „Psychologie heute“ (aus den Jahren 2013 – 2016) und 10 von „Наша психология“ (aus den Jahren 2014 – 2016) für die Analyse verwendet.

Basis für unsere Untersuchung bildet das Modell der Konzeptanalyse von M.W. Pimenova und grundlegende Prinzipien der Prototypen-Theorie, die aber an unsere Zwecke und Beispiele angepasst wurden (im Vergleich zum zweiten Kapitel). Die Bewegung geht vom Kern zur Peripherie, wobei auch jeder Kreis (jede Stufe) im Fünf-Stufen-Modell beleuchtet wird.

Die Gedankenfolge kann anhand der angefertigten Grafik 1. nachvollzogen werden, die sich auf die Grafik zur Darstellung der Prototypentheorie von E. Rosch aus der Monografie von J. Aitchison stützt, aber auch modifiziert und weiterentwickelt wurde.



Grafik 1.

Angefangen wird mit den „besten Beispielen“, die den eigentlichen Kern ausmachen und sich im inneren Kreis befinden. Dazu gehören Hauptrepräsentanten der Konzepte, d.h. Kollokationen mit den Wörtern „Sieg“/“победа“ und „Niederlage“/“поражение“. Anschließend werden metaphorische Umdeutungen und andere Mittel der Bildkraft analysiert, die in Verbindung mit Hauptrepräsentanten der jeweiligen Konzepte vorkommen. In einem weiteren Schritt wird Synonymreihen (besonders kontextuellen Synonymen) und möglichen Verbindungen mit ihnen Aufmerksamkeit geschenkt. Im vierten Schritt erfolgt die Betrachtung der auf die bestimmten Sphären/Bereiche bezogenen metaphorischen Bezeichnungen und der mit anderen stilistischen Mitteln ausgedrückten Konzepte. Im letzten Schritt werden Ausdrücke beleuchtet, deren Zugehörigkeit zu der semantischen Gruppe nur aus dem Kontext erschließbar ist.

Abschließend werden auch Befunde der russischen und deutschen Korpora herangezogen. Der Einbezug der Korpora ist aus mehreren Gründen nützlich: einerseits erlaubt er statistische Angaben zu erhalten, andererseits ermöglicht er es, einige Hypothesen, die im Laufe der Beispielsanalyse auftauchen, entweder zu bestätigen oder zu widerlegen.

§1. Konzepte „Sieg“, „победа“

3.1.1. Eigentlicher Kernbereich

Wie oben ausgeführt, wird die Analyse der sprachlichen Mittel, die die jeweiligen Konzepte repräsentieren, in fünf Stufen entsprechend jedem in der Grafik dargestellten Kreis durchgeführt.

Als „beste Exemplare“ dienen Verben, Substantive (inklusive Komposita), Adjektive mit der Wurzel „sieg“ und mögliche Kollokationen mit ihnen, die im inneren Kreis landen. Häufig kommt das Verb *siegen* in den ausgesuchten Texten vor.²

(1) „Die AfD **siegt** und sieht sich als Retterin der Demokratie, ewig verkannt, ewig unterschätzt“ (Spiegel 13.03.2014)

Das Wort „Sieg“ tritt oft auch in Verbindungen mit den Verben auf: *Sieg feiern*, *Sieg bringen*, *sich den Sieg sichern*, *sich zum Sieg kämpfen*, *Sieg erringen*, *Sieg besiegeln*, jmdm. *gelingt der Sieg*:

(2) „Der Russe Alexander Subkow **sicherte sich** in 3:45,39 Minuten überlegen seinen ersten **Olympiasieg** – es ist das erste Bob-Gold für den Gastgeber seit 1988“ (Spiegel 17.02.2014);

(3) „Gegen Griechenland **kämpfte sich** das Team in Unterzahl **zum Sieg**, Torwart Keylor Navas überragte“ (Spiegel 30.06.2014);

Die Analyse der Zeitungsartikel hat ergeben, dass folgende bewertende Epitheta in Verbindung mit „Sieg“ zustande kommen: *historischer*, *klarer*, *deutlicher*, *dramatischer*, *fulminanter* (gehoben) *Sieg*. Auffallend ist eine relativ hohe Anzahl von Verbindungen mit dem Epitheton *historisch*:

(4) „Ministerpräsident Winfried Kretschmann kann nach letzten Umfragen mit einem **historischen Sieg** rechnen: Über 30 Prozent wollen für die Grünen stimmen – so viele wie nie zuvor bei einer Landtagswahl“ (Bild 12.03.2016);

(5) „Das sensationelle 7:1 gegen Brasilien! Selbst in der US-Metropole New York wurde **der historische Sieg** unserer Nationalelf im WM-Halbfinale gefeiert“ (Bild 09.07.2014);

Im Deutschen werden neben den hohen Anstrengungen und dem glanzvollen Charakter des Sieges auch Schwierigkeiten, die Tatsachen, dass man dem Gegner

² Statistische Angaben bezüglich der Verwendungshäufigkeit sind tabellarisch im Anhang dargestellt.

nicht viel überlegener ist und dass der Sieg im letzten Moment errungen worden ist, hervorgehoben. So wird der Sieg – wie auch in den Wörterbüchern markiert – auch als *knapp* bezeichnet:

(6) „Es war kein schönes, aber ein spannendes Spiel: Uruguay hat dank eines **knappen Siegs** gegen Italien das Achtelfinale der WM in Brasilien erreicht“ (Spiegel 24.06.2014);

Neben dem Adjektiv *knapp* ist auch Bestimmungszusammensetzung wie im Beispiel (7) mit dem Grundwort „Sieg“ mit der ähnlichen Bedeutung in den Zeitungsartikeln zu finden: *Last-Minute-Sieg*.

(7) „Die muss auch SPD-Chef Gabriel fürchten – doch er berauscht sich fürs Erste an Malu Dreyers **Last-Minute-Sieg**“ (Spiegel 13.03.2014);

In den untersuchten Medientexten wurde auch synonymes Kompositum zum *knappen Sieg* und *Last-Minute-Sieg* mit dem Grundwort „Sieg“ – *Zittersieg* gefunden. Ein Beispiel dafür folgt im nächsten Abschnitt.

Bei der Erstellung des Korpus wurde eine hohe Anzahl der die Konstituente „Sieg“ enthaltenen Komposita festgestellt, die sich in zwei Gruppen unterteilen lassen:

1. Komposita mit „Sieg“ oder „Sieger“ als Grundwort:

Gruppensieg, Olympiasieg, Doppelsieg, Sensations-Sieg, Seriensieger, Laufsieger

(8) „Der Russe Alexander Subkow sicherte sich in 3:45,39 Minuten überlegen seinen ersten **Olympiasieg** – es ist das erste Bob-Gold für den Gastgeber seit 1988“ (Spiegel 17.02.2014);

(9) „Der **Sensations-Sieg** der Templiner Pfarrerstochter!“ (Bild 23.09.2013)

2. Komposita mit „Sieg“ bzw. „Sieger“ als Bestimmungswort:

Siegtreffer, Siegtor, Siegestaumel, Siegertreppchen, Siegerehrung

Die Komposita der zweiten Gruppe kommen auch in den Wörterbüchern vor. Im Vergleich zu den Wörterbücherangaben treten in den Medientexten *Siegtreffer* und *Siegtor* ohne Bindeelement „s“ auf.

(10) „Matchwinner war der viermalige Weltfußballer Lionel Messi, der in der Nachspielzeit mit einem Traumtor den **Siegtreffer** erzielen“ (Spiegel 21.06.2014);

(11) „Spätes **Siegtor**: Messis Kunstschuss rettet Argentinien gegen Iran“ (Spiegel 21.06.2014);

Was die russischen Beispiele dieses Kreises angeht, so kann man schon beim ersten Blick darauf eine Vielzahl der Verwendungen vom Verb *победить* feststellen. Das Verb ist mit verschiedenen Adverbien *играючи, сенсационно, уверенно* verknüpfbar, die den Sieg charakterisieren. Das Beispiel (12) zeigt, dass unsere Sportlerin nicht nur gesiegt hat, sondern ihre Hauptgegnerin wesentlich übertroffen hat:

(12) „Аделина **победила** кореянку **играючи**“ (Комсомольская правда 21.02.2014);

In den Medientexten sind viele Beispiele zu finden, in denen zusammen mit dem Wort „победа“ verschiedene Verben vorkommen. Die gebräuchlichsten Varianten sind darunter – wie auch die Wörterbücher zeigen – *одержать* und *принести победу*:

(13) „Россиянки **одержали** вторую **победу** на олимпийском турнире по керлингу“ (Комсомольская правда 11.02.2014);

(14) „Я отчетливо помню, каким счастливым был Антон 13 декабря, когда во Франции ураганно пронесся по последнему этапу эстафеты, **принес** нам **победу**, а после нее сиял, как сияют дети на папиных плечах“ (Комсомольская правда 10.02.2014);

Eine herausragende Rolle bei der Wiedergabe des Sachverhaltes (in unserem Fall des Resultats) kommt den emotionalen Epitheta zu, die unter anderem „persönliche Beziehungen des Senders zum Gegenstand der Darstellung offenbaren“ [Riesel, Schendels 1975: 239].

Die Analyse der Beispiele hat ergeben, dass im Russischen das Substantiv „победа“ besonders oft mit den Epitheta *уверенная, убедительная* Verbindung bildet. In Bezug auf diese Tatsache (und auch Verknüpfungen des Verbs mit den Adverbien in Beispielen oben) kann angenommen werden, dass für die russische Kultur ein sicherer Sieg von Bedeutung ist. Davon zeugen Beispiele:

(15) „Мировые издания обращают внимание не столько на высокий процент Путина, сколько на его реакцию на **уверенную победу**“ (Газета ру 05.03.2012);

(16) „Мы собрались, чтобы отметить те результаты, которые характеризуем, как **убедительную победу** на выборах“ (Комсомольская правда 05.03.2012);

Dieselbe Gruppe wie Epitheta *уверенная, убедительная* победа stößt das Beiwort *четкая* an, aber im Vergleich zu den zwei erst erwähnten verliert es an Gebrauchshäufigkeit.

(17) „Если председатель Еврокомиссии Жозе Мануэл Баррозу и председатель Европейского совета Херман ван Ромпёй от комментариев по итогам российских выборов воздержались, то глава европейской дипломатии баронесса Кэтрин Эштон заявила: „Европейский союз отмечает предварительные результаты президентских выборов и **четкую победу** Владимира Путина“ (Газета ру 06.03.2012);

„Победа“ wird auch durch eine Fülle von emotionalen Epitheta wie *невероятная, блестящая, потрясающая, безоговорочная, выдающаяся, триумфальная, историческая, большая* charakterisiert. Unter den genannten Varianten scheint nur das Epitheton *большая* weniger emotional zu sein:

(18) „Я счастлив, это **большая победа** для России, - делится эмоциями после финиша Смышляев. – Со времен серебра в Лиллехаммере-94 моего земляка Сергея Щуплецова это первая медаль за 20 лет в нашем виде спорта“ (Комсомольская правда 11.02.2014);

Auffallend ist, dass der Gebrauch der oben angeführten bewertenden Epitheta in den Medientexten von Situation zu Situation schwankt. Während im Sport diese Epitheta sowohl die eigenen, als auch fremde Spitzenergebnisse (Beispiele (19), (20)) beschreiben, ist es nicht immer für die Politik der Fall.

(19) „Накануне одержали **блестящую победу** российские фигуристы Татьяна Волосожар и Максим Траньков, взявшие золото, серебро забрали Ксения Столбова и Федор Климов“ (Комсомольская правда 13.02.2014);

(20) „Южноамериканцы в прошлой игре смогли одержать **потрясающую победу** благодаря усилиям своего лидера Луиса Суареса“ (Комсомольская правда 24.06.2014);

Die Charakteristik des Sieges des russischen Präsidenten als *фактическая* scheint in diesem Zusammenhang eher bewertungsfrei, die Tatsache konstatierend zu sein:

(21) „Президент Сирии Башар Асад в понедельник направил поздравительную телеграмму Владимиру Путину с **фактической победой** на президентских выборах, сообщает арабское агентство SANA“ (Газета ру 05.03.2012);

Für den Politikbereich ist die Bewertung des Sieges sowie Wahlergebnisses als ehrlich und transparent relevant. Davon zeugen Beispiele:

(22) „Митинг „Честные выборы — **честная победа!**“ в поддержку Владимира Путина прошел в понедельник во Владивостоке“ (Газета ру 05.03.2012);

(23) „Премьер убежден, что мы одержал **чистую победу** на выборах президента“ (Комсомольская правда 05.03.2012);

Sowohl im Deutschen, als auch im Russischen kann man Beispiele wie *минимальная победа, победить с минимальным счетом* (inklusive auch synonyme Wendungen *переиграть с трудом, обыграть с минимальным перевесом*) treffen, die den Erfolg im Wettkampf bezeichnen, dessen Ergebnis bis zum letzten Moment unklar war:

(24) „В 1/8 финала прошли южноамериканцы, которые смогли одержать **минимальную победу** над вице-чемпионами Европы“ (Комсомольская правда 24.06.2014);

(25) „Сборная Германии с **минимальным счетом победила** Францию в четвертьфинальном матче чемпионата мира — 2014“ (Газета ру 04.07.2014);

Zu bemerken ist auch die Tatsache, dass im Gegensatz zu den deutschen Beispielen, in denen mit *knapper Sieg, Last-Minute-Sieg (auch Zittersieg/Zitter-Sieg)* der Sieg des eigenen Landes bzw. Teams beschrieben werden kann, werden russische Entsprechungen hauptsächlich in Bezug auf die Leistungen der anderen verwendet. Das mag von der Zugehörigkeit der deutschen Kultur zu den „low-context-cultures“³ zeugen, die durch eine explizite und direkte Darstellung der Sachverhalte gekennzeichnet sind. Die russische Kultur ihrerseits tendiert eher zu den „high-context-cultures“, bei denen Wortwahl und Wortverwendung von Bedeutung sind. Die Vertreter dieser Kulturen sind imstande, selber implizit dargestellte Informationen aus dem Text zu erschließen. Diese Hypothese wird weiter anhand von anderen Beispielen bestätigt.

³„Low-, und „high-context-cultures“ sind Termini der interkulturellen Kommunikation, eingeführt von E.T. Hall. Mit diesen Themen befasst er sich in seinem Buch „Beyond Culture“ (1976).

3.1.2. Uneigentlicher Kernbereich

Den nächsten Kreis bilden Beispiele, in denen sich mit „Sieg“/„победа“ in Verbindung gebrachte Komponente durch eine besondere Form der Verwendung auszeichnen.

Da sich Mediensprache eines hohen Grades an Expressivität und Bildkraft erfreut, finden in den Medientexten mannigfaltige stilistische Figuren Verwendung, die zusammen mit den Wörtern „Sieg“/„победа“ auftreten. Sie tragen zur Aufrechterhaltung der Aufmerksamkeit des Lesers bei.

Das kann anhand des Beispiels (26) veranschaulicht werden. In diesem Kompositum kommt als Bestimmungswort *Zitter* vor, das vom Verb *zittern* abgeleitet ist. Das Verb seinerseits bedeutet „die Bewegung hin und her“. Hier erfolgt die Umdeutung seiner Komponente. Die Zusammensetzung erhält neue Bedeutung des unsicheren Sieges. *Zitter-Sieg* bzw. *Zittersieg* ist Synonym zum *knappen Sieg*, *Last-Minute-Sieg*.

(26) „Nach dem **Zitter-Sieg** gegen Algerien (2:1 n.V.) befürchten viele, dass wir jetzt gegen die Franzosen ausscheiden“ (Bild 04.07.2014);

Im Beispiel unten kommt stilistisches Mittel – Kontamination zum Einsatz, die aufgrund der lautlichen Ähnlichkeiten zwischen dem Namen des Spielers *Mats Hummels* und dem Adjektiv *himmlisch* entstand, indem sie miteinander verschmolzen wurden. Das dadurch gewonnene Adjektiv *hummlisch*, das hier prädikativ verwendet wird, betont den glanzvollen Charakter des Sieges und erzeugt dazu noch einen komischen Effekt.

(27) „Dieser **Sieg** ist einfach **hummlisch**“ (Bild 05.07.2014);

Interessant ist auch die metaphorische Verbindung des Substantivs *Sieg* mit dem Verb *bescheren*. Der Sieg wird dadurch als Geschenk verstanden, das der Fußball-Spieler seinem Team und Land überreicht hat:

(28) „Das Spiel war entschieden, Neymar hatte wie im Eröffnungsspiel gegen Kroatien gegläntzt und seinem Team einen 4:1-**Sieg beschert**“ (Spiegel 24.06.2014);

Wesentlich sind auch Metaphern, die sich auf eine bestimmte Sportart beziehen:

(29) „4:1 gegen Kamerun: Der Superstar **schießt** Brasilien **zum Gruppensieg**“ (Spiegel 24.06.2014);

(30) „Felix Loch ist im Sanki Sliding Center **zum Olympiasieg gerodelt**“ (Spiegel 09.02.2014);

(31) „Der Schweizer Sandro Viletta ist überraschend **zum Olympiasieg** in der Super-Kombination **gefahren**“ (Spiegel 14.02.2014);

In diesen Beispielen wird Sieg zusammen mit Verben *schießen*, *rodeln*, *fahren* gebraucht, die auf drei Sportarten verweisen – Fußball, Rodeln, Skirennfahren.

Wie die Beispiele unten zeigen, können auch Abstrakta mit dem Verb „siegen“ kombiniert werden. Als Agens tritt hierbei eine abstrakte Entität hervor, der menschliche Eigenschaften zugesprochen werden. Bei diesen Beispielen erfolgt die Übertragung der menschlichen Züge auf Abstrakta – Personifizierung:

(32) „Wenn es um die konkrete Zusammenstellung unserer Speisen geht, **siegt** häufig **der Appetit über den Verstand**“ (Psychologie heute compact 2016, Heft 44, S. 23);

(33) „**Höflichkeit siegt** – zumindest im Märchen“ (Psychologie heute 2015, Heft 9, S. 8);

(34) Mehr als 200 Befragten, darunter 37 Chinesen, wurden immer zweifarbige Rechtecke gezeigt unter denen sie ihre Lieblingsfarbe auswählen sollten. **Die bläulichen Farbtöne siegten**“ (Psychologie heute 2015, Heft 10, S. 45);

Interessant ist, dass Abstrakta auch in Kombination mit Kompositum „Siegesszug“ (*Siegesszug der digitalen Medien*, *Siegesszug der digitalen Technik*) zu finden sind wie in (35):

(35) „**Der Siegesszug der digitalen Medien** stellt neue Herausforderungen an unsere Konzentrationsfähigkeit“ (Psychologie heute 2014, Heft 2, S. 28);

Sowie in den deutschen Zeitschriften, kann man auf ähnliche Beispiele auch in den russischen stoßen wie z.B. *победа над оценками*, *победа над страхом*.

Das meist in Verbindung mit „победа“ gebräuchliche Verb *вырывать/вырвать* tritt in den gefundenen Beispielen nicht in seiner konventionellen Bedeutung auf, indem das Nomen als etwas materielles jemandem gewaltsam entnommen wird:

(36) „И драматургически, и объективно все сложилось так, что 14-летний Данил **выстрадал** и **вырвал** эту победу“ (Комсомольская правда 01.05.2016);

Hier kommt noch ein Verb *выстрадать* zusammen mit „победа“ zur Anwendung, das in diesem Fall den hohen Wert vom Sieg betont.

Eine ähnliche Bedeutung wie *вырывать* liefert das Verb *выгрызать*, wirkt aber emotionaler als *вырывать/вырвать* und lenkt daher Aufmerksamkeit auf sich:

(37) „Когда, если не сейчас **выгрызать победу**. Только не столь буквально, как Суарес“ (Комсомольская правда 25.06.2014);

Außerdem wird damit auf den Vorfall während des Spiels verwiesen (Biss eines Spielers von einem anderen). In den deutschen Artikeln wurde diese Situation mit dem Verb *wegbeißen* beschrieben.

Ein weiteres Beispiel lässt sich zweierlei deuten. Einerseits bezieht sich das Wort „Победа“ auf den Triumph der jungen Sportlerin bei den Olympischen Winterspielen in Sotschi und das Verb *оседлать* ist daher metaphorisch verwendet. Andererseits verweist „Победа“ auf das Pferd mit dem gleichen Rufnamen, das die Oma der Sportlerin besitzt. Und daher kommt im zweiten Fall die Hauptbedeutung des Verbs *оседлать* zum Tragen:

(38) „Еще в детстве Юля Липницкая **оседлала Победу**“ (Комсомольская правда 12.02.2014);

Das Substantiv „победа“ kommt in manchen Sätzen als eine konkrete Entität vor, die man beschützen oder begrüßen kann:

(39) „Участников завершающегося на Манежной площади многотысячного митинга в поддержку Путина призвали "**защищать победу**" в свете возможных "нападков. "Нам надо удержать победу, поскольку будут нападки, нам надо ее защищать", - заявил, выступая на манифестации, председатель Федерации независимых профсоюзов России Михаил Шмаков“ (Комсомольская правда 05.03.2012);

(40) „Лишь ведущий японский телеканал **приветствовал победу** Путина и назвал ее „ожидаемой“ (Комсомольская правда 06.03.2012);

Das Substantiv „победа“ ist auch als Agens zu finden, indem sie als Besucher oder Gast gehen und kommen kann:

(41) „Постепенно Вик обрусел, научился пить водку и на больших турнирах к нему стали **приходить победы**“ (Комсомольская правда 18.02.2014);

Vom besonderen Interesse ist okkasioneller Gebrauch des Adjektivs *слезоточивый* mit dem Substantiv *победа* in (42). Das Adjektiv, das in der Regel in Verbindung *слезоточивый газ* verwendet wird, ist hier auch als Tränen erregend zu verstehen. Aber im Vergleich zur gebräuchlichen Wortgruppe sind hier nicht die Sinnesorgane betroffen, sondern Gefühle. Das Epitheton beinhaltet auch, dass es auf dem Weg zum Sieg viele Hindernisse gab und der Sieg besonders erwartet war.

(42) «Впервые в истории мы выиграли «золото» в женском одиночном катании на Олимпиаде. Это сделала 17-летняя Аделина Сотникова. И это одна из самых **важных побед** нашего спорта. И одна из самых **слезоточивых**» (Комсомольская правда 21.02.2014);

Im darauffolgenden Beispiel kommt der allen bekannte Ausspruch „*Победителя не судят*“ in einer rekonstruierten Form „*Победитель не судит*“ vor. An der Stelle des Agens tritt das ehemalige Patiens, indem der Sinn des ganzen Ausdrucks verändert wird. „*Победитель*“ erscheint in der neuen Variante selbst als Richter, der aufgrund des Sieges Nachsicht übt.

(43) „*Победитель не судит*“ (Газета ру 05.03.2012);

3.1.3. Synonymreihen

Die erhobenen Beispiele zeigen, dass die zu untersuchenden Konzepte nicht allein mit den Lexemen „Sieg“ bzw. „победа“ zum Ausdruck gebracht werden können, sondern auch mit vielfältigen Synonymen bezeichnet werden, die ihrerseits mit anderen Wörtern gemeinsam auftreten. Synonymreihen bilden nach unserem Modell den dritten Kreis.

Das Verb *siegen* zeichnet sich durch eine Vielzahl von Synonymen aus. Darunter sind Verben wie *gewinnen*, *triumphieren*, die dem Verb *siegen* am nächsten sind und in denen der Sieg als solcher im Vordergrund steht:

(44) „Dario Cologna aus der Schweiz hat den Skiathlon-Wettbewerb bei den Olympischen Winterspielen in Sotschi **gewonnen**“ (Spiegel 09.02. 2014);

(45) „Es ist die achte deutsche Goldmedaille bei den Olympischen Winterspielen in Sotschi: Beim Team-Wettbewerb von der Großschanze **triumphierte** die DSV-Mannschaft um Top-Springer Severin Freund“ (Spiegel 17.02.2014);

Weiter folgt eine Gruppe von Verben, die nicht nur den Sieg bezeichnen, sondern auch das Unterlegen der Verlierer implizieren und somit ein Akkusativobjekt erlangen: *schlagen, besiegen, bezwingen*:

(46) „Deutschland **schlägt** Klinsmanns US-Team 1:0, kommt als Gruppensieger weiter“ (Spiegel 26.06.2014);

(47) „Adieu, les Bleus! 1982 und 1986 haben wir die „Grande Nation“ bei der WM **besiegt**“ (Bild 05.07.2014);

(48) „Im Halbfinale hatte Kanada China 10:6 **bezwungen**“ (Spiegel 21.02.2014);

Wie die weiteren Beispiele zeigen, kann das Verb *besiegen* mit Abstrakta (darunter meist negative Gefühle: Wut, Angst, Unruhe) kombiniert werden, die hier in der Funktion des direkten Objekts zu betrachten sind. Gefühle werden hier verlebendigt, werden als realer Gegner dargestellt, über die man siegen kann.

(49) „Wir leben jetzt in einer Welt der Unruhe, aber wenn wir uns klug anstellen und uns des Beistandes der Philosophie versichern, der Vernunft, dann mag es uns gelingen, Seelenruhe zu finden. Aber das ist paradoxerweise ein lebenslanger Kampf: Wir müssen uns der **Unruhe** stellen, **sie besiegen**“ (Psychologie heute 2016, Heft 1, S. 41);

(50) „**Die Wut lässt sich** am besten **besiegen**, wenn Fairness und Gerechtigkeit im Alltag eines Landes gelebt werden“ (Psychologie heute 2015, Heft 2, S. 93);

(51) „Doch erst einmal muss ich im Wortsinn begreifen, dass es furchtbar anstrengend ist, **die Angst als Feind** zu betrachten, **den ich besiegen muss**. Es geht nicht darum die Angst zu bewältigen – denn das ist mit Gewalt verbunden. Man muss sie vielmehr mitnehmen auf die Lebensreise“ (Psychologie heute 2015, Heft 7, S. 75);

Eine weitere Synonymgruppe kann als kontextuelle Synonyme aufgefasst werden, deren Bedeutung nur aus dem Kontext erschließbar ist. Die kontextuelle Bedeutung der Verben *zerlegen, zerpflücken* weicht deutlich von den in den Wörterbüchern gegebenen ab (*zerlegen* – 1. auseinandernehmen, in seine [Einzel]teile auflösen; 2. in Teile schneiden, zerteilen; 3. analysieren; *zerpflücken* – 1. zupfend, brechend in kleine Stücke reißen, zerteilen; 2. in kleinlicher Weise Punkt für Punkt untersuchen und schließlich negativ beurteilen). Aus den Beispielen (52) und (53) wird klar, dass es bei diesen Verben nicht nur um die

Tatsache des Sieges geht, sondern darum, dass der Sieger den Gegner wesentlich übertrifft.

(52) „Da **zerlegt** die deutsche Mannschaft den Gastgeber Brasilien auf unglaublich beeindruckende Weise 7:1“ (Spiegel 09.07.2014);

(53) „8:0 hatte die DFB-Elf zum Auftakt Saudi-Arabien **zerpfückt**“ (Spiegel 20.06.2014);

Das Verb *packen* taucht auch unter anderem als Synonym zum Verb *siegen* in den Medientexten auf, lässt sich aber als umgangssprachlich oder salopp bezeichnen:

(54) „Darum **packen** wir Brasilien und kommen ins Finale!“ (Bild 08.07.2014);

Synonym zum Verb *siegen* wird auch das Verb *verdrängen* benutzt, das in der Beschreibung des Sieges in einem Wettbewerb mit mehreren Etappen gebräuchlich ist:

(55) „2:1 gegen Honduras: Ecuador **verdrängt** Schweiz und hofft aufs Achtelfinale“ (Spiegel 21.06.2014);

In der gleichen Bedeutung wie das Verb *verdrängen* kommt auch das Verb *wegbeißen* zur Verwendung, die auch eine Anspielung an den Vorfall mit dem Spieler – Angreifer Suárez, der seine Gegner im Spielrausch gebissen hat:

(56) „WM in Brasilien: Uruguay **beißt** Italien **weg**“ (Spiegel 24.06.2014);

In den Sportartikeln ist auch das Verb *abräumen* für Bezeichnung des Sieges einsetzbar. Es kommt sowohl alleine vor, als auch mit einem direkten Objekt – Medaille, die Metonymie zu *Sieg* ist:

(57) „Die deutschen Rodler **räumen** bei den Winterspielen in Sotschi **ab**“ (Spiegel 12.02.2014);

(58) „Frankreichs Skicrosser **haben** bei den Olympischen Winterspielen von Sotschi alle **Medaillen abgeräumt**“ (Spiegel 20.02.2014);

Nach der Analyse der Synonymreihe zum Verb „siegen“ ist es notwendig die russischen synonymen verbalen Ausdrücke zu „победить“ aufzulisten.

Die erhobenen Beispiele lassen sich in zwei Gruppen einordnen. Die erste davon machen Verben *выиграть*, *обыграть*, *одолеть*, *переиграть* aus. Bei den Verben *обыграть*, *одолеть*, *переиграть* ist wie bei den deutschen *schlagen*, *besiegen*, *bezwingen* ein Akkusativobjekt erforderlich:

(59) „Точный удар, который помог **выиграть** южноамериканцам, нанес форвард Лионель Месси“ (Комсомольская правда 21.06.2014);

(60) „Сборная России в серии буллитов смогла **обыграть** Словакию на Олимпийских Играх в Сочи - 1:0“ (Комсомольская правда 15.02.2014);

(61) „Женская сборная России по керлингу **одолела** сборную США в рамках второй сессии кругового турнира на Олимпиаде в Сочи“ (Комсомольская правда 11.02.2014);

(62) „Коста-Рика **сенсационно переиграла** Италию на ЧМ“ (Газета ру 20.06.2014);

Die zweite Synonymgruppe bilden Verben *разгромить*, *растоптать*, die zwar als Entsprechungen zu den deutschen Verben *zerlegen*, *zerpfücken* anzusehen sind, weisen aber eine andere bildliche Grundlage auf. Die deutschen Verben fußen auf dem Bild „Verletzung der Ganzheit“ (als Ganzheit ist hier die Mannschaft bzw. Partei zu verstehen), wohingegen die russischen – „etw./jmdm. dem Boden gleichmachen“. Überdies sind die Verben *разгромить*, *растоптать* in der Bedeutung „jmdn. besiegen“ in den Wörterbüchern kodifiziert. Im Vergleich zur ersten Gruppe (russischer Verben) haben die Verben dieser Gruppe eine intensivere Auswirkung.

(63) „Франция **разгромила** со счетом 5:2 команду Швейцарии на чемпионате мира по футболу“ (Комсомольская правда 18.06.2014);

(64) „Немцы вышли в финал чемпионата мира. Не просто **победили**, а унизили, **растоптали** Бразилию – 7:1!“ (Комсомольская правда 09.07.2014);

Dazu gehören noch Verben *разобраться*, *расправиться*:

(65) „В своих первых матчах обе команды одержали уверенные победы. Американцы разгромили сборную Словакии со счетом 7:1, а вот россияне благодаря голам Малкина, Овечкина и остальных **расправились** с командой Словении“ (Комсомольская правда 14.02.2014);

(66) „Сборная Франции **уверенно разобралась** с командой Нигерии (2:0) в матче 1/8 финала чемпионата мира — 2014“ (Газета ру 30.06.2014);

Die Analyse ergab auch eine Liste von Synonymen zum Wort „Sieg“ und mögliche Kombinationen von Synonymen mit anderen Wörtern. Das am meisten gebräuchliche Synonym zum Sieg ist *Erfolg*, das eigentlich ein selbständiges Konzept darstellt.⁴ Insofern kann man über Überschneidungen des Konzeptes

⁴Das Konzept „Erfolg“ wurde in der kontrastiven Studie – „Лингвокультурная специфика концепта „успех/ Erfolg“ (2009) von E.H. Хрынина behandelt.

„Sieg“ mit anderen Konzepten sprechen, die aufgrund der in sich involvierten Gefühle sinnverwandt sind. Dem Sieg ähnlich kann man Erfolg *bringen*, *feiern* und *über Erfolg jubeln*:

(67) „Zwei Joker **brachten** dem Team von Trainer Louis van Gaal **den Erfolg**“ (Spiegel 23.06.2014);

(68) „Zum Auftakt **hatten** die Schweden einen 4:2-**Erfolg** gegen die Tschechen **gefeiert**“ (Spiegel 14.02.2014);

(69) „Russland **jubelt über Dreifacherfolg** im Langlauf-Marathon“ (Spiegel 23.02.2014);

Erfolg wird auch mit dem Epitheton *grandios* versehen:

(70) „Wie jetzt auch in Brasilien hatte das DFB-Team mit einem **grandiosen 4:0 Erfolg**, damals gegen Australien, die Weichen für ein großartiges Turnier gestellt – wenn da nicht wieder einmal der Schönheitsfehler des zweiten Spiels gewesen wäre“ (Spiegel 20.06.2014);

Erfolg tritt auch als Teil der Komposita als Grundwort auf:

(71) „**Riesen-Erfolg** für die CDU im Bund – und auch in Hamburg kann die Partei von Bundeskanzlerin Angela Merkel (59) und Landeschef Marcus Weinberg (46) feiern“ (Bild 23.09.2013);

Das zweithäufigste Synonym in der Synonymreihe ist das Substantiv *Triumph*. In den Schlagzeilen ist das Wort *Triumph* zur Schilderung des Ergebnisses eines Wettbewerbes zu finden:

(72) „Deutschlands **Triumph** über Brasilien: Nur der Titel zählt“ (Spiegel 09.07.2014);

(73) „Erneuter **Triumph** für Schweden: Die Staffel der Männer hat beim Skilanglauf über 4 x 10 Kilometer Gold geholt“ (Spiegel 16.02.2014);

In Verbindung mit *Triumph* treten Verben wie *sich sichern*, *gelingen*, *feiern* auf:

(74) „Die 21 Jahre alte Bundespolizistin Vogt behauptete im zweiten Durchgang ihre Führung und **sicherte sich** mit Sprüngen auf 103 und 97,5 m **den Triumph**“ (Bild 11.02.2014);

(75) „In Baden-Württemberg **gelingt** den Grünen **ein historischer Triumph**“ (Spiegel 13.03.2016);

(76) „Merkel **feiert** ihren größten **Triumph**, die FDP fällt so tief wie nie – die Rollen der Gewinner und Verlierer bei der Bundestagswahl sind klar verteilt“ (Bild 23.09.2013);

Analog zu Sieg wird das Nomen *Triumph* mit dem Epitheton *historisch* verknüpft:

(77) „Das Team um Skip Brad Jacobs bezwang im Finale Großbritannien – es ist ein **historischer Triumph**“ (Spiegel 21.02. 2014);

Noch als ein Synonym zu „Sieg“ erweist sich das Substantiv *Abschneiden*, das unter der Bedingung, dass es in Verbindung mit einem seinen Charakter bestimmenden Adjektiv (z.B. stark) gebracht wird:

(78) „Zweite große Überraschung ist **das starke Abschneiden** der AfD“ (Bild 22.09.2013);

Sonst als Teil einer Wortgruppe mit dem Adjektiv mit der negativen Konnotation (z.B. schlecht, schwach) führt das zum Gegensatz und bedeutet „Niederlage“. Das Beispiel wird im nächsten Paragraphen beleuchtet.

Schaut man sich die russischen Synonyme zum Substantiv „победа“ an, ist eine niedrige Anzahl der Varianten zu sehen. Synonym werden vor allem *успех* (auch zusammen mit Epitheton *исторический*) und *триумф* verwendet:

(79) „На пресс-конференции наставник сборной Германии Йоахим Лев выглядел триумфатором, как и подобает в таких случаях. Он заявил, что **исторического успеха** его команда добилась благодаря успешной реализации голевых моментов, а также отметил бомбардирский рекорд, установленный Мирославом Клозе“ (Газета ру 09.07.2014);

(80) „**Триумф** немецкой машины“ (Газета ру 14.07.2014);

3.1.4. Nahe Peripherie

Auffallend ist, dass je weiter vom Konzeptkern, desto facettenreicher die Beispiele sind. Den vorletzten Kreis bilden verschiedene stilistische Mittel der Bildkraft zur Darstellung der zu untersuchenden Konzepte. Sie können auch Bilder hervorrufen, die dem Vertreter einer bestimmten Kultur verständlich sind.

Dazu gehören auch die Bezeichnungen der Sieger bzw. Siegerinnen. Wie es in den Beispielen (81) und (82) dargestellt wird, die aus den Schlagzeilen stammen:

(81) „**GOLD-MARIA**. „Es ist wie im Märchen“ (Bild 10.02.2014);

(82) „**GOLD-CARINA**. Mit Erkältung zum Triumph“ (Bild 11.02.2014);

Die Form des zusammengesetzten Nomens lässt sich als eine Kombination aus zwei Mitteln der Bildkraft deuten. Einerseits kommt hier Antonomasie

zustande, indem Siegerinnennamen durch aufgrund der logischen Beziehungen (Goldmarie – fleißiges und zielstrebendes Mädchen, das letztendlich Erfolg verdient hat und Maria Höfl-Riesch und Carina-Vogt, die durch harte Arbeit Spitzenleistungen erbracht und Sieg errungen haben) entstandene Substantive ersetzt worden sind, wobei sein Bestimmungswort selbst eine Anspielung an die Protagonistin des Märchens „Frau Holle“ ist und das Grundwort – der Vorname der Sportlerin. Andererseits kann diese stilistische Figur als eine modifizierte Variante der Allusion unter Bezugnahme auf das allen Deutschen bekannte Märchen gedeutet werden.

Die Sieger können auch umschreibend als *Maß der Dinge* bezeichnet werden wie es im Beispiel (83) der Fall ist:

(83) „Doppel-Gold zum Abschluss: Die niederländischen Eisschnellläufer waren auch am vorletzten Wettkampftag bei den Olympischen Winterspielen in Sotschi **das Maß der Dinge**. Sowohl die Männer als auch die Frauen triumphierten im Team“ (Spiegel 22.02.2014);

Mit der folgenden Bezeichnung werden die niederländischen Sportler als Vorbild dargestellt, an dem sich alle anderen orientieren sollten.

Häufig und mehr erwartet sind Beispiele (84) und (85), in denen Gewinner mit dem König verglichen wird und die sowohl in den Artikeln über Sport als auch Politik vorkommen:

(84) „**Der neue König von Olympia** heißt Matthias Mayer (23)! Der Österreicher gewinnt sensationell die Abfahrt der Herren in Sotschi“ (Bild 09.02.2014);

(85) „**Der Stimmenkönig** unter den direkt gewählten Abgeordneten kommt aus Niedersachsen: Mit 66,3 Prozent erringt den Titel Franz-Josef Holzenkamp (CDU) im Wahlkreis Cloppenburg-Vechta“ (Bild 23.09.2013);

Ebenso wie im Deutschen kann der Sieger als *король* bezeichnet werden. Die Bezeichnung kann auch durch das Genetivattribut präzisiert werden, wobei der Bereich genannt wird, bei dem man sich besonders gut abgeschnitten hat:

(86) „**Королем** в миру зовут 40-летнего норвежца Улле Ойнара Бьорндалена. **Король** даже приобнял Антона, прервав свое чемпионское интервью“ (Комсомольская правда 10.02.2014);

(87) „Не менее уникальна и „бронза“ **короля фристайла** Александра Смышляева“ (Комсомольская правда 12.02.2014);

In den Medientexten können Siegerinnen auch als *красавицы* charakterisiert werden. Es wird in diesem Fall nicht auf die Schönheit der Personen hingewiesen, sondern auf ihre Leistungen. Der Ausdruck nimmt wohl Bezug auf die im Russischen bestehende Wendung *умница и красавица*.

(88) „До этого наши **красавицы** обыграли в стартовом матче датчанок со счетом 7:4“ (Комсомольская правда 11.02.2014);

In diesem Kreis landen auch metaphorische Umschreibungen des Sieges, die sich auf Ruhm, den der Sieger genießt, beziehen. Die Beispiele (89) und (90) lösen auch Bilder des Erfolgs als Aufstieg aus:

(89) „Holt er in Sotschi am Sonntag bei seinen vierten Olympischen Spielen Gold, **steigt** er endgültig **auf ins Pantheon der größten Wintersportler der Geschichte**“ (Spiegel 09.02.2014);

(90) „Ich stand da und konnte mir nicht vorstellen **als erste auf das Podium zu springen**. Ich stand unter Shock“ (Bild 09.02.2014);

Ähnliche Bilder des Aufstieges sind auch in den russischen Zeitungsartikeln zu finden. Darunter *подняться/взойти/попасть на пьедестал [почета]*.

(91) „Российские пары Татьяна Волосожар и Максим Траньков, а также Ксения Столбова и Федор Климов **взошли на пьедестал почета**“ (Комсомольская правда 10.02.2014);

Sieg einer Person bzw. eines Teams bedeutet immer Niederlage für den Gegner. Somit wird der Erfolg des Siegers metaphorisch beschrieben: *jmds. Träume [auf den Sieg] beenden, jmdn. vom Platz fegen*:

(92) „In der 40. Minute **beendet** ein perfekter Konter endgültig die Schweizer **Träume auf einen Sieg**“ (Spiegel 20.06.2014);

(93) „Mit 7:1 **hat** die deutsche Elf den WM-Gastgeber und fünfmaligen Weltmeister **vom Platz gefegt**“ (Bild 11.07.2014);

In den Sportartikeln findet oft metonymische Übertragung aufgrund der Beziehung „Sieg – Preis“ statt. Der Preis wird als *Gold, Silber, Bronze, Gold-, Silber-, Bronzemedaille* oder *Edelmetall* dargestellt, die in Verbindung mit den Verben *gewinnen, [sich] holen, sich sichern* kommen:

(94) „Die Polin Justina Kowalczyk hat bei den Olympischen Winterspielen in Sotschi **Gold** über zehn Kilometer im klassischen Stil **gewonnen**“ (Spiegel 13.02.2014);

(95) „Österreich und Lettland **holen sich Silber** (Linger/Linger) und **Bronze** (Sics/Sics) (Bild 12.02.2014);

(96) „Der Schweizer Skirennfahrer Sandro Viletta hat **sich die Goldmedaille gesichert**“ (Spiegel 14.02.2014);

Darüber hinaus sind auch umgangssprachliche verbale Ausdrücke *sich schnappen, ergattern* zu verzeichnen, die die Ergebnisse des Wettbewerbes emotional wirksamer darstellen:

(97) „Das Königspaar sah auch, wie **sich** Ireen Wüst über 3000 Meter das dritte **Gold** und die siebte Eisschnelllauf-**Medaille** insgesamt **schnappte**“ (Bild 11.02.2014);

(98) „Deutsche Damen **ergattern** an Tag vier **Edelmetall**“ (Bild 11.02.2014)

Die oben erwähnten Nomen treten auch mit dem Verb *stürmen* auf, das den emotionalen Effekt steigert und somit den ganzen Satz aussagekräftiger macht:

(99) „Unsere Frauen-Langlauf-Staffel **stürmte** sensationell **zu Bronze!**“ (Bild 16.02.2014);

In den russischen Zeitungsartikeln treten analoge Beispiele auf: *выиграть/принести/завоевать/взять* *золото/серебро/бронзу, золотую/серебряную/бронзовую медаль, золото/серебро/бронза досталось/досталась, добраться до наград высшей пробы.*

In (100) wird Sieg als langer Weg bzw. lange Reise dargestellt, auf die man sich begibt und am Ende das Ziel erreicht:

(100) „Первое золото пришло к России на второй день Олимпиады. Причем случилось это концептуально: сперва в воскресенье бронзу взяла конькобежка Ольга Граф, затем серебро в биатлонном спринте завоевала Ольга Вилухина, и, наконец, уже совсем под вечер **до наград высшей пробы добралась** сборная России в командном первенстве по фигурному катанию“ (Комсомольская правда 09.02.2014);

Im nächsten Beispiel wird das Verb *настрелять* in einer ungewöhnlichen Weise für ihn mit dem Substantiv *медали* verwendet. Das Verb kommt dabei nicht in seiner konventionellen Bedeutung vor. Nach den Wörterbüchern wird das Verb hauptsächlich zur Beschreibung des Vorgangs in Jagd gebraucht, der als Resultat geschossene Tiere oder Vögel hat. Zweitens besteht das Verb in der übertragenen Bedeutung „erflehend etwas bekommen“ (z.B. *настрелять сигарет*). Im Beispiel unten bezieht sich das Verb auf die Sportart – Biathlon:

(101) „Девушка с винтовкой **настреляла** для страны уже **три золотые медали!**“ (Комсомольская правда 19.02.2014);

Außerdem wird der Hauptwert des Goldes auf das Adjektiv übertragen. Somit erhält die ganze Wortgruppe *das goldene Tor machen* die Bedeutung „Sieg“. Unter dem *goldenen Tor* wird das entscheidende Tor gemeint, das zum Sieg geführt hat. Dies wird anhand des folgenden Beispiels veranschaulicht:

(102) „Überragend: Mats Hummels. Unser Super-Verteidiger **köpft** Deutschland **ins Glück, macht das goldene Tor**“ (Bild 04.07.2014);

Ebenso wie Gold, Silber oder Bronze kann eine Platzverteilung (von eins bis drei) als übertragene Beschreibung des „Sieges“ gedeutet werden. Die Platzbenennungen treten in folgenden Kombinationen auf: *auf Platz/Rang eins/zwei/drei fahren oder landen; auf dem ersten/zweiten/dritten Platz liegen; erster, zweiter, dritter werden*. Dazu Beispiele (103), (104):

(103) „**Auf den zweiten Platz fuhr** die Österreicherin Nicole Hosp (2:35,07 Minuten), Julia Mancuso, Führende nach der Abfahrt, gewann Bronze (2:35,15)“ (Spiegel 10.02. 2014)

(104) „**Auf Platz zwei landet** Daniela Irischka-Stolz (246,2 Punkte/Österreich). **Dritte wird** Coline Mattel (245,2 Punkte/Frankreich)“ (Bild 11.02.2014);

Im russischen gibt es auch ähnliche Beispiele: *прийти/финишировать/стать первым/вторым/третьим, занять первое/второе/третье место, расположиться на первой/второй/третьей позиции*.

Es sei hier aber anzumerken, dass die oben erwähnten Beispiele nur im Bereich Sport auf „Sieg“ Bezug haben. Während im Sport die drei ersten Plätze – natürlich mit verschiedener Intensität und verschiedenen vom Ergebnis abhängigen Emotionen verbunden – dem Sieg gleichzusetzen sind, zählt z.B. in der Politik nur der erste Rang. Davon zeugen folgende Beispiele, in denen der zweite und dritte Rang faktische Niederlage ist:

(105) „**Со вторым результатом президентскую гонку завершил** лидер коммунистов Геннадий Зюганов“ (Газета ру 05.03.2012);

(106) „**Третьим финишировал** единственный самовыдвиженец Михаил Прохоров“ (7,98%) (Газета ру 05.03.2012);

Der gleiche Sinn wie in den angeführten Beispielen kann mit dem deutschen Phraseologismus *zweiter Sieger bleiben* wiedergegeben werden.

3.1.5. Ferne Peripherie

In den letzten Kreis (am Rande) können Ausdrücke eingeschlossen werden, die nur partiell zur semantischen Gruppe des „Sieges“ gehören.

So wird im Sport oder im Musikwettbewerb – insbesondere im Wettbewerb mit mehreren Etappen, in dem ein/eine Teilnehmer/Teilnehmerin oder ein Team aus ist und durch diese Aussonderung der/die/das Stärkste gewählt wird – das Erzielen einer neuen Etappe dem zeitweiligen Sieg gleichgestellt. Das Erreichen einer Etappe (Achtel-, Viertel-, Halbfinale) kommen in folgenden Wortkomplexen zum Ausdruck: *das Achtel-, Viertel-, Halbfinale erreichen; ins Achtel-, Viertel-, Halbfinale einziehen; im Achtel-, Viertel-, Halbfinale stehen; nächste Runde erreichen, Einzug ins Achtel-, Viertel-, Halbfinale schaffen; sich den Einzug ins ... sichern*. Hierzu Beispiele:

(107) „Schanice (14) **zog ins Finale** der Sat. 1-Castingshow „The Voice Kids“ **ein**“ (Bild 21.03.2016);

(108) „Dank dreier Treffer innerhalb von zehn Minuten kam Mexiko zu einem 3:1 (0:0) -Erfolg und **sicherte sich** zum sechsten Mal nacheinander **den Einzug ins Achtelfinale**“ (Spiegel 24.06.2014);

Besonders interessant für die Analyse scheinen aber Beispiele (109) und (110) mit den Verben *tanzen* und *sich retten* aus den Schlagzeilen, mit deren Hilfe der ganzen Aussage mehr Expressivität zukommt, was auch die Aufmerksamkeit des Lesers erweckt:

(109) „Traumtore von James – Kolumbien **tanzt ins Viertelfinale**“ (Spiegel 29.06.2014);

(110) „Erlösungstreffer in der Verlängerung: Argentinien **rettet sich ins Viertelfinale**“ (Spiegel 01.07.2014);

Es sei anzumerken, dass besonders ausdrucksvolle Beispiele öfters schon in der Schlagzeile oder im Lead vorkommen. Das ist einerseits mit dem Anliegen verbunden, die wichtigsten Informationen am Anfang darzustellen und durch eine

ungewöhnliche Formulierung andererseits die Aufmerksamkeit des Publikums auf den Artikel zu lenken.

Sowie die deutschen Beispiele zeigen auch die russischen, dass der Einzug in die neue Etappe auch als „победа“ betrachtet werden kann. Diesen Übergang bezeichnen folgende Wendungen: *выйти/попасть/пробиться в 1 / 8 финала/четвертьфинал/полуфинал*:

(111) „Вслед за Ярославой Дегтяревой и Даниилом Плужниковым из команды Димы Бирана **в финал** детского „Голоса“ **прошли** Азер Насибов и Таисия Подгорная“ (Комсомольская правда 09.04.2016);

Wenn es im Sport oder im Musikwettbewerb das Erreichen einer neuen Etappe z. T. dem Sieg gleich ist, so bedeutet in der Politik etwa der Einzug in den Bundestag (Landtag) den Erfolg, der mittels folgender Ausdrücke zum Vorschein kommt: *den Einzug in den Bundestag schaffen, in den Bundestag/Landtag einziehen/kommen, ins Parlament schaffen, пройти в Госдуму*:

(112) „Gewinner: die FDP **zieht** mit 6,1 Prozent wieder **in den Landtag ein** und kann bei der Koalitionsbildung das Züglein an der Waage sein“ (Bild 13.03.2016);

(113) „Die FDP legt etwas zu und **schafft es ins Parlament**“ (Bild 13.03.2016);

(114) „Единая Россия набирает 48,5 %, **в Госдуму проходят** также КПРФ, ЛДПР и СР“ (Комсомольская правда 04.12.2011);

§2. Konzepte „Niederlage“, „поражение“

In den gleichen Medientexten kommen parallel zu den lexikalischen Mitteln, die Konzepte „Sieg“, „победа“ verbalisieren, auch sprachliche Repräsentanten der antonymen Konzepte „Niederlage“, „поражение“ vor. Solche Konzepte, die sich im gleichen Diskurs, einer gleich hohen Verwendungshäufigkeit erfreuen, stehen zueinander nach A. Prichod'ko in koordinierenden Verhältnissen [Приходько 2009: 133]. Die Analyse der Konzepte „Niederlage“/„поражение“ erfolgt auf der gleichen Weise wie im ersten Paragraphen.

3.2.1. Eigentlicher Kernbereich

Ebenso wie die Analyse der Konzepte „Sieg“/„победа“ werden am Anfang Wörter mit dem gleichen Stamm wie „Niederlage“ und „поражение“ behandelt. Da das Verb „niederlegen“ im heutigen Deutschen eine andere Bedeutung als im mhd. hat, wird mit der Untersuchung des Substantivs „Niederlage“ und der möglichen Kombinationen mit ihm begonnen.

Die gefundenen Beispiele zeigen, dass das Nomen „Niederlage“ mit den bewertenden Epitheta wie *die schlimmste, historische, schreckliche, peinliche, fürchterliche, katastrophale, krachende, beispiellose, schwere* Niederlage kombiniert wird.

Am häufigsten kommt zusammen mit dem Nomen das Epitheton *schlimm* in der Superlativform zum Ausdruck. Dabei wird die Wortgruppe oft durch ein substantivisches Genetivattribut *aller Zeiten* oder ein präpositionales Attribut *in [ihrer/seiner] Geschichte* erweitert, was dem ganzen Ausdruck mehr Emotionalität verleiht:

(115) „Das ist **die schlimmste Niederlage aller Zeiten**. Das Ergebnis fällt auf mich zurück, ich bin der Verantwortliche“ (Bild 09.07.2014);

(116) „Die Abwesenheit von Thiago Silva und Neymar, die vernünftige Gründe gewesen wären, eine Niederlage zu rechtfertigen, reicht nicht, um das zu erklären, was man sah: **die schlimmste Niederlage** der Fünffachweltmeister **in ihrer glorreichen Geschichte**“ (Spiegel 09.07.2014);

Nicht selten wird „Niederlage“ sogar mit einer Aneinanderreihung von Epitheta beschrieben, indem sie den Grad der Expressivität steigert:

(117) „Es war **eine fürchterliche, eine katastrophale Niederlage, die schlimmste Niederlage aller Zeiten**“ (Bild 09.07.2014);

Das Substantiv „поражение“ findet Anwendung mit bewertenden Epitheta *жестокое, крупное, разгромное*. Auffallend ist, dass genauso oft wie mit dem deutschen Substantiv „Niederlage“ zusammen mit „поражение“ eines der angeführten Adjektive (auch prädikativ gebraucht) in der Superlativform verwendet wird. Genauso wie im Deutschen intensiviert das Präpositionalattribut *в истории, за всю историю* die Charakteristik der Niederlage.

(118) „Это **поражение** стало самым **крупным** в истории „пентакампеонов“ (хуже было только в 1920 году с Уругваем - 0:6, но тогда бразильцы были никем, и звали их никак)“ (Комсомольская правда 09.07.2014);

(119) „Это был лучший матч Германии. Бразилия потерпела **самое жестокое поражение за свою историю**, но жизнь продолжается“ (Газета ру 09.07.2014);

Das Adjektiv *разгромный*, das zur Bewertung des Substantivs „поражение“ dient, ist wohl eine wiederholte Charakteristik des im „поражение“ schon gegebenen Sems „Unterlegensein“, weil das vom gleichen Stamm wie eines der Synonyme zum „поражение“ – *разгром* – gebildet worden ist. Das Wort „поражение“ allein ist als neutral anzusehen, das nur das negative Ergebnis des Wettbewerbs wiedergibt. Mit der Verknüpfung mit dem emotionalen Epitheton *разгромный* wird eine hohe Auswirkung auf den Leser erzielt, da sich *разгромить* in erster Linie auf eine vernichtende Niederlage bezieht, die man dem Gegner zufügt:

(120) „Теперь же, после **разгромного поражения** в первой игре, у болельщиков появились сомнения в том, смогут ли действующие чемпионы мира и Европы повторить этот результат“ (Комсомольская правда 18.06.2014);

Als Hauptrepräsentant des Konzeptes „Niederlage“ unter den Verben gilt das Verb *verlieren*:

(121) „Algerien hatte als einer der absoluten Außenseiter der Fußball-Weltmeisterschaft in Brasilien gegolten und erwartungsgemäß sein Auftaktmatch gegen Belgien **verloren**“ (Spiegel 21.06.2014);

Man findet auch das Verb *verlieren* in Verbindung mit Adverbien *dramatisch*, *extrem*, *massiv* eingesetzt, die die Intensität der Handlung darstellen und somit den Vorgang präziser charakterisieren:

(122) „Auch die SPD **verliert dramatisch**, büßt mehr als 10 Prozentpunkte ein und kommt nur noch auf 12,7 Prozent“ (Bild 13.03.2016);

Unter den russischen Verben nimmt diese Rolle das Verb *проиграть* ein. Wie aus den Beispielen ersichtlich wird, bedient sich das Verb oft eines Akkusativobjekts, das besagt, was man verloren hat (z.B. das Spiel):

(123) „Африканская сборная **проиграла** все игры на этом турнире“ (Комсомольская правда 23.06.2014);

3.2.2. Uneigentlicher Kernbereich

In diesem Abschnitt wird die Analyse auf die Beispiele ausgerichtet, in denen ein mit der „Niederlage“/„поражение“ in Verbindung gebrachter Teil metaphorisch gebraucht wird.

So wird beispielsweise das Substantiv „Niederlage“ zusammen mit dem Verb *einräumen* verwendet.

(124) „Grüne **räumen bittere Niederlage** bei der Bundestagswahl **ein**“ (Bild 23.09.2013);

Auffallend ist, dass der „Sieg“ zusammen mit dem Verb *abräumen* auftritt, während die „Niederlage“ mit *einräumen*.

Das Beispiel illustriert auch der metaphorische Gebrauch des Adjektivs *bitter*, das hier mit „Niederlage“ kombiniert ist. Das Adjektiv *bitter*, das in der Regel zur Beschreibung des Geschmacks zur Anwendung kommt, misst dem Ausdruck die Bedeutung „kränkende, als schmerzlich empfundene Niederlage“ bei. Diese Metapher scheint aber eher eine tote Metapher zu sein, weil in den Wörterbüchern Wortgruppen wie *bittere Enttäuschung*, *Erfahrung* oder *bitteres Ende* kodifiziert sind, denen dank dem Adjektiv *bitter* die gleiche Bedeutung zukommt.

Genauso wie in den Beispielen aus dem ersten Paragraphen, wo Abstrakta siegen oder besiegt werden können, können sie auch verlieren:

(125) „Если в течение месяца в соревнованиях **проигрывает**, скажем, **среда, четверг** или другой день недели – снизьте нагрузку, перенесите посещение кружков на другие дни или вообще избавьтесь от непосильной ноши“ (Наша психология 2016, Heft 3, S. 81);

3.2.3. Synonymreihen

Einen Großteil der zusammengetragenen Beispiele bilden Synonyme zu den Wörtern „Niederlage“, „поражение“. Dies ist durch das Anliegen der Adressaten

zu erklären, Sachverhalte möglichst variabel, präzise und emotional zu schildern [Ольшанский, Гусева 2005: 60 ff.].

Zu den meist verwendeten Synonymen kann man *Debakel* und *Pleite* rechnen. Die Substantive *Debakel* und *Pleite* kommen wie auch die „Niederlage“ mit dem Verb *erleben*, Adjektiv *historisch* zur Anwendung. Dafür Beispiele:

(126) „Deutsche Biathletinnen **erleben Debakel** bei Domratschewa-Sieg“ (Spiegel 11.02.2014);

(127) „Trotz **historischen Wahldebakels** für seine Partei will der CDU-Spitzenkandidat Guido Wolf weiter Fraktionschef im Landtag bleiben“ (Bild 13.03.2016);

(128) „Deutsche Bob-Fahrer **erleben historische Pleite**“ (Spiegel 17.02.2014);

Zu vermerken ist, dass das Wort *Pleite* für die Wirtschaft üblich ist. Hier kann man daher die Übernahme des Wortes in einen anderen Fachbereich feststellen.

Neben dem Epitheton *historisch*, das mit dem Nomen *Pleite* vorkommt, stehen auch andere Möglichkeiten der Wertung in den Medientexten zur Verfügung:

(129) „Nach der **peinlichen Pleite** gegen Costa Rica findet die italienische Presse harte Worte“ (Spiegel 21.06.2014);

(130) „Der Wahlabend hat die SPD wegen der **üblen Pleiten** in Sachsen-Anhalt und Baden-Württemberg ebenfalls heftig durchgeschüttelt“ (Spiegel 13.03.2014);

Überdies sind die oben erwähnten Synonyme mit anderen Gefühlen wie *Demütigung*, *Schande*, *Schmach*, *Blamage* eng verbunden, die der Verlierer empfindet. In den untersuchten Medientexten sind sie als kontextuelle Synonyme zu betrachten.

(131) „Sie sprechen von „**Demütigung**“ und „**ewiger Schmach**“: die internationalen Zeitungen leiden mit dem WM-Gastgeber Brasilien und feiern das deutsche Team überschwänglich“ (Spiegel 09.07.2014);

(132) „**Die größte Schande in der Geschichte**. Es wird schwer sein, an jenes 2:1 gegen Uruguay (Niederlage Brasiliens 1950 bei der ersten Heim-WM) zu erinnern, angesichts dessen, was Deutschland in diesem Halbfinale gemacht hat“ (Spiegel 09.07.2014);

(133) „Pressestimmen zu Italien und Frankreich: „Was für eine **Blamage!**“ (Spiegel 21.06.2014);

Außerdem können Substantivierungen wie *das Scheitern*, *Aus*, *Ausscheiden* synonym zur „Niederlage“ gebraucht werden. Während in (134) geschildertes Beispiel sich näher zur Synonymgruppe befindet, kann man *das Aus*, *das Ausscheiden* in bestimmten Kontext zum Misserfolg im Wettbewerb und daher zur Niederlage zählen:

(134) „Spaniens frühes **Scheitern** ist eine der größten Überraschungen der WM“ (Spiegel 23.06.2014);

(135) „Nach dem **Aus** im Achtelfinale gegen Costa Rica (3:5 n.E.) verzichteten die Griechen auf ihre WM-Prämie“ (Bild 02.07.2014);

(136) „Sie kennen die spanische Mannschaft gut, wie haben Sie ihr frühes **Ausscheiden** erlebt?“ (Spiegel 23.06.2014);

Das im ersten Paragraphen erwähnte Beispiel mit dem Substantiv *Abschneiden* kann in Verbindung mit dem Epitheton *schlecht (schwach)* als Niederlage interpretiert werden:

(137) „Angesichts **des schlechten Abschneidens** der CDU sieht er sich in seinem Merkel-kritischen Kurs bestätigt“ (Bild 13.03.2016);

Die russische Synonymreihe zum Substantiv „поражение“ ist relativ gering. Die Synonymgruppe setzt sich aus den Substantiven *разгром*, *проигрыш*, *провал*, *вылет*, *крушение*, die man nach dem semantischen Prinzip in drei Gruppen einordnen kann.

Die erste davon bildet das Wort *проигрыш*, das unter den oben genannten am nächsten stehende zum „поражение“ sein mag. Das Substantiv *проигрыш* ist zur wertfreien Schilderung des Wettbewerbs genauso gut wie „поражение“ passend:

(138) „**Проигрыш** со счетом 0:1 не позволил Хорватии пройти групповой этап“ (Комсомольская правда 23.06.2014);

Zu der zahlreichsten Gruppe gehören *разгром*, *провал*, *крушение*, die als besonders emotional bezeichnet werden können. Sogar jener Charakteristik entzogen wirken sie expressiver im Text als *поражение* oder *проигрыш*. Während die Substantive *разгром* und *провал* in den Wörterbüchern in der Bedeutung „Niederlage“ kodifiziert sind, ist die Bedeutung des Nomens *крушение* aus dem

Kontext zu erschließen. Das Nomen *крушение* bezieht sich ursprünglich auf Fachbereich „Schiffswesen“. Dazu Beispiele:

(139) „**Разгром** Германией Бразилии по масштабу можно сравнить с крахом Советского Союза“ (Комсомольская правда 09.07.2014);

(140) „Зрители о **провале** сборной России на ЧМ: Алжир побеждает с помощью лазерных технологий“ (Комсомольская правда 27.06.2014);

(141) „**Крушение** сборной Бразилии на чемпионате мира – совершенно логичное развитие сюжета всего турнира“ (Комсомольская правда 09.07.2014);

Man kann auch eine relativ hohe Anzahl der sinnverwandten Wörter zum Verb *verlieren* feststellen. Darunter nimmt das Verb *scheitern* eine höhere Position ein:

(142) „Kanzlerkandidat Peer Steinbrück **scheiterte** in seinem Wahlkreis Mettmann I“ (Bild 23.09.2013);

In (143) verhilft das Adverb *gigantisch* die Situation zu intensivieren:

(143) „Er habe bereits erklärt, dass man mit dieser Politik „**gigantisch scheitern**“ werde“ (Spiegel 13.03.2016);

Die nächste Synonymgruppe machen das Verb *ausscheiden* und der Ausdruck *raus sein* aus, die sich auf die Niederlage in einem mehrtägigen Wettbewerb beziehen:

(144) „0:1 gegen Nigeria: Bosnien enttäuscht und **scheidet aus**“ (Spiegel 22.06.2014);

(145) „Italien **ist raus**: Uruguay dank eines 1:0-Sieges gegen die Europäer das Achtelfinale der Weltmeisterschaft in Brasilien erreicht“ (Spiegel 24.06.2014);

Gefolgt wird die Synonymreihe von Verben *unterliegen*, *verspielen*:

(146) „0:1 **unterlag** die Schweiz, ein spätes Tor von Angel di María in der Verlängerung (118. Minute) besiegelte die Pleite des Außenseiters“ (Spiegel 01.07.2014);

(147) „So haben sie **verspielt!**“ (Bild 25.09.2013);

Als Synonym zum russischen Verb *проиграть* tritt oft das Verb *уступить* auf:

(148) „Австралия **крупно уступила** Испании в своем последнем матче на ЧМ-2014 по футболу“ (Газета ру 23.06.2014);

An zweiter Stelle befindet sich das Verb *провалиться*:

(149) „И тогда российская команда тоже **провалилась**, не пройдя в четвертьфинал после поражения от Греции 0:1“ (Комсомольская правда 27.06.2014);

Synonym zu *проиграть* funktioniert auch das Verb *продуть*, das in den Wörterbüchern mit dem Vermerk ugs. steht. Die Wörterbücherangaben teilen auch mit, dass sich das Verb in der Bedeutung „Misserfolg“ auf Verlust im Kartenspiel bezieht. In (150) nimmt das Verb *продуть* Bezug auf den Misserfolg der russischen Eishockey-Mannschaft und liefert eine negative Bewertung des Spielresultats:

(150) „Наша сборная **продула** финнам и **выбыла** из олимпийского турнира. И еще убила мечту...“ (Комсомольская правда 19.02.2014);

Im gleichen Beispiel kommt noch ein Synonym zum Verb *проиграть* zum Vorschein. Zusammen mit *вылететь* bildet das Verb *выбыть* eine Gruppe der kontextuellen Synonyme, die das Ende der Teilnahme an einem Wettbewerb bezeichnen und in diesen Umständen auch als „Niederlage“ betrachtet werden können. Noch ein Beispiel dafür:

(151) „Марсель Сабиров (11 лет, Уфа) и вовсе **вылетел** после поединков“ (Комсомольская правда 29.04.2016);

3.2.4. Nahe Peripherie

Betrachtet man die sprachlichen Mittel der Darstellung der Konzepte „Niederlage“, „поражение“, so springt sofort ins Auge, dass diese Wörter in den Presstexten oft ausgelassen werden und an ihrer Stelle verschiedene bildliche Mittel der Ausdrucksweise auftreten. Eines davon ist die Metapher. Das kann aber auf viele Faktoren stützend ausgelegt werden. Der Theorie von G. Lakoff und M. Johnson zufolge ist Metapher zunächst ein kognitives Phänomen, das nicht bloß stilistischen Zwecken dient, sondern ein unumgänglicher Bestandteil unseres Denkens ist [Лаккофф, Джонсон 2004: 27]. Neben der Informationsfunktion üben die Massenmedien Einfluss auf die Schilderung der Wirklichkeit. Dabei spielen Metaphern eine wesentliche Rolle, weil mit ihrer Hilfe Ereignisse am besten veranschaulicht werden können [Skirl, Schwarz-Friesel 2007: 72].

Wenn es sich um den „Sieg“ handelt, so treten metaphorische Ausdrücke wie „in den WM-Himmel köpfen“, „auf ins Pantheon steigen“ oder „auf das Podium

springen“ (wie oben angedeutet) auf, die sich auf die Bewegung nach oben beziehen. Geht es um eine „Niederlage“, fallen gegensätzliche Bilder auf. Wie Beispiele (152) – (156) zeigen, ist „Niederlage“ mit der gegensätzlichen Bewegung (nach unten) verbunden:

(152) „Die SPD **rauscht** im Südwesten und in Sachsen-Anhalt **in den Keller**“ (Bild 13.03.2016);

(153) „Die FDP **stürzt** regelrecht **ab**, hat nach ARD-Information mit 4,7 Prozent der Stimmen den Einzug in den Bundestag wohl verpasst“ (Bild 22.09.2013);

(154) „Wahl-Desaster: Piraten **saufen ab**“ (Bild 22.09.2013);

(155) „Ecuador hatte gegen die Schweiz durch einen Treffer in letzter Sekunde verloren, Honduras war gegen Frankreich **untergegangen**, außerdem sah Wilson Palacios der wichtigste Spieler Gelb-Rot“ (Spiegel 21.06.2014);

(156) „CDU **bricht** laut erster Hochrechnung **ein**“ (Bild 13.03.2016);

Die Beispiele (153)-(155) charakterisieren den Vorgang als eine Katastrophe (*abstürzen* – Flugzeugkatastrophe, *absaufen*, *untergehen* – Wasserkatastrophe), infolgedessen alles zugrunde gegangen ist. Durch das in (154) zusammen mit dem Parteinamen *Piraten* gebrauchte Verb *absaufen* wird noch komischer Effekt (Doppelsinn/Wortwitz) erreicht, weil die Partei nicht bloß scheitert, sondern „wie die besiegten Piraten in einem Seegefecht unter Wasserfläche verschwinden“ dargestellt wird. Während in den Beispielen (153)-(155) enthaltene Verbmeteraphern in der Bedeutung „Misserfolg“ in den Wörterbüchern nicht markiert sind, gilt das Verb *einbrechen* als eine saloppe Wendung für „Scheitern“, „schwere Niederlage“ und ist in dieser Bedeutung kodifiziert.

Die Metaphern, die mit der räumlichen Orientierung (oben – unten, hoch – tief, nah – fern) zu tun haben, werden nach G. Lakoff und M. Johnson Orientierungsmetaphern genannt [Лаккофф, Джонсон 2004: 35].

Auf einer ähnlichen bildlichen Grundlage der Bewegung nach unten fußt der metaphorische Ausdruck *скатиться вниз турнирной таблицы*:

(157) „Потом у сборной Германии возникли проблемы с оружием и очень быстро немки **скатились вниз турнирной таблицы**“ (Комсомольская правда 21.02.2014);

Außer den Orientierungsmetaphern, die Bilder des Absturzes, Untergangs liefern, sind in den Medientexten auch metaphorische Ausdrücke vorhanden, in

denen „Niederlage“ mit etwas Gebrochenem, Vernichtetem, Zerbrochenem assoziiert wird:

(158) „Die FDP **steht** zunächst **vor einem Scherbenhaufen**“ (Spiegel 23.09.2013);

(159) „Die Grünen haben ihren Stolz verloren. Sie **stehen auf einem Trümmerfeld**“ (Bild 25.09.2013);

Noch eine weitere bildliche Basis, nämlich ein intensiver und heftiger Schlag, der der Verlierer einzunehmen hat, liegt der dritten Gruppe der Beispiele zugrunde:

(160) „Die CDU **kassiert** in ihrem einstigen Stammland **eine deutliche Klatsche**, kommt nur noch auf 27,0 Prozent (2011: 39,0 Prozent). Ein historisch schlechtes Ergebnis“ (Bild 13.03.2016);

(161) „Merkels CDU wurde von den Wählern in Baden-Württemberg abgestraft, verlor über 10 Prozent der Stimmen. Erstmals in der Geschichte des Landes ist die CDU nicht mehr stärkste Kraft. Nummer eins im Ländle sind jetzt die Grünen! Auch in Rheinland-Pfalz mussten die Christdemokraten **eine schwere Schlappe hinnehmen**“ (Bild 13.03.2016);

Das meist mit dem „Sieg“ assoziierte Bild – Aufstieg aufs Siegerpodest erhält mit dem Verb *vorbeifahren* eine gegensätzliche Bedeutung:

(162) „Denn bei den ersten zwei Rennen **waren** seine Biathleten jeweils **am Podest vorbeigefahren**, auch wenn Simon Schempp in der Verfolgung nur ein finaler Fehlschuss den Griff zum Edelmetall verhinderte“ (Spiegel 13.02.2014);

Das unerreichte Ziel wird in den Beispielen *Medaille/Gold/Silber/Bronze, Achtel-/ Viertel-/ Halbfinale, Einzug in den Bundestag/ins Parlament, Sieg verpassen, verfehlen; Medaille futsch, sich mit dem Sieg verabschieden* hervorgehoben:

(163) „Die CDU **verpasst** zwei sicher geglaubte **Siege**, Kanzlerin Merkel drohen interne Debatten“ (Spiegel 13.03.2016);

(164) „WM-Gruppe F: Bosnien **verabschiedet sich mit Sieg** gegen Iran“ (Spiegel 25.06.2014);

In den Beispielen (165), (166) kommt noch metonymische Übertragung vom *Sieg* auf *Medaille, Achtel-/Viertel-/ Halbfinale, Einzug in den Bundestag/ins Parlament* hinzu:

(165) „Biathletin Sachenbacher-Stehle **verpasst Bronze** im Massenstart“ (Spiegel 17.02.2014);

(166) „Die Piraten haben **ihr großes Ziel verfehlt**, sie **verpassen den Einzug in den Bundestag**“ (Bild 22.09.2013);

Eine weitere Möglichkeit den verlorenen Erfolg darzustellen bietet das saloppe Adjektiv *futsch* an:

(167) „**Medaille futsch!** Freund gestürzt“ (Bild 09.02.2014);

Das nicht erreichte Ziel und der Misserfolg können außerdem mit den geplatzten Träumen verbunden werden, wie im Beispiel (168):

(168) „**Der Traum** von der zehnten Olympia-Medaille **ist geplatzt**“ (Bild 19.02.2014);

Obwohl diese Metapher (*am Podest vorbeifahren, sich mit dem Sieg verabschieden, Sieg verpassen*) keine angenehmen Ergebnisse wiedergeben, mögen sie wohl schonender auf den Leser wirken als Ausdrücke, in denen „Niederlage“ explizit genannt wird.

Besonders im Sportbereich, in dem man erwartet, dass die Leistungen mit Medaillen bekräftigt werden, sind keine Medaillen oder kein Platz auf dem Siegerpodest einer Niederlage gleichzustellen:

(169) „В очередной раз **упускаем медаль** сами“ (Комсомольская правда 10.02.2014);

(170) „А российские биатлонистки **оказались** далеко за **чертой призеров** индивидуальной гонки в Сочи“ (Комсомольская правда 10.02.2014);

Im Sport kann der vierte Platz (*den vierten Rang belegen, Vierte/Vierter sein, auf den vierten Platz laufen/fahren, auf dem vierten Platz landen, auf Rang vier schaffen*) eine bittere Niederlage betonen:

(171) „Biathletin Evi Sachenbacher-Stehle hat ein starkes Massenstart-Rennen hingelegt und ist **auf den vierten Platz gefahren**“ (Spiegel 17.02.2014);

Anhand des Epithetons *undankbar* wird der vierte Platz anschaulicher umgerissen:

(172) „Severin Freund (25) **landet** mit zwei guten Sprüngen **auf dem undankbaren 4. Platz**“ (Bild 15.02.2014);

Besonders bitter wird sowohl von den Sportlern selbst als auch von ihren Fans der vierte Platz empfunden, deswegen wird die Darstellung des unangenehmen Resultats in den Medien mit einem Nachtrag versehen, in dem es um die hohe Wahrscheinlichkeit des Sieges geht:

(173) „Увы, но российский лыжник Максим Вылегжанин, **остаётся на четвертой строчке: от бронзы** спортсмена **отделило** всего 0,1 секунды“ (Комсомольская правда 09.02.2014);

In manchen Fällen wird der vierte Platz nur angedeutet. Das reale Ergebnis wird verschleiert und somit wirkt die ganze Situationsschilderung mildernder:

(174) «Между тем, накануне россияне уже **были** буквально **в шаге от медали** - лыжника Максима Вылегжанина **от бронзы отделило** всего 0,1 секунды» (Комсомольская правда 09.02.2014);

Allgemein bekannt ist die Tatsache, dass die Medien zur Meinungsbildung beitragen. So erschienen in Bezug auf den vierten Platz des russischen Sportlers (faktische Niederlage) folgende Ausdrücke:

(175) „**Медали в полушаговой доступности**“ (Комсомольская правда 10.02.2014);

(176) „Ну вот, полночи не спал из-за Шипулина, смазавшего последний выстрел и **отдавшего „золото“ в протянутые руки** великого и ужасного **Бьорндалена**“ (Комсомольская правда 10.02.2014);

Besonders prägnant in diesem Zusammenhang ist das Beispiel (176), in dem eine Tatsache durch eine günstigere wiedergegeben wird. Obwohl der russische Sportler nur den vierten Platz belegt hat, wird über den unerreichten ersten Platz statt des dritten gesprochen.

Gerade in diesen Beispielen kann man wohl die Tendenz der russischen Kultur zur impliziten Darstellung der Sachverhalte nachvollziehen. Dies mag auch für die Zugehörigkeit der russischen Kultur zu den high-context-cultures sprechen.

Neben dem vierten Platz gilt selbstverständlich der letzte Rang als Niederlage. Beispiele dafür sind in beiden Sprachen erhältlich:

(177) „Die deutschen Curler haben auch ihr fünftes Spiel verloren und **bleiben** als einziges punktloses Team **Letzter der Tabelle**“ (Spiegel 14.02.2014);

(178) „Ванесса Мэй **заняла последнее место** на Олимпиаде в Сочи в горных лыжах“ (Комсомольская правда 18.02.2014);

(179) „А вот Ванесса Мэй **показала худший результат** среди всех участниц, но это не расстроило ни ее саму, ни ее поклонников“ (Комсомольская правда 18.02.2014);

Sowie die Bezeichnungen der Gewinner kommen auch in den massenmedialen Texten Bezeichnungen der Verlierer vor. In der Stilistik werden solche Mittel der Umschreibung bildliche Periphrasen genannt, die nach E. Riesel und E. Schendels in der Publizistik hohe Popularität genießen [Riesel, Schendels 1975: 233].

So wird traditionell Verlierer als *Pechvogel* bezeichnet:

(180) „Schließlich hatte der als Schlusspringer besonders unter Druck gestanden, weil er eben Severin Freund ist. **Der Pechvogel** der Großschanze, ach was, seit Jahren. **Der Mann der vierten Plätze**“ (Spiegel 17.02.2014);

In demselben Beispiel ist noch eine Periphrase *der Mann der vierten Plätze* zu finden. Diese Umschreibung fußt auf der Idee, dass derjenige, der in einem Sportwettbewerb Vierter wird, eine der schlimmsten Niederlagen erleidet.

Darüber hinaus treten im Vergleich zu den Sieger/Siegerinnen-Bezeichnungen, die auf die Märchenprotagonistin Goldmarie anspielen, auch ihre Antagonistin *Pechmarie* in der Rolle der Verliererin auf:

(181) „Aus Großbritanniens Gold-Else Olympias **Pech-Marie!**“ (Bild 16.02.2014);

3.2.5. Ferne Peripherie

Im letzten Kreis landen Ausdrücke, deren Zugehörigkeit zur semantischen Gruppe „Niederlage“, „поражение“ ziemlich schwach ist und nur aus dem Kontext erschließbar ist.

Dazu gehören Ausdrücke wie *aus dem Bundestag/Parlament/ der Regierung fliegen, raus aus dem Bundestag sein*, die für die Politiker bzw. Parteien als schwere Niederlage anzusehen sind:

(182) „Niemand hatte das auf der Rechnung: dass die Liberalen **aus dem Bundestag fliegen** würden“ (Spiegel 23.09.2013);

(183) „Der bisherige Koalitions-Partner **ist raus aus dem Bundestag**“ (Bild 22.09.2013);

Im russischen ist es z.B. *не пройти в Госдуму*:

(184) „**Не проходят в Госдуму**, согласно предварительным данным, „Яблоко“ (4,2%), „Правое дело“ (1,1%), „Патриоты России“ (0,9%)“ (Газета ру 04.12. 2011);

Es sind auch Beispiele festzuhalten, in denen metonymische Periphrasen stattfinden. Die Übertragung erfolgt von „Niederlage“ auf einen Tag bzw. Stunde, wobei das Nomen zusammen mit einem negativ konnotierten Epitheton bzw. das Grundwort mit dem Bestimmungswort mit einer negativen Wertung versehen ist. Einige Beispiele dafür:

(185) „Für Kanzlerin Angela Merkel ist es ein **schwarzer Sonntag**“ (Spiegel 13.03.2016);

(186) „FDP-Vize Christian Lindner tritt vor Kameras: „Es ist ohne Zweifel **die bitterste Stunde** für die Liberalen seit Jahrzehnten“ (Bild 23.09.2013);

(187) „Groko erlebt Wahl-Debakel in der Flüchtlingskrise. **Horror-Tag** für Merkel und Gabriel“ (Bild 13.03.2016);

In (185) zeigt sich, dass feste Wendung *schwarzer Donnerstag*, *schwarzer Freitag* in andere Bereiche übernommen wird. Der ursprüngliche Verwendungsbereich der Wendungen *der schwarze Donnerstag* und *der schwarze Freitag* ist Wirtschaft, da sie für konkrete historische Ereignisse stehen. Beide bezeichnen Börsenstürze von 1929 und 1927. Eine allgemeine Bezeichnung *der schwarze Tag* ist auch in den Wörterbüchern kodifiziert und bedeutet „ein Unglückstag“. Am Beispiel (185) wird illustriert, wie die Periphrase in einem anderen Bereich (Politik) – in Analogie dazu mit anderen Wochentagen gebildet – realisiert wird. Erfolgreich wird das gleiche Modell im Sport verwendet, wie im Beispiel aus der russischen Zeitung zu sehen ist:

(188) „**Черный вторник**“ бразильского футбола“ (Комсомольская правда 09.07.2014);

§3. Korpora-basierte Analyse

Abschließend, um mögliche Unstimmigkeiten zu vermeiden, ist Rückgriff auf die Korpora notwendig. Für die Analyse wurden die Daten der Zeitungskorpora von „dwds“ und „Национальный корпус русского языка“ herangezogen. Der Zeitraum, in dem Artikel erschienen, wurde auf die Periode 2000-2016 begrenzt.

In diesem Paragraphen sollen einige Annahmen geprüft werden, die sich in drei Fragen fassen lassen.

Die erste davon ist, ob Wörter „Sieg“, „победа“ im Vergleich zur „Niederlage“, „поражение“ wirklich häufiger in den Medientexten vorkommen.

Eine Suche nach den Lemmata „Sieg“, „победа“ und „Niederlage“, „поражение“, samt allen Deklinationsformen und Pluralformen, hat folgende Anzahl der Treffer ergeben, die in der Tabelle 1. zusammengefasst ist.

Tabelle 1.

	Sieg	Niederlage	победа	поражени е
Anzahl der Treffer in den ausgesuchten Medientexten	65	29	94	12
Anzahl der Treffer in den Korpora	76299	32827	54301	23068

Für die Anschaulichkeit wurden in die Tabelle neben der Zahl der Treffer aus den Korpora-Daten auch die Anzahl der Treffer in den Texten eingetragen. Wie aus der Tabelle ersichtlich wird, ergibt sich das Verhältnis von ca. 2:1 von „Sieg“ zu „Niederlage“. Dieses Verhältnis ist sowohl für die ausgesuchten Medientexte als auch Korpora relativ gleich. Wenn wir die Zahlen der russischen Wörter „победа“ und „поражение“ betrachten, so ist auffallend, dass sich dieses Verhältnis für die ausgesuchten Medientexte und Korpora unterscheidet. Während das Verhältnis von „победа“ zu „поражение“ für Korpora ungefähr 2:1 beträgt, liegt das Verhältnis für die Medientexte etwa bei 8:1.

Diese Berechnungen mögen davon zeugen, dass sowohl im Russischen als auch im Deutschen die Wörter „Niederlage“, „поражение“ oft vermieden werden. Sie können durch andere lexikalische und stilistische Mittel ersetzt werden (etwa Synonyme, Metaphern, Periphrasen).

Die nächste Frage, die im diesen Paragraphen zu beantworten ist, betrifft die kontextuelle Umgebung, in der Ausdrücke wie *knapper Sieg*, *Zittersieg*, *Last-Minute-Sieg*, *минимальная победа*, *победить с минимальным счетом*, *переиграть с трудом*, *обыграть с минимальным перевесом* auftreten.

Die Anzahl der Treffer im Korpus von *knappen Sieg* beträgt 255 Treffer, *Zittersieg* – 178, *Last-Minute-Sieg* – 139. Die Anzahl der russischen Treffer zur sinnverwandten deutschen Ausdrücken ist niedriger: *минимальная победа* – 169, *победить с минимальным счетом* – 11, *переиграть с трудом* – 5, *обыграть с минимальным перевесом* – 0.

Es hat sich gezeigt, dass die erwähnten deutschen Ausdrücke zur Anwendung kommen, wenn es sich sowohl um Leistungen des eigenen Landes als auch fremden handelt. In etwa 2/3 von den russischen Treffern kommen folgende Ausdrücke in Bezug auf den unsicheren Sieg eines fremden Teams oder Landes vor. Somit wurden die bisherigen Annahmen bestätigt.

Es soll außerdem geprüft werden, ob Gebrauch einiger Wörter und Wortgruppen okkasionell ist.

Vom Interesse sind in dieser Hinsicht das Verb *wegbeißen* und die Wortgruppe *выгрызать победу*, die in den Zeitungsartikeln während der WM 2014 in Bezug auf den Sieg der Mannschaft von Uruguay über Italien erschienen sind. Laut der Angaben des deutschen Korpus wurde das Verb *wegbeißen* in den letzten 16 Jahren 40 Mal verwendet. Den Angaben des russischen Korpus zufolge wurde die Wortgruppe *выгрызать победу* 4 Mal benutzt. Interessant ist, dass diese Wortgruppe in den russischen Beispielen in Bezug auf Sportbereich gebraucht wird und als Sportjargon gelten kann, während das deutsche Verb *wegbeißen* auch der Beschreibung der Ergebnisse in der Politik dient.

Die Korpora-basierte Analyse hat gezeigt, dass das Adjektiv *hummlisch* zusammen mit *Sieg* weder als Adjektiv noch prädikativ zu finden ist. Die Wortgruppe *слезоточивая победа* und *оседлать победу* haben sich auch als einzigartig erwiesen.

Zwischenfazit

Unter dem Begriff Mediendiskurs wird eine kognitive Erscheinung verstanden, die an Prozessen der Wissenserzeugung, Wissensgestaltung und

Wissensrepräsentation beteiligt ist. Medientexte, die als Resultat der diskursiven Handlung funktionieren, sind als reicher Boden für die Untersuchung der Konzeptmanifestation anzusehen.

Wörter, die zum konzeptuellen Feld „Sieg“/„победа“ oder „Niederlage“/„поражение“ gehören, treten häufig schon in der Schlagzeile oder im Lead – in der starken Position des Textes – auf. Dies ist anhand ihrer Funktion erklärbar: das Wichtigste aus dem Artikel kurz und bündig am Anfang für den Leser darzustellen.

Die Analyse der Konzepte „Sieg“/„победа“ und „Niederlage“/„поражение“ hat ergeben, dass die Darstellung ihrer Repräsentanten in fünf Stufen (entsprechend jedem Kreis) zu beschreiben ist. Dabei werden der eigentliche Kernbereich, der uneigentliche Kernbereich, Synonymreihen, nahe und ferne Peripherie unterschieden.

Die lexikalischen Möglichkeiten des ersten Kreises, mittels derer Konzepte zum Ausdruck gebracht werden, stimmen im Großen und Ganzen mit den in den Wörterbüchern gegebenen, ausgeschlossen von einigen Beispielen, überein.

Da Medien u.a. an der Lenkung der Aufmerksamkeit des Lesers orientiert sind, kommen in den Artikeln verschiedene stilistische Mittel zur Anwendung.

Darunter sind bewertende Epitheta zu erwähnen, die das Verhältnis zum Sachverhalt wiedergeben und unter anderem kulturelle Besonderheiten enthüllen. Zu betonen ist auch die Tatsache, dass diese von verschiedener Intensität sind.

Neben den Epitheta sind zahlreiche metaphorische Ausdrücke mit den Wörtern „Sieg“/„победа“ und „Niederlage“/„поражение“ zu nennen, die den uneigentlichen Kern ausmachen.

Eine der Sonderformen der Metapher – Personifizierung – kommt in den Texten (vorwiegend in den psychologischen Texten) zum Einsatz, indem eine abstrakte Entität siegt bzw. verliert oder besiegt werden kann.

Neben den schon genannten stilistischen Mitteln treten auch kontextuelle Synonyme, metonymische Übertragungen und Periphrasen in die konzeptuelle Struktur ein.

In den Medientexten kommen auch Ausdrücke zur Verwendung, die in den Wörterbüchern in der Bedeutung „Sieg“/„победа“ und „Niederlage“/„поражение“ nicht markiert sind.

Die Medientexte enthalten außerdem Wörter, die aus einer Sphäre in die andere zur Repräsentation der Konzepte „Sieg“/„победа“ und „Niederlage“/„поражение“ übernommen wurden.

Wesentlich ist auch, dass manche Konzept-Repräsentanten, die sich überwiegend in zwei letzten Kreisen befinden, nur noch in einer bestimmten Situation sowie vom bestimmten Bereich abhängig, den Konzeptfeldern „Sieg“/„победа“ und „Niederlage“/„поражение“ angehören.

Die korpora-basierte Analyse hat zur Ermöglichung der Schlussfolgerung beigetragen:

Es hat sich bestätigt, dass die Wörter „Sieg“, „победа“ ungefähr zweimal öfter als „Niederlage“, „поражение“ gebraucht werden. Dies mag mit dem Anliegen verbunden sein, das unangenehme, peinliche Wort zu vermeiden oder das Resultat durch andere lexikalische Mittel zu intensivieren.

Nicht alle auf den ersten Blick okkasionell wirkenden Wörter und Wortgruppen sind einzigartig. Viele davon sind zum festen Vokabular der Autoren geworden.

Zusammenfassung

Die Konzepte „Sieg“/„победа“ und „Niederlage“/„поражение“ sind mit dem menschlichen Handeln verbunden, durchdringen alle Sphären des menschlichen Lebens und sind daher reichlich in der Sprache repräsentiert.

Es hat sich gezeigt, dass diese antonymen Konzepte in den gleichen Texten koexistieren können. Allerdings ist es mitunter kaum möglich, eine klare Grenze zwischen ihnen zu ziehen oder sie einander gegenüberzustellen. Die Grenzen zwischen ihnen erweisen sich meistens als fließend und vage. Was für einen Bereich dem „Sieg“/„победа“ oder „Niederlage“/„поражение“ gleich ist, ist für einen anderen nicht der Fall.

Der Einbezug von Texten aus den verschiedenen Bereichen hat ermöglicht, die für jeden Bereich spezifische Wortkombinierbarkeit festzustellen. Dabei hat

sich herausgestellt, dass es Wörter und Wendungen gibt, die die zur Beschreibung eines Sachverhalts für eine Sphäre aus einer anderen Sphäre übernommen wurden.

Eine Schritt-für-Schritt-Herangehensweise hat es außerdem erlaubt, Möglichkeiten des sprachlichen Ausdrucks der jeweiligen Konzepte festzustellen, die noch nicht in den Wörterbüchern präsent sind, aber doch – wie es die Kontexte beweisen – zur Anwendung kommen. Zur Entdeckung der aktuellen lexikalischen Mittel der Konzeptmanifestation hat auch die Benutzung der Medientexte beigetragen. Ihre Rolle dabei ist nicht zu unterschätzen. Medien, die sich auf das Erreichen des breiten Publikums konzentrieren, können neue Möglichkeiten der Konzeptrealisierung liefern. D.h. sie ermöglichen, die Konzeptfelder neu zu gestalten.

Die konzeptuelle Analyse am Material der Medientexte hat außerdem erlaubt, kulturelle Besonderheiten zu entschleiern. Diesbezüglich scheinen sich zwei Tendenzen abzuzeichnen. Einerseits bestehen sie in den Verweisen auf kulturell spezifische Tatsachen (darunter z.B. Märchenfiguren) und Wendungen, die nur den Vertretern der bestimmten Kultur bekannt sind. Andererseits mögen sie sogar die Einstellungen von Russen und Deutschen zu Sieg oder Niederlage betreffen, die in Bezug auf verschiedene Darstellung des positiven und negativen Ergebnisses zu verfolgen sind. Die Deutschen neigen in diesem Zusammenhang zur Offenheit. Sogar, wenn es um eigene Schwächen bzw. Fehler geht, scheinen sie bereit zu sein, diese kritisch im öffentlichen Diskurs zu beurteilen. Für die russische Kultur ist eher eine implizite Wiedergabe des Resultats (insbesondere eines negativen oder schwachen) typisch, indem man versucht, sie in einem günstigen Licht erscheinen zu lassen.

Beiden Kulturen ist gemeinsam, dass sich die Konzeptrepräsentationen durch eine Vielzahl der stilistischen Mittel auszeichnen. Zahlenmäßig überwiegen Metaphern, gefolgt von Epitheta, Periphrasen usw.

Die Funktionen, die die Metaphern in den ausgesuchten Texten ausüben, sind auf zwei wichtigste zurückzuführen: zum einen intensivieren sie die Darstellung eines guten oder schlechten Abschneidens; zum anderen treten sie

anstelle der Wörter „Niederlage“/„поражение“, um den Sachverhalt zu mildern.

Die gewonnenen Erkenntnisse ließen sich jedoch durch weitere Untersuchungen ergänzen. Es wäre von großem Interesse im Rahmen einer größer angelegten kontrastiven Studie als eine weitere Untersuchungsmethode eine Umfrage durchzuführen, um weitere mögliche Vorstellungen von Deutschen und Russen in Hinsicht auf „Sieg“/„победа“ und „Niederlage“/„поражение“ herauszufinden.

Da es in der vorliegenden Untersuchung die Korpora-Angaben nur teilweise zur Analyse herangezogen wurden, könnte eine korpusbasierte Analyse für die Ausweitung der Möglichkeiten des sprachlichen Ausdrucks der Konzepte „Sieg“/„победа“ und „Niederlage“/„поражение“ behilflich sein.

Literaturverzeichnis

1. Антология концептов / под ред. В.И. Карасика, И.А. Стернина. Том 1. – Волгоград: Парадигма, 2005. – 352 с.
2. Будаев Э.В., Чудинов А.П. Дискурсивное направление в зарубежной медиалингвистике // Известия Уральского государственного университета. 2006. №45. С. 167-175.
3. Вацковская И.С. Когнитивный аспект исследования дискурса СМИ // Международный конгресс по когнитивной лингвистике: Сб. мат-лов / Отв. ред. Н.Н. Болдырев; Федеральное агентство по образованию, Ин-т языкознания Рос. Академии наук, Управление образования и науки администрации Тамб. обл., Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина,

- Общерос. Обществ. орг-ция «Российская ассоциация лингвистов-когнитологов». – Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2008. С. 543-545.
4. Володина М.Н. СМИ как форма «общественного диалога» // Язык современной публицистики: сб. статей / сост. Г. Я. Солганик. – 2-е изд., испр. – М.: Флинта: Наука, 2007. – С. 31-43.
 5. Гарская Л.В. Когнитивный аспект текстов массовой информации (на материале англоязычной прессы) // Международный конгресс по когнитивной лингвистике: Сб. мат-лов / Отв. ред. Н.Н. Болдырев; Федеральное агентство по образованию, Ин-т языкознания Рос. Академии наук, Управление образования и науки администрации Тамб. обл., Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина, Общерос. Обществ. орг-ция «Российская ассоциация лингвистов-когнитологов». – Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2008. С. 546-548.
 6. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: учебное пособие. – М.: Флинта Наука, 2008. – 263 с.
 7. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи). Изд. 2-е, стереотипное. – М.: Едиториал УРСС, 2005. – 288 с.
 8. Карасик В.И. Языковая матрица культуры. – М.: Гнозис, 2013. – 320 с.
 9. Карасик В.И., Прочвачева О.Г., Зубкова Я.В., Граборова Э.В. Иная ментальность. – М.: Гнозис, 2005. – 352 с.
 10. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – М.: Гнозис, 2004. – 390 с.
 11. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
 12. Красавский Н.А. Эмоциональные концепты в немецкой и русской лингвокультурах: монография. – М.: Гнозис, 2008. – 347 с.

13. Кожемякин Е.А. Медиадискурс // Современный дискурс-анализ. Типы дискурсов: теоретические описания: Электронный журнал. Вып. 2. Т. 1. 2010 – URL: <http://www.discourseanalysis.org>.
14. Кубрякова Е.С. О термине «дискурс» и стоящей за ним структуре знания // В поисках сущности языка: когнитивные исследования / Е.С. Кубрякова. – М.: Знак, 2012. – С. 113-127.
15. Кубрякова Е. С. О понятиях дискурса и дискурсивного анализа в современной лингвистике (Обзор) // Дискурс, речь, речевая деятельность: функциональные и структурные аспекты: Сб. обзоров / Рос. акад. наук, Ин-т науч. информ. по обществ. наукам [Редкол.: С.А. Ромашко - к.филол.н. (отв. ред.) и др.]. – М.: ИНИОН РАН, 2000. – С. 7-25.
16. Лакофф Д., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем: Пер. с англ. / Под ред. и с предисл. Баранова А.Н. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 256 с.
17. Маслова В.А. Введение в когнитивную лингвистику: учебное пособие. 5-е изд. – М.: Флинта Наука, 2011. – 293 с.
18. Медведева Т.С., Опарин М.В., Медведева Д.И. Ключевые концепты немецкой лингвокультуры: монография. – Ижевск: Изд-во «удмуртский университет», 2011. – 160 с.
19. Менджеричская Е.О. Когнитивно-дискурсивная парадигма в лингвистике и типология медиадискурса // Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования: Материалы 2-й международной конференции. / Сост. М.Н. Володина. – М., МАКС Пресс, 2008. – С. 199-202.
20. Ольшанский И.Г., Гусева А.Е. Лексикология: Современный немецкий язык = Lexikologie. Die deutsche Gegenwartssprache: Учебник для студ. лингв. фак. высш. учеб. заведений. – М.: Издательский центр «Академия», 2005. – 416 с.

21. Пименова М.В., Кондратьева, О.Г. Концептуальные исследования: введение: учебное пособие. – М.: Флинта Наука, 2011. – 174 с.
22. Пименова М.В. К вопросу о методике концептуальных исследований (на примере концепта «судьба»). // Концептуальные исследования в современной лингвистике. – 2010. – выпуск 12. – С. 66-79.
23. Попова З.Д., Стернин И.А. Когнитивная лингвистика – М.: АСТ, Восток-Запад, 2007. – 314 с.
24. Попова З.Д., Стернин И.А. Полевая модель концепта // Введение в когнитивную лингвистику: учеб. пособие / З.Д. Попова, И.А. Стернин, В.И. Карасик, А.А. Кретов, О.О. Борискина, Е.А. Пименов, М.В. Пименова; отв. ред. М.В. Пименова. – 2-е изд., испр. и доп. – Кемерово: КемГУ, 2009. – С. 12-43.
25. Приходько А.Н. Концепт в дискурсах vs концепты в дискурсе // Дискурс, концепт, жанр: коллективная монография / Манаенко Г.Н., Алимуратов О.А., Леонтович О.А. – Нижний Тагил: НТГСПА, 2009. – С. 125-139.
26. Рогозина И.В. Медиа-картина мира: Когнитивно-семиотический аспект: Автореф. дис. на соиск. учен. степ. д. филол. н. – Барнаул, 2003. – 42 с.
27. Смотровая Т.Г. Концепты «победа» и «поражение» в статической и динамической картинах мира: автореф. дис. на соиск. учен. степ. к. филол. н. – Таганрог, 2005. – 26 с.
28. Стернин И.А. Методика исследования концепта // Методологические проблемы когнитивной лингвистики: науч. изд. / под ред. И.А. Стернина. – Воронеж: Воронеж. гос. ун-т, 2001. – С. 58-63.
29. Хрынина Е.Н. Лингвокультурная специфика концепта „успех / Erfolg“: дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук. – Ставрополь, 2009. – 244 с.
30. Aitchison J. Wörter im Kopf: eine Einführung in das mentale Lexikon. – Tübingen: Niemeyer, 1997. – 367 S.

31. Bierwisch M. Bedeuten die Grenzen meiner Sprache die Grenzen meiner Welt? // Sprache – Kognition – Kultur: Sprache zwischen mentaler Struktur und kultureller Prägung / hrsg. von Kämper, H., Eichinger, L.M. – Berlin [u.a.]: de Gruyter, 2008. – S. 323-355.
32. Bierwisch M. Semantische und konzeptuelle Repräsentationen lexikalischer Einheiten // Untersuchungen zur Semantik / hrsg. von Ružička R. – Berlin: Akad.-Verl., 1983. – S. 61-99.
33. Burger H. Mediensprache: eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien. 3., völlig neu bearb. Auflage. – Berlin [u.a.]: de Gruyter, 2005. – 486 S.
34. Busse D. Frame-Semantik: ein Kompendium. – Berlin [u.a.]: de Gruyter, 2012. – 888 S.
35. Busse D. Historische Diskurssemantik: Ein linguistischer Beitrag zur Analyse gesellschaftlichen Wissens // Linguistische Diskursgeschichte / hrsg. von Stukenbrock A., Scharloth J. – Sprache und Literatur in Wissenschaft und Unterricht 31, Heft 86, 2000, S. 39-53.
36. Busse D., Teubert W. Ist Diskurs ein sprachwissenschaftliches Objekt? Zur Methodenfrage der historischen Semantik // Begriffsgeschichte und Diskursgeschichte. Methodenfragen und Forschungsergebnisse der historischen Semantik / hrsg. von Busse D., Hermanns F., Teubert W. – Opladen: Westdeutscher Verlag, 1994, S. 10-28.
37. Croft W., Cruse A. Cognitive Linguistics. – Cambridge [u.a.]: Cambridge Univ. Press, 2004. – 356 S.
38. Dietze J. Texterschließung: lexikalische Semantik und Wissensrepräsentation. – München [u.a.]: Saur, 1994. – 102 S.
39. Hall E.T. Beyond Culture. – New York [u.a.]: Doubleday, 1976. – 320 S.
40. Harras G. Concepts in Linguistics // Conceptual structures: logical, linguistic, and computational issues. 8th International Conference on Conceptual Structures, ICCS 2000, Darmstadt, Germany, August 14-18 / hrsg. von Ganter, B., Mineou, G. – Berlin [u.a.]: Springer, 2000. – S. 13-26.

41. Hermann Th., Grabowski J., Schweizer K., Graf R. Die mentale Repräsentation von Konzepten, Wörtern und Figuren // Bedeutung – Konzepte, Bedeutungskonzepte: Theorie und Anwendung in Linguistik und Psychologie / hrsg. von Grabowski J., Harras G., Hermann Th. - Opladen : Westdt. Verl., 1996. – S. 120-152.
42. Hofstede G. Interkulturelle Zusammenarbeit: Kulturen – Organisationen – Management / Geert Hofstede. Aus dem Engl. vom Nadia Hasenkamp und Anthony Lee. – Wiesbaden: Gabler, 1993. – 332 S.
43. Kämper H. Gewalt-Konzepte der späten 1960er Jahre am Beispiel // Metaphern der Gewalt: Konzeptualisierungen von Terrorismus in den Medien vor und nach 9/11 / hrsg. von M. Schwarz-Friesel, J.-H. Kromminga. – Tübingen: Francke, 2014. – S. 161-172.
44. Lang E. Semantische vs. konzeptuelle Struktur: Unterscheidung und Überschneidung // Kognitive Semantik: cognitive semantics: Ergebnisse, Probleme, Perspektiven / hrsg. von Schwarz, M. – Tübingen: Narr, 1994 – S. 25-40.
45. Löbner S. Semantik: eine Einführung. 2., aktualisierte und stark erw. Auflage. – Berlin [u.a.]: de Gruyter, 2015. – 461 S.
46. Löbner S. Semantik: eine Einführung. – Berlin [u.a.]: de Gruyter, 2003. – 387 S.
47. Loppe T. Bedeutungswissen und Wortgebrauch: Entwurf einer Semantik im Anschluss an Wittgenstein und Putnam. – Tübingen: Narr, 2010. – 296 S.
48. Riesel E., Schendels E. Deutsche Stilistik. – M.: „Hochschule“, 1975. – 316 S.
49. Schindler, W. Konzept und Kontiguitätsfeld: ein Beitrag zur linguistischen Beschreibung kognitiver Strukturen und ihre Rolle bei der Produktion und Verarbeitung von Texten. – Frankfurt/Main: Haag + Herchen, 1988. – 555 S.
50. Schwarz-Friesel M., Chur J. Semantik: ein Arbeitsbuch. 6., grundlegend überarb. und erw. Auflage. Tübingen: Narr, 2014 – 238 S.

51. Schwarz-Friesel M. Metaphern der Gewalt – Konzeptualisierungen von Terrorismus in den Medien vor und nach 9/11 // Metaphern der Gewalt. Konzeptualisierungen von Terrorismus in den Medien vor und nach 9/11 / hrsg. von Schwarz-Friesel, M., Kromminga J.-H. – Tübingen: Francke, 2014. – S. 7-24.
52. Schwarz-Friesel M. Sprache und Emotion. – 2. aktualisierte und erw. Auflage. Tübingen [u.a.]: Francke, 2013. – 406 S.
53. Schwarz, M. Einführung in die kognitive Linguistik. – 3., vollst. überarb. und erw. Auflage. Tübingen [u.a.]: Francke, 2008. – 298 S.
54. Skirl H., Schwarz-Friesel M. Metapher. – Heidelberg: Universitätsverlag Winter, 2007. – 100 S.
55. Skirl H. Emergenz als Phänomen der Semantik am Beispiel des Metaphernverstehens: emergente konzeptuelle Merkmale an der Schnittstelle von Semantik und Pragmatik. – Tübingen: Narr, 2009. – 187 S.
56. Sperber D., Wilson D. The mapping between the Mental and the Public Memory // Language and Thought: interdisciplinary themes / hrsg. von Carruthers, P. – Cambridge [u.a.]: Cambridge Univ. Press, 1998. – S. 184-200.
57. Spitzmüller J., Warnke I.H. Diskurslinguistik: eine Einführung in Theorien und Methoden der transtextuellen Sprachanalyse. – Berlin [u.a.]: de Gruyter, 2011. – 236 S.
58. Teubert W. Über den fragwürdigen Nutzen mentaler Konzepte // Von Intentionalität zur Bedeutung konventionalisierter Zeichen / hrsg. von Proost, Kr., Winkler, E. – Tübingen: Narr, 2006. – S. 289-325.
59. Wierzbicka A. Semantics: primes and universals. Oxford [u.a.]: Oxford Univ. Press, 1996. – 500 S.
60. Ziem A. Frames und sprachliches Wissen: kognitive Aspekte der semantischen Kompetenz. – Berlin [u.a.]: de Gruyter, 2008. – 485 S.

Sachwörterbücher

61. Арутюнова Н.Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: Совр. энцикл., 1990. С. 136.
62. Кубрякова Е.С. Краткий словарь когнитивных терминов. – М.: Филол. ф-т МГУ им. М.В. Ломоносова, 1997. – 245 с.
63. Степанов Ю.С. Константы: Словарь русской культуры. – М.: Академический проект, 2001. – 990 с.
64. Cruse A. Glossary of semantics and pragmatics. – Edinburgh: Edinburgh Univ. Press, 2006 – 198 S.

Wörterbücher

65. Берков В.П. Большой словарь крылатых слов и выражений русского языка: в 2 т. / В.П. Берков, В.М. Мокиенко, С.Г. Шулежкова; ГОУ ВПО "Магнитогор. гос. ун-т", Ernst-Moritz-Arndt-Universität. – 2-е изд., испр. и доп. – Магнитогорск ; Greifswald : Изд-во Магнитогорского государственного университета Ernst-Moritz-Arndt-Universität, Institut für Slawistik, 2009.
66. Даль В.И. Толковый словарь русского языка. Современная версия. – М.: Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2000. – 736 с.
67. Немецко-русский синонимический словарь. / И.В. Рахманов, Н.М. Минина, Д.Г. Мальцева, Л.И. Рахманова. – М.: рус.яз., 1983. – 704 с.
68. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. – 4-е изд., дополненное. – М.: Азбуковник, 2000. – 944 с.
69. Словарь синонимов русского языка. / Сост. А. Ю. Мудрова. – М.: Центрполиграф, 2009. – 507 с.
70. Словарь синонимов и антонимов русского языка. – Санкт-Петербург: Виктория, 2005. – 537 с.
71. Словарь сочетаемости слов русского языка. / Под ред. П.Н. Денисова, В.В. Морковкина. – 3-е изд., испр. – М.: Астрель АСТ, 2002. – 811 с.
72. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка: в 4 т. – 4-е изд., стер. – Москва: Астрель АСТ, 2009.

73. Фразеологический словарь русского литературного языка: в 2 т. / Сост. д. филол. н. А.И. Федоров. – Новосибирск: ВО «Наука», 1995.
74. Büchmann G. Geflügelte Worte. Neue Ausgabe – München; Zürich: Droemer-Knaur, 1959. – 320 S.
75. Duden – Das große Wörterbuch der deutschen Sprache. 2., völlig neu bearb. und stark erw. Auflage. Band 5. Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich: Dudenverlag, 1994.
76. Duden – Das große Wörterbuch der deutschen Sprache. 2., völlig neu bearb. und stark erw. Auflage. Band 6. Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich: Dudenverlag, 1994.
77. Duden – Deutsches Universalwörterbuch. – 6., überarb. und erw. Auflage. Band 6. – Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich: Dudenverlag, 2007.
78. Duden – Herkunftswörterbuch (Der Duden in zwölf Bänden, Bd. 7). – 4., neu bearb. Auflage. – Mannheim, Zürich: Dudenverlag, 2007.
79. Duden – Synonymwörterbuch (Der Duden in zwölf Bänden, Bd. 8). – 6., vollst. überarb. Auflage. – Berlin: Dudenverlag, 2014.
80. Duden – Redewendungen (Der Duden in zwölf Bänden, Bd. 11). – 4., neu bearb. und akt. Auflage. – Berlin, Mannheim, Zürich: Dudenverlag, 2013.
81. Kluge F. Etymologisches Wörterbuch der deutschen Sprache. – 25., durchges. und erw. Auflage. Berlin, Boston: de Gruyter, 2011.
82. Wahrig G. Deutsches Wörterbuch: Mit einem „Lexikon der deutschen Sprachlehre“ – 7. vollst. neu bearb. Aufl. – Gütersloh, München: Bertelsmann Lexikon, 2000. – 1451 S.
83. Wander K.F.W. Deutsches Sprichwörter-Lexikon. Ein Hausschatz für das deutsche Volk. Band 4. – Aalen: Scienta Verlag, 1963.

Quellenverzeichnis

1. Газета. ru. <http://www.gazeta.ru/>
2. Комсомольская правда. <http://www.kp.ru/>
3. Наша психология № 1-3, 2016; № 3-4, 2015; № 2, 3, 4, 9, 10, 2014.

4. Национальный корпус русского языка: Национальный корпус русского языка – газетный – СМИ 2000-х гг. <http://www.ruscorpora.ru/>
5. Bild. <http://www.bild.de/>
6. dwds: dwds – Die Zeit. <http://www.dwds.de/>
7. Psychologie heute. Hefte 1, 5: 2016; Hefte 2, 7, 9, 10: 2015; Heft 2: 2014; Heft 8: 2013.
8. Psychologie heute compact. Heft 44: 2016.
9. Spiegel Online. <http://www.spiegel.de/>

Anhang

Tabellen 2, 3

Verwendungshäufigkeit der Epitheta in den ausgesuchten Texten

Sieg		победа	
historischer	5	убедительная	8
knapper	3	уверенная	5
deutlicher	2	триумфальная	2
klarer	1	чистая	2
dramatischer	1	честная	1
fulminanter	1	четкая	1
hummlischer	1	невероятная	1
		блестящая	1
		потрясающая	1
		безоговорочная	1
		выдающаяся	1
		историческая	1
		важная	1
		большая	1

		фактическая	1
		минимальная	1
		слезоточивая	1

Niederlage		поражение	
die schlimmste	4	(самое) крупное	4
historische	3	жестокое	3
bittere	2	разгромное	2
schreckliche	1		
peinliche	1		
fürchterliche	1		
katastrophale	1		
krachende	1		
beispiellose	1		
schwere	1		

Tabellen 4, 5

Verwendungshäufigkeit der Synonyme zu den Verben „siegen“, „победить“ und „verlieren“, „проиграть“ in den ausgesuchten Texten

siegen	10	победить	32
gewinnen	54	выиграть	28
triumphieren	12	разгромить	11
schlagen	6	обыграть	10
besiegen	6	одолеть	4
abräumen	4	переиграть	2
bezwingen	3	расправиться	2
verdrängen	3	растоптать	1
zerlegen	2	разобраться	1
zerpflücken	1		
packen	1		
wegbeißen	1		

verlieren	20	проиграть	11
scheitern	8	уступить	5
ausscheiden	7	провалиться	4
raus sein	5	вылететь	3
unterlegen	2	выбыть	2
verspielen	1	продуть	1

Tabellen 6, 7

Verwendungshäufigkeit der Synonyme zu den Substantiven „Sieg“, „победа“ und „Niederlage“, „поражение“ in den ausgesuchten Texten

Sieg		победа	
Erfolg	10	успех	2
Triumph	8	триумф	1
(starkes) Abschneiden	1		

Niederlage		поражение	
Debakel	15	разгром	4
Pleite	14	провал	3
Aus	9	проигрыш	2
Scheitern	5	крушение	2
Demütigung	4		
Schande	4		
Schmach	3		
Blamage	3		
(schwaches/schlechtes) Abschneiden	2		
Ausscheiden	1		