

ÜBER DIE ASDRUCKSMÖGLICHKEITEN DER ATTRIBUTE IN DEUTSCHEN ZEITUNGSTEXTEN

Iulia SLIVCA, *Studentin an der Philologischen Fakultät,
Alecu-Russo-Universität Bălți*

Wissenschaftliche Betreuerin: **Anna POMELNICOVA**, *Dr., Dozent*

Rezumat: *Scopul de bază al lucrării date este studierea posibilităților de exprimare a atributelor în textele publicistice. Atributul este partea secundară a propoziției care definește cuvântul referențial. În primul rând, attributele joacă un rol special pentru accentuarea sensului expresiei și participă în realizarea expresivității. În al doilea rând, limba publicistică este o integritate, un produs definit de cultura și psihologia a societății moderne. Scopul acestui articol, este de a analiza posibilitățile de exprimare a atri-*

butelor în contextul diferitelor texte publicistice. În final vor fi analizate datele adunate într-o diagramă, care prezintă procentul tipurilor de atribute în textele publicistice.

Cuvinte-cheie: *atribut, cuvânt determinat, îmbinări de cuvinte nominale, flexiune, partea de propoziție, atribut așezat după termenul determinat.*

Über Attribute ist bereits sehr viel geschrieben und geäußert worden: Schendels (1982), Charitonova (1976), Balcik, Röhe, Wröbel (2009) und natürlich Eisenberg (2013) untersuchten das Attribut im Satz und als Wortgruppe, und nämlich nominale Wortgruppe. Wie Schendels meint, als Nebenglied hat das Attribut keine Wirkung auf die Satzkonstruktion, trotzdem ist es semantisch manchmal das einzige Mittel im Satz, das den Inhalt verändern kann. Das Attribut wird deshalb von oben aufgezählten Linguisten zu *Satzteilgliedern* gezählt. Weil es nur ein Inhaltsteil ist, dürfen die Erforscher es nur zusammen mit dem Bezugswort oder Leitglied betrachten. Auf Grund der Unterordnungsverhältnisse wird Attribut im Rahmen substantivischer und adjektivischer Wortgefüge charakterisiert.

Die adjektivischen Wortgefüge werden nach Schendels in Adjektiv + Substantiv und Substantiv + nachgestelltes Attribut subkategorisiert. In der ersten Gruppe treten adjektivische Pronomen, Adjektive, Partizipien und Numeralien auf. Sie werden nach Kasus, Numerus und Genus ihres Leitgliedes nach den Monoflexionsregeln abgewandelt. Mit dieser Gruppe können auch einige Zusammensetzungen konkurrieren: „*der goldene Ring-der Goldring, der rote Wein-der Rotwein, saure Milch-Sauermilch*“ (Schendels, S. 290). Man kann bemerken, dass für alle diese Modelle das Kongruenzphänomen typisch ist. Aber manchmal fehlt dieser Aspekt und erscheint ein interessantes Phänomen *Flektierbarkeit* und *Unflektierbarkeit* des Attributs. Wie Charitonova behauptet, die Attribute aus der ersten Gruppe befinden sich vor dem Substantiv und sind mit ihm in Kasus, Numerus und Genus gleich: *eine herrliche Dame*. Unflektiert werden Pronomen wie *allerlei, keinerlei*. Die zweite Gruppe von adjektivischen Attributen ist Substantiv + nachgestelltes Attribut: *Sonntag 12. Februar, Jahr 1978*. Schendels meint, dass diese Kategorie schon veraltet ist.

Diese zwei Attributsgruppen kann man erweitern. In diesem Fall ist es möglich für Attribut die Stelle des Leitwortes einzunehmen: *Ein auf seinem Bruder verbittertes Mädchen*. Das Attribut aber, kann und nach dem Substantiv stehen: *Ein Mädchen verbittert auf seinem Bruder; ein Mädchen, auf seinem Bruder verbittert*. Laut Schendels gibt es zwei wichtige Aspekte für die Errichtung des erweiterten Attributes: a) Akzentuierung der Wortgefüge zwischen dem Begleiter und dem Bezugswort; b) Die regredierte Richtung des Unterordnungsverhältnisses: *Ein Mädchen (ist) auf seinem Bruder verbittert*. Die weitere Attributkategorie bilden Substantive, hier unterscheidet Schendels und Eisenberg: Genitivattribut (Substantiv + Substantiv im Genitiv): *eine Gesellschaft der Blaublütigen*, das letzte Substantiv im Genitiv gilt hier als Attribut. Eine andere Art dieser Gruppe ist Substantiv im Genitiv + Substantiv, hier gibt es nur einen Unterschied-da steht das Attribut vor dem Bezugswort: *Eisenbergs Lehre*. Die meist verbreitet ist die Gruppe - SPS (Substantiv + Präposition + Substantiv) oder präpositionales Attribut, am häufigsten wird die Präposition *von* verwendet: *Bücher von Samuil Marschak, Kategorien von Attributen*. Man muss betonen, dass im Plural eine neue Funktion der Präposition erscheint: Ersetzung des

Nullartikels. Schendels unterscheidet drei Positionen für *von*: vor Abstrakta, vor Eigennamen und vor Stoffnamen. Die letzte von uns untersuchte Gruppe ist Relativsatz als Attribut, solche Attribute bestimmen Substantive durch einen Relativsatz näher: *Der Garten war voll Blumen, die einen Wohlgeruch hauchten*.

Die Vielfältigkeit der Ausdrucksmöglichkeiten wird anhand der deutschen Zeitungstexte analysiert. Für die Analyse wurden folgende Zeitungen herangezogen: *manager magazin*, *Cicero*, *WELT*, *Welt am Sonntag*, *Neues Deutschland*. Nach der Untersuchung wurde der Prozentsatz der Attributgruppen festgestellt. Auf Basis der Daten scheint es naheliegend, dass es drei Hauptgruppen gibt: Adjektiv+Substantiv, präpositionales Attribut und Genitivattribut. Die Ergebnisse des aktuellen Scheibendiagramms zeigen, dass die erste Gruppe durch 32% vertreten ist: *kleine Mädchen, tiefe Genugtuung, arktische Temperaturen, ein sehr hartes Licht, die weitere Vertiefung, gewöhnungsbedürftige Gastronomie, neu gestalte Uniformen, ungeahnt spannende Entdeckungen, riesige Plüschfiguren*. Weiter folgt präpositionales Attribut mit 29%: *Bewerbermappe mit Leumundszeugnissen, ein Tunnel im Volkskino-Kühlhaus-Design, eine überaus fragwürdige Grauzone bei Adoptionen, Gespräche mit einer Sozialarbeiterin, Müll entlang der Straßen, Mädchen in bonbonfarbenen Anoraks, der Mangel an weiteren außerrussischen Sprachkenntnissen, Salatbeilage für 16 Euro*. Diese Gruppe macht mit dem Genitivattribut (*Kubas Cubana, Gesichter der Flugbegleiter, die Entwicklung der jüngeren Vergangenheit, Unterschreiten des 80er-Wertes, die Hauptstadt der russischen Teilrepublik Burjatien, die Einheit stärken*) eine hervorragende Anzahl von 47%. Die Zahlen zeigen auch die Popularität von dem Relativsatz als Attribut, das sich mit 11% in der Mitte befindet: *Paare, die alle gescheitert waren; das Gerassel, die so laut kratzt; Ende der Fußgängerzone, die phantasielos einfach Lenin-Straße heißt; Weg, der Jahre dauern kann*. Als die letzte Gruppe kommt erweitertes Attribut 6% (*Ulan-Ude, gelegen im Südosten Sibiriens; erinnernde Innenverkleidung; unter den laufenden Bedingungen; unerfüllte Verbindlichkeiten*) und Substantiv + nachgestelltes Adjektiv 4%: *Skihosen gehüllt; die Marke 80*. Gemäß den statistischen Ergebnissen dominieren substantivische Attribute in Zeitungstexten, obwohl Adjektiv sein Feld behauptet (*я хочу сказать, не сдаст позиции*). Wenn man aber über die Textsorten spricht, können wir sagen, dass in Meinungsinterviews präpositionale Attribute mit 43% am ersten Platz stehen, weiter folgen natürlich adjektivische Attribute-27%. 12% oder die dritte Stelle teilen Relativsatz als Attribut und Genitivattribut. Erweitertes und nachgestelltes Attribut schließen die Runde mit 3% jedes. In den politischen Artikeln dominiert wieder die Gruppe Adjektiv + Substantiv mit 34%, den zweiten Platz nimmt Genitivattribut mit 33% ein. Wie in den vorigen Fällen sind erweitertes und nachgestelltes Attribut am letzten Platz. Dieselbe Situation wird in den wirtschaftlichen Artikeln bemerkt: Präpositionales Attribut tritt mit 56% auf, danach folgen Genitivattribut und Relativsatz als Attribut mit 20%, die Gruppe Substantiv +nachgestelltes Adjektiv wird wieder am seltensten gebraucht. Adjektivische Attribute und nämlich Adjektiv + Substantiv gewinnen in Reportagen mit 40 % an Fahrt, präpositionales Attribut 26% steht am zweiten Platz und wie im ersten Fall (Meinungsinterviews) folgen: Genitivattribut 20%, Relativsatz als Attribut 11%, am Ende stehen erweitertes und nachgestelltes Attribut.

Die oben aufgeführten Argumente weisen nach, dass obwohl es verschiedene Arten der Attribute sind, die gebräuchlichsten Gruppen sind: Adjektiv + Substantiv und Substantiv + Präposition + Substantiv. Diese zwei Gruppen gehören zu verschiedenen Wortgefügen, aber sie haben eine Gemeinsamkeit: Sie werden in jeder Art der mündlichen und schriftlichen Texte verwendet. Sie können neutral und sachlich oder expressiv und metaphorisch gebraucht werden. Die Verwertung dieser Attributgruppen ist ganz umfangreich, deshalb sind sie in publizistischen Texten verbreitet.

Literaturverzeichnis:

1. Balcik I., Röhe K., Wrobel V. *PONS. Die große Grammatik. Deutsch.* Band 2. Stuttgart: PONS, 2009. 1200 S. ISBN 978-3-12-561561-8.
2. Eisenberg P., Gelhaus H., Welmann H., Henne H., Sitta H. *DUDEN. Die Grammatik. Unentfährlich für richtiges Deutsch. Umfassende Darstellung des Aufbaus der deutschen Sprache vom Laut über das Wort zum Satz. Mit zahlreichen Beispielen, übersichtlichen Tabellen und ausführlichem Register.* Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich: DUDENVERLAG, 1995. 864 S. ISBN 3-411-04045-9.
3. Eisenberg P. *Grundriss der deutschen Grammatik. Der Satz.* Band 2. Stuttgart, Weimar: VERLAG J.B. METZLER, 2013. 535 S. ISBN 978-3-476-02424-4.
4. Homberger D. *Sachwörterbuch zur deutschen Sprache und Grammatik.* Frankfurt am Main: VERLAG MORITZ DIESTERWEG, 1989. 203 S. ISBN 3-425-01074-3.
5. Moskalskaja O. *Grammatik der deutschen Gegenwartssprache.* Moskau: ACADEMIA, 2004. 352 S. ISBN 5-4695-1400-0.
6. Schendels E. *Deutsche Grammatik. Morphologie. Syntax. Text.* Moskau: VYSSAJA SKOLA, 1982. 400 S.
7. Charitonova I. J. *Theoretische Grammatik der deutschen Sprache. Syntax.* Kiev: VYSSAYASKOLA, 1976. 177 S.

Quellenverzeichnis

1. *Berlins neues Scharia-Institut.* Humboldt-Universität. URL: <https://www.cicero.de/kultur/islam-institut-humboldt-universitaet-berlin-islamverbaende> [eingesehen am 17. Mai 2020]
2. *Der Kampf eines Paares um ein russisches Mädchen.* Von Dirk Westphal. <https://www.welt.de/vermischtes/article8999433/Der-Kampf-eines-Paares-um-ein-russisches-Maedchen.html> [eingesehen am 17. Mai 2020]
3. *Die Kreml AG auf dem Vormarsch.* Von Eduard Steiner. PRINT (WAMS). URL: https://www.welt.de/wams_print/article2595920/Die-Kreml-AG-auf-dem-Vormarsch.html [eingesehen am 17. Mai 2020]
4. *Ulan-Ude in Sibirien. High Heels mit Eisspikes.* Von Andrea Jeska. URL: <https://www.manager-magazin.de/lifestyle/reise/a-823702.html> [eingesehen am 17. Mai 2020]
5. *Перевод с немецкого.* URL: https://alltranslations.ru/perevod_s_nemeckogo.html [eingesehen am 17. Mai 2020]