

**BILDUNGSWISSENSCHAFTLICHE UNIVERSITÄT LITAUENS  
PHILOGISCHE FAKULTÄT  
LEHRSTUHL FÜR DEUTSCHE PHILOGIE UND DIDAKTIK**

**Dovilė RAMONAITĖ**

**ÜBERSCHRIFTEN IN DER PRESSE IM DEUTSCH-  
LITAUISCHEN VERGLEICH**

**Magisterarbeit**

**Wiss. Betreuerin Lekt. Dr. Margit Breckle**

Vilnius, 2013

**LIETUVOS EDUKOLOGIJOS UNIVERSITETAS**  
**FILOLOGIJOS FAKULTETAS**  
**VOKIEČIŲ FILOLOGIJOS IR DIDAKTIKOS KATEDRA**

**ÜBERSCHRIFTEN IN DER PRESSE IM DEUTSCH-  
LITAUISCHEN VERGLEICH**

**Magistro darbas**  
**Humanitariniai mokslai, filologija (04H)**

**Magistro darbo autorė** Dovilė Ramonaitė  
Patvirtinu, kad darbas atliktas  
savarankiškai, naudojant tik darbe  
nurodytus šaltinius

---

(Parašas, data)

**Vadovas** lekt. Dr. Margit Breckle

---

(Parašas, data)

## INHALTSVERZEICHNIS

ABSTRACT.....	1
EINLEITUNG.....	2
I. THEORETISCHER TEIL.....	4
1. ÜBERSCHRIFT.....	4
1.1. Zum Begriff der Überschrift.....	4
1.2. Arten der Überschrift.....	6
1.3. Zitieren in Überschriften.....	9
1.4. Funktionen der Überschrift.....	12
2. ZUR SYNTAX IN ÜBERSCHRIFTEN.....	13
a. Satztypen.....	13
b. Zum Gegenstand der Sprachökonomie.....	13
c. Tendenz der Ellipsenverwendung in den Überschriften.....	14
3. STILISTISCH-RHETORISCHES MITTEL: METAPHER.....	16
3.1. Zum Begriff der Metapher.....	16
3.2. Kognitive Metapher.....	17
3.3. Metaphern in der Presse.....	18
II. EMPIRISCHER TEIL.....	20
4. EINLEITUNG ZUM EMPIRISCHEN TEIL.....	20
5. ARTEN DER ÜBERSCHRIFT IM DEUTSCH-LITAUISCHEN VERGLEICH.....	21
6. SYNTAX DER ÜBERSCHRIFTEN IM DEUTSCH-LITAUISCHEN VERGLEICH.....	28
7. ZITATE IN ÜBERSCHRIFTEN IM DEUTSCH-LITAUISCHEN VERGLEICH.....	32
8. METAPHERN IN DER PRESSE IM DEUTSCH-LITAUISCHEN VERGLEICH.....	38
SCHLUSSFOLGERUNGEN.....	57
SANTRAUKA.....	59
QUELLENVERZEICHNIS.....	60
LITERATURVERZEICHNIS.....	61
ANHANG.....	62

## ABSTRACT

Das Ziel der qualitativen und quantitativen Analyse in der vorliegenden Masterarbeit ist es deutsche und litauische Überschriftenarten zu vergleichen, die Tendenz der Ellipsenverwendung zu präsentieren, sowie Zitate und Metaphern in Überschriften zu untersuchen. Es wurden 200 Überschriften aus der *Süddeutschen Zeitung* und 200 Überschriften aus *Lietuvos rytas* ausgesucht. Die Analyse hat gezeigt, dass die Überschriften in der deutschen und der litauischen Zeitung Unterschiede in ihrer Struktur aufweisen, aber sie dienen primär demselben Ziel – das Thema des Artikels darzustellen. Die Syntaxanalyse hat ergeben, dass die Ellipse eine häufige Erscheinung in Überschriften ist, trotzdem kommen elliptische Konstruktionen in der deutschen Zeitung öfter vor als in der litauischen. Das dritte Untersuchungsobjekt war das Zitieren: In der deutschen Zeitung wird lieber zitiert als in der litauischen. Als Letztes wurden Metaphern untersucht: Die Analyse hat gezeigt, dass 18,7% deutscher Überschriften metaphorisch sind. Im Litauischen beträgt ihr Anteil 27,3%. Am häufigsten kommen Gewächs-Metaphern im Bereich *Wirtschaft* und Kampf/Krieg-Metaphern im Bereich *Sport* vor.

## EINLEITUNG

Eines der am wenigsten untersuchten Themen in der Linguistik bzw. der Medienlinguistik sind Überschriften in der Presse. Überschriften teilen Informationen über das Thema des Artikels mit und helfen dem Leser, den Leseweg durch die Zeitung finden.

Die vorliegende Arbeit besteht aus zwei Teilen: dem theoretischen und dem empirischen Teil.

Im ersten Teil der Magisterarbeit wird der Begriff der Überschrift erklärt, die Überschriftenunterscheidungsmöglichkeiten bzw. Überschriftenarten, Funktionen der Überschrift, Zitieren sowie Syntax in Überschriften und das stilistisch-rhetorische Mittel Metapher beschrieben.

Das Ziel des zweiten Teils der Arbeit ist es, die Überschriften in der deutschen und der litauischen Zeitung anhand der theoretischen Aussagen zu analysieren und zu vergleichen. Im Mittelpunkt des zweiten Teils stehen vier Hauptthemen: Arten der Überschrift, Syntax der Überschriften, Zitate und Metaphern in Überschriften.

Für die Untersuchung wurden zwei Zeitungen, die beide Sprachen repräsentieren, ausgewählt: die *Süddeutsche Zeitung* und *Lietuvos rytas*. Es wurden insgesamt 400 Überschriften nach dem Zufallsprinzip ausgewählt – 200 Überschriften aus der deutschen und 200 Überschriften aus der litauischen Zeitung. Jeweils 100 Überschriften stammen aus der Spalten *Wirtschaft* bzw. *Rinkos pulsas* und *Sport* bzw. *Sporto arena*.

Es wurden folgende Forschungsfragen formuliert:

1. Wie werden deutsche und litauische Überschriften strukturiert?
2. Welche Überschriften – einteilig oder mehrteilig – kommen in der deutschen und der litauischen Zeitung am häufigsten vor?
3. Welchem Ziel dienen die deutschen und die litauischen Überschriften primär, das Thema bzw. die Hauptinformation zu vermitteln oder Leseanreiz darzustellen?
4. Welche Überschriften – thematische, zusammenfassende, rätselhafte oder provozierende – kommen in der deutschen und der litauischen Zeitung am häufigsten vor?
5. Welche syntaktische Form weisen die deutschen und die litauischen Überschriften auf: Werden sie als Aussagesätze, Fragesätze oder Ausrufesätze formuliert?
6. Wie ist die Tendenz der Ellipsenverwendung in den deutschen und den litauischen Überschriften?
7. Welche Wörter – Subjekte, Prädikate oder Subjekte und Prädikate – fehlen vor allem in den elliptischen Sätzen?

8. Wie oft und wo – in der Hauptschlagzeile oder der Zusatzzeile – wird in der deutschen und der litauischen Zeitung zitiert?
9. Welche Modifikationsstufen weisen die deutschen und die litauischen Zitat-Überschriften auf?
10. Welchen Anteil betragen die metaphorischen Überschriften in der deutschen und der litauischen Zeitung?
11. Welche Metaphern kommen in den deutschen und den litauischen Überschriften am häufigsten vor?

Um diese Fragen zu beantworten, wurden alle Überschriften gezählt, analysiert und verglichen. Es ging also um eine quantitative und qualitative Analyse.

# I. THEORETISCHER TEIL

## 1. ÜBERSCHRIFT

In der vorliegenden Magisterarbeit werden Überschriften in der Presse untersucht, deswegen ist es wichtig, zuerst *Überschrift* Begriff zu erklären, dann zu den Arten und Funktionen der Überschriften sowie zum Zitieren in Überschriften überzugehen.

### 1.1. Zum Begriff der Überschrift

Bei den einzelnen Texten in der Presse ist auf eine gute Gliederung zu achten. Von einigen Genres wie Kommentar oder Kolumne abgesehen, besteht jeder Beitrag aus Überschrift und Fließtext. Andere Textsorten wie Bericht haben meistens noch einen Lead (Vorspann).

An dieser Stelle muss der Unterschied zwischen Überschrift und Schlagzeile erklärt werden: „Die Terminologie in linguistischen Arbeiten ist schwankend. Als Oberbegriff wird entweder „Überschrift“ oder „Schlagzeile“ gewählt“ (Burger, 2005, 115).

Das deutsche Universalwörterbuch (DUDEN, 2007, 1734; 1465-1466) erklärt diese Termini folgendermaßen:

- Überschrift – etw., was zur Kennzeichnung des Inhalts über einem Text geschrieben steht.
- Schlagzeile – durch große Buchstaben hervorgehobene, bes. auffällige Überschrift eines Beitrags auf der ersten Seite einer Zeitung, einer Zeitungsrubrik.

Aufgrund dieser Erklärungen kann man feststellen:

1. Die Überschrift ist nicht nur im Bereich Medien bzw. Presse vorhanden, sondern auch z. B. in Büchern. Überschriften können auf den Inhalt eines Kapitels hinweisen.
2. Die Überschrift gilt als Oberbegriff für Schlagzeile.

Burger erklärt den Unterschied zwischen *Überschrift* und *Schlagzeile* in derselben Weise: „Ich verwende [...] ‚Schlagzeile‘ dann, wenn es sich um ein Element *eines* Gesamttextes handelt (also den üblichsten Fall), ‚Überschrift‘ hingegen als Oberbegriff für ‚Schlagzeile‘ und alle übrigen Fälle, die mit dem Gebrauch des Wortes kompatibel sind.“ (Burger, 2005, 115-116).

Sowohl *Überschrift* als auch *Schlagzeile* beziehen sich auf den journalistischen Bereich und beide Begriffe werden in dieser Arbeit im Folgenden synonym verwendet, da auch einige Autoren keine scharfen Bedeutungsgrenzen zwischen diese zwei Termini setzen (z. B. Alker, 2001, 4, Kohrs 2010, 223).



## 1.2. Arten der Überschrift

Jurgita Kohrs unterscheidet zwei große Gruppen von Überschriften, die noch Untertypen haben (Kohrs, 2010, 224ff.):

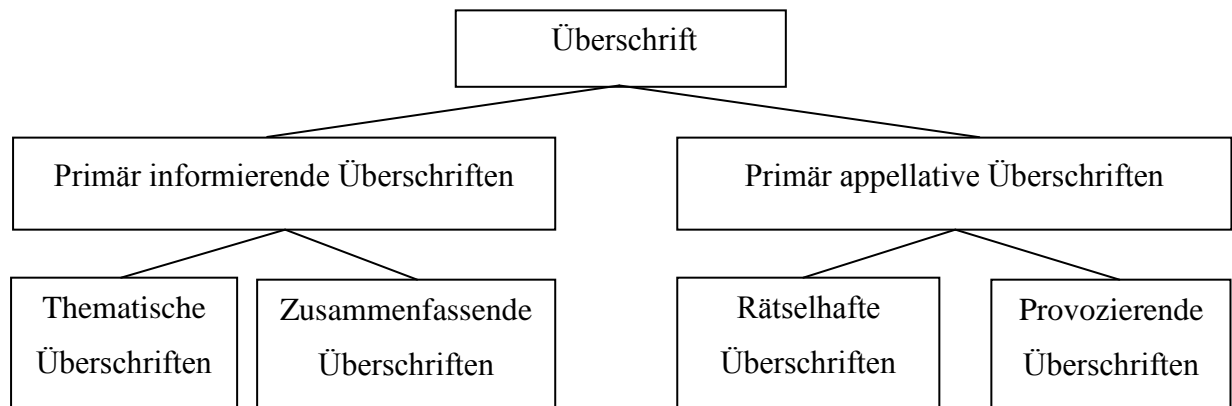


Abb. 1: Arten der Überschrift nach Kohrs (Kohrs, 2010, 225-227)

1. Thematische Überschriften sind sachlich-neutral formuliert und nennen das Thema des Artikels, z. B. *Wider Kalk in den Adern Winter; Sturmwinter in der Antarktis*<sup>1</sup>.
2. Zusammenfassende Überschriften sind als eine Art der Zusammenfassung zu betrachten, weil sie die Kernaussage des zugehörigen Textes wiedergeben. Solche Überschriften erfüllen die referentielle Funktion (siehe Kapitel 1.4.): Hier werden die Fragen: Wer? Was? Wann? Wo? beantwortet, z. B. *Ohne Kinder gibt es keine Renten; Geschlechterrollen wirken lange nach*.
3. Rätselhafte Überschriften sind semantisch offen und erlauben keinen Rückschluss auf den Gegenstand des Themas, z. B. *Staub aufwirbeln mit Methode*. Aus dieser Überschrift geht nicht hervor, dass mit dem *Staub* eigentlich kosmische Staubnebel gemeint sind.
4. Provozierende Überschriften beinhalten meistens Thesen, deren Gültigkeit kritisch in Frage gestellt wird. Der Leser wird neugierig, den ganzen Text zu lesen, wenn er eine solche These bezweifelt, z. B. *Schlanke Wände – warme Zimmer; Nicht alle atmen die gleiche Luft*.

Kohrs hat die Überschriften ausgehend davon, ob die Überschriften primär der Informationsvermittlung oder primär dem Leseanreiz dienen, unterschieden (vgl. Kohrs, 2010, 224).

---

<sup>1</sup> Kohrs, 2010, 225-227

Burger unterscheidet Überschriften nach ihrer strukturellen Gestaltung. Er unterscheidet einfache und zusammengesetzte Überschriften, die noch Titelzeile und Zusatzzeile haben. Zusatzzeilen können entweder vor der Titelzeile oder nach der Titelzeile geschrieben werden. Hier spricht man von Ober- bzw. Unterzeilen. Das folgende Diagramm zeigt diese Gliederung (vgl. Burger, 2005, 115):

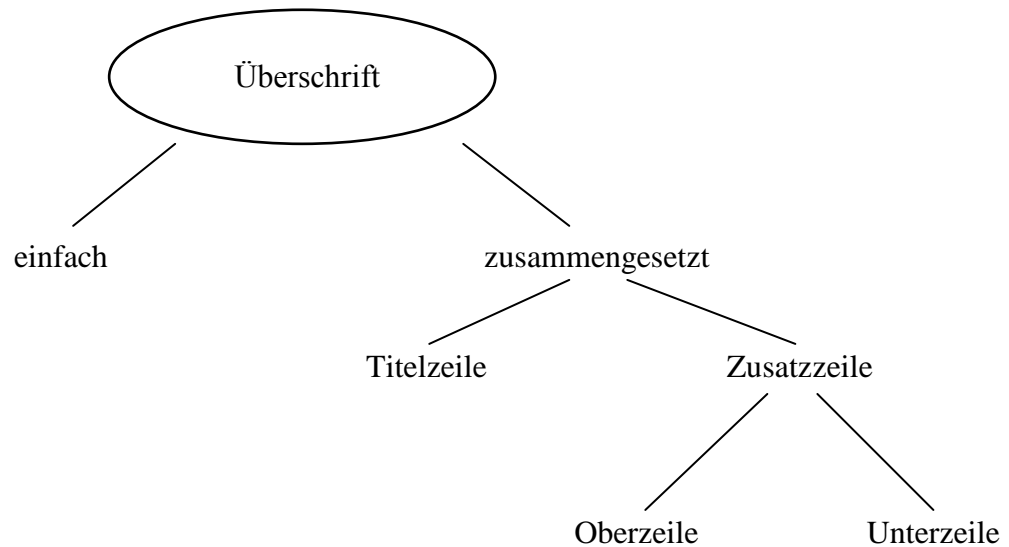


Abb. 2: Arten der Überschriften nach Burger

Burger bemerkt, dass komplexe Überschriften mit Ober- und Unterzeile in den Abonnementszeitungen seltener geworden sind, z. B. hat die *Frankfurter Allgemeine Zeitung* nur einfache oder zweizeilige Schlagzeilen. Hier gibt er Beispiele für zweizeilige und dreizeilige Überschriften und nennt ihre Funktionen (vgl. Burger, 2005, 116):

Zwei Zeilen:

(1) **Kompromiss zur Ost-Erweiterung**

*Europäisches Parlament und Regierung einig für Finanzierung*

Die Schlagzeile informiert über das Thema des Artikels und die Unterzeile spezifiziert der Faktenanlage.

Drei Zeilen:

(2) Gipfeltreffen mit Regierungschef Abbas in Jerusalem

**Israel verspricht Palästinensern Erleichterungen**

*Premier Sharon kündigt an, Gefangene freizulassen und die Abriegelung der Autonomiegebiete zu lockern* (Unterzeile auf einer Zeile)

Burger kommentiert diese Überschrift folgendermaßen: „Die Oberzeile nennt den Anlass, die äußeren Umstände, die Schlagzeile das Hauptresultat der Verhandlungen, die

Unterzeile konkretisiert in einem ersten Schritt die Schlagzeile.“ (Burger, 2005, 116). Burger fügt noch hinzu, dass Elemente der komplexen Schlagzeile, also Schlagzeile und ihre Ober- und Unterzeilen, „logische‘ intratextuelle Bezüge<sup>2</sup>“ aufweisen (Burger, 2005, 116).

Im Gegensatz zu den Abonnementszeitungen steht die Boulevardpresse. Für sie sind mehrere, nicht immer gleichwertige Überschriften typisch. In der Boulevardpresse weisen die Schlagzeile, Oberzeile und Unterzeile nicht immer semantische Relationen auf. Sie fassen den Textinhalt kurz (vgl. Burger, 2005, 116), z. B.

(3) Tatort-Star freiwillig im Gefängnis

**Falsches Mord-Geständnis**

*Aus Liebe zu seiner krebskranken Frau*

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass man Überschriften unter verschiedenen Perspektiven gliedern kann. Wichtig ist, dass sie immer auf der Basis des Textes formuliert werden und die Zeitungsredaktion sich entscheidet, wie diese Überschriften aussehen müssen (vgl. Burger, 2005, 115).

---

<sup>2</sup> „Eine intratextuelle Relation besteht z. B. zwischen der Überschrift, dem Lead und dem Haupttext eines Zeitungsberichtes. Wenn es sich um eine mehrteilige Überschrift handelt (mit Hauptzeile/Oberzeile/Unterzeile), gehen die Zeilen bestimmte Relationen zueinander und jeweils auch zum Text ein.“ (Burger, 2005, 88)

### 1.3. Zitieren in Überschriften

Es wurde schon erwähnt, dass Schlagzeilen bzw. Überschriften „den Inhalt des Artikels in Form eines Konzentrats wiedergeben oder das ‚Thema‘ des Artikels formulieren“ (Burger, 2005, 118). Nach der Meinung von Burger ist das aber nicht immer der Fall. Er unterscheidet noch zwei weitere Typen von Schlagzeilen in Bezug auf den Fließtext (Burger, 2005, 118):

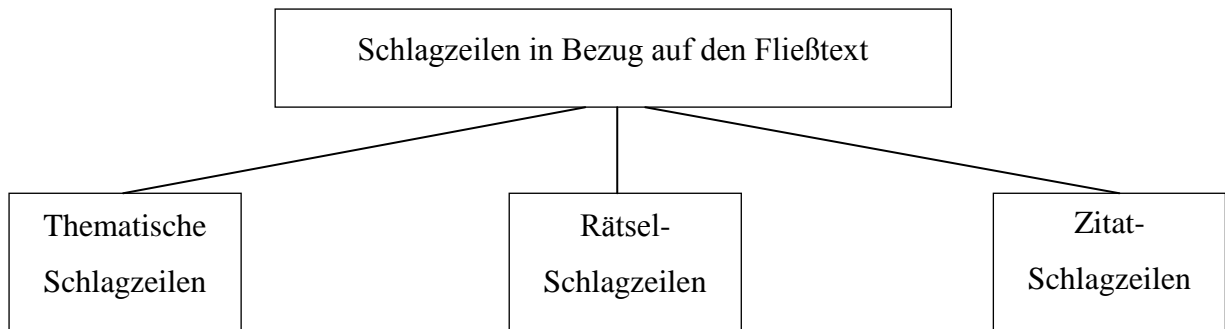


Abb. 3: Schlagzeilen in Bezug auf den Fließtext (Burger, 2005, 118)

Die Rätsel-Schlagzeilen sind solche, die ohne den Lead kaum verstanden werden können. Da sie aber nicht die Forschungsobjekte dieser Arbeit sind, werden sie weiter nicht ausführlicher beschrieben.

Um Zitat-Schlagzeilen besser zu verstehen, muss zuerst der *Zitat* Begriff erklärt werden. Nach dem Deutschen Universalwörterbuch ist Zitat eine „wörtlich zitierte Textstelle“ (DUDEN, 2007, 1982). Im Bereich Presse heißt das, „dass ein Stück des Fließtextes in der Schlagzeile zitiert wird“ (Burger, 2005, 120).

Was kann alles zitiert werden? Geyer weist darauf hin, dass

- Ein Wort,
- Eine Phrase,
- Ein Satzteil
- Ein Satz zitiert werden können (vgl. Geyer, 2008, 89).

Dass es in der Schlagzeile ein Zitat gibt, zeigen dem Textrezipienten Anführungszeichen. Es wird dem Leser klar, dass dieses Zitat „sich im Inneren des Textes finden wird“ (Burger, 2005, 120).

Burger weist auf grammatische Veränderungen in Zitat-Schlagzeilen hin (vgl. Burger, 2005, 120), aber ausführlicher hat Geyer darüber in seinem schon erwähnten Aufsatz geschrieben. Er hat die Modifikation untersucht, die sich auf die intratextuelle Relation von

Schlagzeile und Fließtext bezieht (Geyer, 2008, 93). Dabei hat er fünf Stufen der Modifikation unterschieden:

- *Keine*: Wort, Phrase oder Satz und Bedeutungszusammenhang bleiben unverändert.
- *Leicht*: Die grammatische bzw. syntaktische Form des Zitats wird an die Syntax der Schlagzeile angepasst, z. B. ein Nebensatz wird zum Hauptsatz; es werden Synonyme verwendet; bestimmte Funktionswörter wie Artikelwörter, Hilfsverb, Kopula werden ausgelassen, aber der Bedeutungszusammenhang bleibt unverändert.
- *Mittel*: Es werden Inhaltswörter entweder ausgelassen oder hinzugefügt (selten), wobei die Semantik verändert, aber die Gesamtbedeutung bleibt erhalten; indirekte Rede im Fließtext wird zum Zitat in der Schlagzeile bei identischem Inhalt.
- *Stark*: Hier gibt es zwei Möglichkeiten – entweder wird die Gesamtbedeutung deutlich verändert, aber die Form der Aussage (also Wortschatz, Lexik) weist nicht zu großen Veränderungen auf oder die Aussage wird komplett reformuliert, aber die Gesamtbedeutung wird erhalten.
- *Völlig*: Die Schlagzeile beinhaltet ein Zitat, das nicht im Text vorhanden ist; grob fehlerhafte Wiedergabe, z. B. durch Auslassung der Negation.

Für seine Zitat-Überschriftenuntersuchung hat Geyer zwei vielgelesene regionale Abonnementzeitungen ausgewählt, u. z. die *Kieler Nachrichten* (KN) und die *Nürnberger Nachrichten* (NN). Insgesamt gab es 168 Zitatschlagzeilen. Für die obenstehende Gliederung der Modifikation in den Schlagzeilen hat er Beispiele gegeben, die diese Gliederung am besten veranschaulichen. Hier werden Beispiele für die Modifikationsarten gegeben (vgl. Geyer, 2008, 94-96):

(4) KN, 14.7.2008, S. 2, Politik, Interview

[Hauptschlagzeile] „**Wir müssen uns an hohe Energiepreise gewöhnen**“

[Unterschlagzeile] *Experte: Kein „goldener Ausweg“, aber Bürger können viel mehr sparen als sie denken*

[Fließtext] „Es gibt keine „goldenen Ausweg“, [...] Es wird nicht viel weiter führen, sich die Zeiten billiger Energie zurück zu wünschen. Schnelle und umfassende Anpassung an hohe Energiepreisniveaus ist die einzig tragfähige Handlungsstrategie für Wirtschaft und Bürger.“

Beispiel (4) illustriert zwei Arten der Modifikation:

1. Leichte Modifikation – *goldener Ausweg* vs. *goldenen Ausweg*. Hier wird der Kasus verändert, um den Satz in der Unterschlagzeile grammatisch richtig zu machen.
2. Starke Modifikation – „*sich die Zeiten billiger Energie zurück zu wünschen*“ wird im Fließtext reformuliert, aber die Gesamtbedeutung wird erhalten.

(5) NN, 12.7.2008, S. 7, Kultur, Interview

[Hauptschlagzeile] „**das Problem ist die Gegenwart**“

[Unterschlagzeile] *Als ob nichts gewesen wäre: Interview mit Carla Bruni über ihr neues Album*

[Fließtext, Aussage C. B.] Und deshalb ist das Problem nie die Vergangenheit, sondern die Gegenwart.

Im Beispiel (5) handelt es sich um ein übersetztes Zitat (Carla Bruni ist Französin). Das übersetzte Zitat in der Schlagzeile tritt gegenüber dem Fließtext in mittel modifizierter Form (statt *nie die Vergangenheit* wird in der Schlagzeile zu *die Gegenwart*) auf, wobei die Gesamtbedeutung nicht verändert wird.

Geyer weist darauf hin, dass in seiner Untersuchung die Hälfte der Zitate in den Zitatenschlagzeilen nicht (keine Modifikation) oder leicht verändert wurden und die andere Hälfte hat mittlere oder starke Modifikation gezeigt. Es gab nur drei Beispiele der völligen Modifikationsstufe (vgl. Geyer, 2008, 93).

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass *Zitate* in Überschriften auch eine andere Bedeutung bekommen, als es im DUDEN formuliert wird, d. h. es ist nicht immer eine „wörtlich zitierte Textstelle“, sondern auch eine von *leicht* bis *völlig* veränderte Textaussage.

## 1.4. Funktionen der Überschrift

Burger stellt fest, dass eine der wichtigsten Funktionen der Schlagzeile bzw. Überschrift ist die Aufmerksamkeit der Leser zu erregen und „zugleich dem Leser [zu] erleichtern, seinen ‚Leseweg‘ durch die Zeitung zu finden“ (vgl. Burger, 2005, 114).

Alker setzt sich zum Ziel, genauer spezifische Funktionen von Schlagzeilen zu erläutern. Neben klassischen Funktionen der Schlagzeilen (informative und persuasive Funktionen) sind ihm zufolge vor allem vier Grundfunktionen von Interesse:

1. *Die distinktive Funktion.* Die Schlagzeile informiert über das Thema des Artikels.
2. *Die referentielle Funktion.* Die Schlagzeile informiert über das Geschehen, das im Artikel behandelt wird. Hier werden die Fragen *Wer? Was? Wann? Wo?* beantwortet.
3. *Die expressive Funktion.* Die Zeitungsschlagzeile impliziert eine Stellungnahme des Autors.
4. *Die operative Funktion.* Es wird der Leseanreiz dargestellt. Durch Weckung von Aufmerksamkeit und Interesse soll der Rezipient zum Lesen des Artikels gebracht werden.

Mit diesen Funktionen hängt sehr eng die Überschriftengliederung von Kohrs (2010) zusammen (siehe Kapitel 1.2.). Ihre thematische Überschrift erfüllt die distinktive Funktion, weil es hier um das Informieren über das Thema geht. Die zusammenfassende Überschrift erfüllt die referentielle Funktion, weil es hier um die Zusammenfassung eines Geschehens geht. Rätselhafte und provozierende Überschriften erfüllen die operative Funktion, weil ihr Hauptziel, den Leseanreiz darzustellen, ist. Kohrs unterscheidet keine Überschrift, die die Stellungnahme des Autors impliziert, deswegen wird die von Alker unterschiedene expressive Funktion nicht erfüllt.

## 2. ZUR SYNTAX IN ÜBERSCHRIFTEN

Im empirischen Teil dieser Magisterarbeit werden syntaktische Erscheinungen in Überschriften analysiert und ihr Anteil in beiden untersuchten Sprachen verglichen, z. B. Ausrufe- und Fragesätze sowie Ellipsen.

Im ersten Teil dieses Kapitels werden kurz Satztypen präsentiert, dann folgt die Beschreibung der Erscheinung der Sprachökonomie, und schließlich wird die Tendenz der Ellipse als syntaktisches Mittel in den Überschriften beschrieben.

### 2.1. Satztypen

Sätze werden nach ihrer Funktion eingeteilt in (Labutis, 1998, 111-119):

- *Aussagesatz*: Mit dem Aussagesatz teilt man die Information mit, z. B. *Heute ist Montag*.
- *Fragesatz*: Mit dem Fragesatz drückt Adressant seinen Wunsch aus, etwas zu wissen bzw. zu erfahren, z. B. *Ist heute Montag?*
- *Ausrufesatz*: Die Information, die der Adressant mitteilt, wird von seinen Emotionen ergänzt, z. B. *Heute ist Montag!*

### 2.2. Zum Gegenstand der Sprachökonomie

Siever stellt fest: „Sprachökonomie ist Alltag“ (Siever, 2006, 72). Er fügt noch hinzu, dass sprachökonomische Erscheinungen am meisten in mündlichen Gesprächen zu sehen sind und in folgenden Bereichen vorkommen:

- Phonetik und Phonologie
- Morphologie
- Syntax

In den Bereichen Phonetik und Phonologie tritt die Sprachökonomie in Form der Assimilation in Erscheinung, z. B. es wird *biste* statt *bist du* gesagt.

Wenn man über Sprachökonomie in der Morphologie spricht, dann nimmt man Kurzwörter als Beispiele, z. B. *Pkw* anstelle von *Personalkraftwagen*.



Sprachökonomie in der Syntax sieht man in elliptischen Sätzen. Hier kann der ganze Satz bis zu einem Wort gekürzt werden, z. B. *Tupfer!* statt *Geben Sie mir den Tupfer!* oder *Jetzt brauche ich den Tupfer*<sup>3</sup>.

Siever bemerkt, dass „viele sprachökonomische Erscheinungen [...] Morphologie und Syntax gleichermaßen [berühren], wie etwa Komposita, die mehrgliedrige Nominalphrasen in einem einzigen Wort vereinen“. Als Beispiel gibt er *Aufstiegsfortbildungsförderungsgesetz*, was *Gesetz zur Förderung der Fortbildung für den [beruflichen] Aufstieg* (Siever, 2006, 72). Solche langen Komposita sind für viele schwer zu lesen, aber kommen in der Schriftsprache vor.

Abschließend ist noch zu erwähnen, wann sprachökonomische Erscheinungen vorliegen. Siever behauptet, dass Sprachökonomie vorliegt, wenn „mit minimalem Aufwand ein maximales Ergebnis erzielt wird“ (Siever, 2006, 73).

### 2.3. Tendenz der Ellipsenverwendung in den Überschriften

In seinem Buch *Mediensprache* behauptet Burger, dass hinsichtlich der Syntax [...] elliptische Konstruktionen (wie Auslassung eines Artikelwortes, Hilfsverbs oder auch Bedeutungswörter, die für ein vollständiges Verstehen nötig sind) weniger als früher relevant zu sein [scheinen] (vgl. Burger, 2005, 117).

In der Boulevardpresse war die Kürze der Schlagzeilen immer ein nachgeordnetes Kriterium. Heutzutage folgen auch die Abonnementszeitungen dieser Politik der Boulevardzeitungen, d. h. elliptische Schlagzeilen werden durch vollständige Sätzen ersetzt (vgl. Burger, 2005, 117). An dieser Stelle verweist Burger auch auf folgendes Beispiel, das diese Veränderung illustriert:

(15) **Die Union ist am Zug – und tut sich schwer**

*Die SPD kann sich beim Steuerkompromiß erstmals seit langem zurücklehnen und mit Schadenfreude zuschauen.*

In seinem Buch listet Burger noch mehrere Überschriften als illustrierende Beispiele für die Bevorzugung vollständiger Sätze aus der Gratis-Zeitung *20 Minuten* auf:

(16) **Xaver Pfister bleibt im Amt**

(17) **Alkohol stört den Schlaf**

(18) **Dornach: Vandalenakte bereiten Polizei Sorgen**

(19) **Kasernensanierung ist „im Fahrplan“ u.a.**

---

<sup>3</sup> Beispiele stammen von Siever (2006, 72).

Er bemerkt, dass diese Überschriften nur kleinere Ellipsen enthalten und dass das Verb *ist* auch vorkommt. Seine Auslassung war früher eine Selbstverständlichkeit.

### 3. STILISTISCH-RHETORISCHES MITTEL: METAPHER

Im empirischen Teil dieser Magisterarbeit werden auch Metaphern in Überschriften untersucht, deswegen ist es wichtig, zuerst den Begriff der Metapher zu erklären und dann zur kognitiven Metapher und zu Metaphern in der Presse überzugehen.

#### 3.1. Zum Begriff der Metapher

Die Wurzel der Metaphorik reicht bis in die Antike zurück und ist mit dem Namen Aristoteles verbunden. In seinen Werken *Rhetorik* und *Poetik* spricht er über die Übertragung der Wortbedeutung nach Ähnlichkeit und über durch diesen Prozess geschaffene neue Wortbedeutungen<sup>4</sup>. Er definiert also die Metapher als „Übertragung eines fremden Namens“ (Skirl, Schwarz-Friesel, 2007, 4).

Die griechische Mathematik zur Zeit des Aristoteles wurde wesentlich als „Lehre der idealen Proportionen“ angesehen (Wildgen, 2008, 65). Aristoteles sah Proportionen auch in der Struktur der Metapher wie im Ausdruck<sup>5</sup>:

*Das Alter ist der Abend des Lebens.*

$$\frac{\text{Leben}}{\text{Alter}} = \frac{\text{Tag}}{\text{Abend}}$$

Diese Proportion kann auch vervollständigt sein zu:

$$\frac{\text{Leben}}{\text{Jugend}} = \frac{\text{Tag}}{\text{Morgen}} ; \frac{\text{Leben}}{\text{Tod}} = \frac{\text{Tag}}{\text{Nacht}}$$

Obwohl diese Formel eine mathematisierende Tendenz hat, wurden Metaphern bzw. metaphorisches Reden in der Antike für unwissenschaftlich gehalten und zur Logik gerechnet (vgl. Wildgen, 2008, 65).

Abschließend wird hier noch dargestellt, wie das Deutsche Universalwörterbuch (DUDEN, 2007, 1139) diesen Terminus erklärt: „sprachlicher Ausdruck, bei dem ein Wort (eine Wortgruppe) aus seinem eigentümlichen Bedeutungszusammenhang in einen anderen übertragen wird, ohne dass ein direkter Vergleich die Beziehung zwischen Bezeichnendem und Bezeichnetem verdeutlicht; bildliche Übertragung“.

---

<sup>4</sup> „**Metafora**, (gr. metaphora – perkėlimas), Aristotelio *Retorikoje* ir *Poetikoje* pradėtas aiškinti žodžio ar žodžių jungimo reikšmės perkėlimas pagal panašumą, sukeliantis naujas konvencines raiškas ir sukuriantis kitas reikšmes“, *Estetikos enciklopedija*, 2010, 425.

<sup>5</sup> Das Beispiel stammt von Wildgen, (2008, 65).

### 3.2. Kognitive Metapher

Leute beschäftigen sich schon mehr als 2000 Jahre mit Metaphern. Sie wurde aber immer nur als „eine Ausschmückung der Rede“ betrachtet (Wildgen, 2008, 65).

Die Situation hat sich Anfang 1980er Jahre verändert, wenn die US-Amerikaner George Lakoff und Mark Johnson die kognitive Metaphertheorie mit der Hauptaussage, dass „die Metapher neben ihrer sprachlichen auch eine kognitive Dimension aufweist“, entwickelt haben (Drewer, 2003, 4).

Die Theorie geht davon aus, dass das „alltägliche Sprechen und Handeln metaphorisch ist“ (Drewer, 2003, 5). Wolfgang Wildgen fügt noch hinzu: „Der neu umrissene Begriff der *Metapher* dient [...] als zentrale Verbindung zwischen Denken und Sprechen“ (Wildgen, 2008, 77).

Im Zusammenhang damit wird der Metapher in dieser Theorie die Hauptfunktion zugeschrieben, „abstrakte und komplexe Zusammenhänge sowohl sprachlich als auch kognitiv fassbar zu machen“ (Drewer, 2003, 5). Daraus ergibt sich, dass die Metapher eine Verbindung zwischen einem abstrakten bzw. schwer fassbaren und einem konkreten bzw. kognitiv fassbaren Erfahrungsbereich bildet:

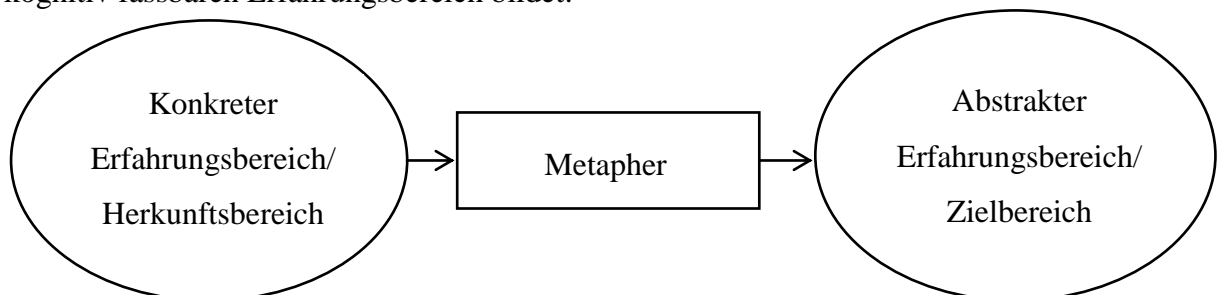


Abb. 4: Metapher als Verbindung zwischen Herkunfts- und Zielbereich

Lakoff und Johnson nennen den konkreten Erfahrungsbereich *Herkunftsbereich* der Metapher und den abstrakten Erfahrungsbereich nennen sie *Zielbereich*. Die Abbildung illustriert, wie das Wissen aus dem Herkunftsbereich mit Hilfe der Metapher in den Zielbereich übertragen wird (Drewer, 2003, 6).

Metaphern werden jeden Tag beim Sprechen bzw. Denken benutzt. Das zeigen Lakoff und Johnson in den folgenden Beispielen<sup>6</sup>:

(6) Your claims are *indefensible*. // Ihre Behauptung ist schwer zu verteidigen.

---

<sup>6</sup> Die Beispiele stammen original von Lakoff und Johnson, aber hier werden sie aus Wildgen (2008, 78) zitiert.

- (7) He *attacked* every weak point in my argument. // Er griff jede schwache Stelle meiner Argumentation an.
- (8) His criticisms were right on *target*. // Seine Kritik traf genau ins Ziel.
- (9) You disagree? Okay, *shoot!* // Sind Sie nicht einverstanden? Schießen Sie los!
- (10) He *shot* down all my arguments. // Er erledigte alle meine Argumente.

Die Beispiele zeigen, dass das Argumentieren als Krieg verstanden wird, d. h. der Herkunftsbereich *Krieg* hilft, den Zielbereich *Argumentieren* zu verstehen. Es ist hier von der kognitiven Metapher ARGUMENTIEREN IST KRIEG (*ARGUMENT IS WAR*) die Rede<sup>7</sup>. In diesen Beispielsätzen sieht man, dass die Gesprächspartner einander als Opponenten sehen, die Waffen und das Ziel zu gewinnen haben.

### 3.3. Metaphern in der Presse

Kohrs hat in ihrem Aufsatz nicht nur strukturelle und semantisch-funktionale (siehe Kapitel 1.2.), sondern auch stilistisch-rhetorische Besonderheiten der deutschen und litauischen Überschriften analysiert. Ihre quantitative Untersuchung hat ergeben, dass in den untersuchten populärwissenschaftlichen Zeitschriftenartikeln „40% aller deutschen Überschriften metaphorisch sind. Auch im Litauischen beträgt ihr Anteil 21%“ (Kohrs, 2010, 228).

Diese große Rolle der Metapher in der Presse hängt von ihrer kognitiven Funktion ab, „komplexe Sachverhalte der gesellschaftlichen Wirklichkeit vereinfacht und auf eindrückliche Weise zu veranschaulichen“ (Skirl, Schwarz-Friesel, 2007, 72).

Kohrs stellt die Frage, ob diese Funktion der Metapher auch in Überschriften realisiert wird. Sie weist darauf hin, dass Metaphern nicht immer deutlich zu sehen sind und, um sie zu verstehen, man zuerst den Kontext kennen muss. Die Autorin führt folgende Beispiele an:

**(11) Detektive der Bibliotheken**

**(12) Europa geht unter der Erde**

Unter *Detektiv* im Beispiel (11) versteht man „eine präzise Kleinarbeit bei der Erforschung unbekannter Manuskripte“ und Beispiel (12) „ist so mehrdeutig, dass hier verschiedene Interpretationen möglich sind“ (Kohrs, 2010, 229).

Die angeführten Beispiele zeigen, dass Metaphern in Überschriften nicht immer eindeutig sind. Trotzdem kommen sie sehr oft vor. Der Grund dafür ist eine der Hauptfunktionen der Überschrift, einen Leseanreiz darzustellen: „ Sie werden oft auch mit

---

<sup>7</sup> Kognitive Metaphern werden in der Form A IST B oder A ALS B dargestellt (Drewer, 2003, 7).

dem Ziel verwendet, aufgrund ihrer Expressivität die Aufmerksamkeit der Mediennutzer zu erregen“ (Skirl, Schwarz-Friesel, 2007, 73).

Der Meinung von Skirl und Schwarz-Friesel stimmt auch Kohrs (vgl. 2010, 228-229) zu und führt folgendes Beispiel an:

(13) **Vegetarische „Vampire“ – Flughunde als Gärtner im Regenwald**

*Vampir* ist ein Blut saugendes Tier und *Vegetarier* essen kein Fleisch. Die Verbindung dieser zwei Wörter klingt widersprüchlich und genau das weckt das Interesse des Lesers.

Kohrs hat die Metaphern nicht aus der Perspektive der Kognition untersucht, aber man findet kognitive Metapher auch im massenmedialen Diskurs. Sie dienen dem Ziel schwer fassbare Sachverhalte vereinfacht zu veranschaulichen. Skirl und Schwarz-Friesel führen ein Beispiel an, wo das Leben moderner Menschen als Blindflug dargestellt wird, es geht hier also um die kognitive Metapher LEBEN ALS BLINDFLUG (Skirl, Schwarz-Friesel, 2007, 73):

(14) Die Moderne versucht uns ein schönes Bild vom Individuum schmackhaft zu machen: wir sitzen als Piloten am Steuerknüppel unseres Lebens und manövrieren es durchs Gelände der Zivilisation. <...>. Wir verfügen bloß über unendlich viele Apparate, die uns darüber hinwegtäuschen, dass es sich um einen lebenslangen Blindflug handelt.“

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Metapher schon lange Untersuchungsobjekt ist, aber jetzt wird sie nicht nur als ein schöner Schmuck der Sprache betrachtet, sondern sie ist ein Mittel, das beim Verstehen komplizierter Konzepte hilft.

## II. EMPIRISCHER TEIL

### 4. EINLEITUNG ZUM EMPIRISCHEN TEIL

Das Ziel des empirischen Teils ist es, Überschriften in der deutschen und litauischen Presse anhand der theoretischen Aussagen des ersten Teils der Magisterarbeit zu vergleichen.

Für die Untersuchung wurden eine deutsche und eine litauische Zeitung ausgewählt, u. z. die *Süddeutsche Zeitung* und *Lietuvos rytas*. Aus jeder Zeitung wurden 200 Überschriften – 100 Überschriften aus der Rubrik *Sport* bzw. *Sporto arena*<sup>8</sup> und 100 Überschriften aus der Spalte *Wirtschaft* bzw. *Rinkos pulsas*<sup>9</sup> – ausgewählt<sup>10</sup>. Alle Überschriften wurden nach dem Zufallsprinzip ausgewählt, sie stammen aber alle aus dem Jahre 2012.

Zuerst werden die Überschriften nach ihrer strukturellen Gestaltung und ihren Zielen analysiert und verglichen, dann geht man zur Syntax in Überschriften über. Das Dritte, was analysiert und verglichen wird, sind die Zitate, und als Letztes werden Metaphern analysiert.

---

<sup>8</sup> *Sporto arena* ist die nächste Entsprechung für die deutsche Rubrik *Sport*.

<sup>9</sup> *Rinkos pulsas* ist die nächste Entsprechung für die deutsche Rubrik *Wirtschaft*.

<sup>10</sup> Alle Überschriften finden sich im Anhang.

## 5. ARTEN DER ÜBERSCHRIFT IM DEUTSCH-LITAUISCHEN VERGLEICH

Im ersten Teil dieses Kapitels werden deutsche und litauische Überschriften nach ihrer Struktur (siehe Arten der Überschrift nach Burger, Kap. 1.2.) analysiert und verglichen, dann geht man zur Analyse ihrer Ziele (siehe Arten der Überschrift nach Kohrs, Kap. 1.2.) über.

Die Analyse hat gezeigt, dass zusammengesetzte Überschriften in der *Süddeutschen Zeitung* (SZ) sowohl im Bereich *Wirtschaft* als auch im *Sport* vorherrschend sind. Anders sieht die Situation in *Lietuvos rytas* (LR) aus: Hier sind einfache Überschriften populärer. Dieses Resultat zeigt das folgende Diagramm:

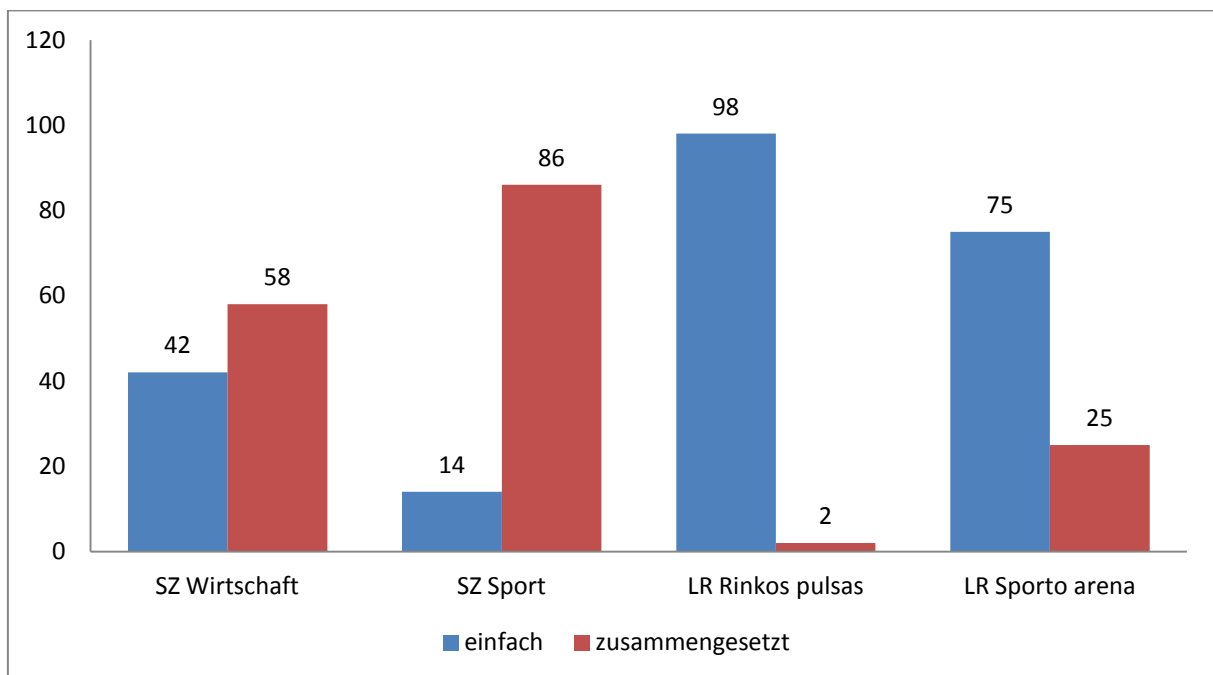


Abb. 5: Anteil der einfachen und zusammengesetzten Überschriften in der *Süddeutschen Zeitung* und *Lietuvos rytas*

Die blaue Säule zeigt den Anteil der einfachen Überschriften und die rote Säule zeigt den Anteil der zusammengesetzten Überschriften. Man sieht einen nicht sehr großen Unterschied zwischen einfachen (42) und zusammengesetzten Überschriften (58) in der SZ in der *Wirtschaft*, aber die rote Säule ist trotzdem größer. Der Unterschied zwischen der Auswahl von einfachen und zusammengesetzten Überschriften in der litauischen Zeitung in beiden Rubriken und in der SZ im *Sport* ist viel größer.

An dieser Stelle muss man noch an Burgers Bemerkung erinnern: Er behauptet, dass komplexe Überschriften in den Zeitungen selten geworden sind (siehe s. 7). Wenn man den



Anteil der zusammengesetzten Überschriften in der SZ im Diagramm anschaut, scheint seine Bemerkung in diesem Fall falsch zu sein.

Wenn man nur zusammengesetzte Überschriften analysiert, sieht man noch einen Unterschied zwischen der SZ und LR. Wenn die Überschriften in LR zusammengesetzt sind, steht die Zusatzzeile immer vor der Titelzeile, es geht hier also um die Oberzeile. Wenn die Überschriften in der SZ zusammengesetzt sind, steht die Zusatzzeile vor allem unter der Titelzeile. Die folgende Tabelle zeigt, welche und wie viele Zusatzzeilen beide Zeitungen haben:

Zeitung Zusatzzeile	SZ Wirtschaft	SZ Sport	LR Rinkos pulsas	LR Sporto arena
Oberzeile	0	5	2	25
Unterzeile	56	80	0	0
Beides	2	1	0	0

Tabelle 1: Anteil der Oberzeile, Unterzeile und beide in zusammengesetzten Überschriften

In der Tabelle sieht man, dass man in der *SZ Wirtschaft* Überschriften nicht nur mit Unterzeile, sondern auch mit beiden Zusatzzeilen, d.h. mit der Ober- und Unterzeile finden kann, z. B.

- (20) Treibstoff für die Technik Ohne Indium funktioniert kein Bildschirm. Ohne Kobalt kein Akku. Auf der Internationalen Funkausstellung werden in der nächsten Woche die neuesten technischen Spielereien vorgestellt. Doch hinter den Kulissen tobt ein Kampf um die seltenen Rohstoffe

**Kleine Prise, hoher Preis**

*Anbieter von Unterhaltungselektronik merken langsam, dass ihre Rohstoffe knapp werden. Womöglich zu spät (SZ, Wirtschaft)*

In der *SZ Sport* gibt es alle möglichen Varianten von Zusatzzeilen – hier gibt es Zusatzzeilen, die entweder vor oder nach der Titelzeile stehen oder beides. Einige Beispiele von jeder Art von Zusatzzeilen:

Oberzeile:

- (21) Eishockey-Idol Sidney Crosby

**Gelungenes Comeback (SZ, Sport)**

Unterzeile:

- (22) **Kämpfe im roten Bereich**

*Vor dem Start der Formel-1 Saison in Melbourne stemmt sich Ferrari gegen Anzeichen der Krise (SZ, Sport)*

Beides:

(23) Zweiter Spieltag der Fußball-Bundesliga: Kreuz und quer durch die Republik sorgen Derbys für Brisanz

**Clasico nach dem Mittagsschlaf**

*Der HSV fährt mit dem eingeflogenen Rafael van der Vaart nach Bremen, in Wolfsburg stecken die Lokalrivalen noch in der Pubertät, Düsseldorfer und Gladbacher feiern Wiedersehen – und wie heißt es eigentlich, wenn München gegen Stuttgart spielt? (SZ, Sport)*

Wie schon erwähnt wurde, kommen die Zusatzzeilen in Überschriften in der litauischen Zeitung in den Rubriken *Wirtschaft* und *Sport* immer vor der Titelzeile, z. B.

(24) Pagaliau pradėjęs dirbti pelningai Lietuvos paštas ieško naujų verslo nišų

**Tikslas – veržtis į banko plotus (LR, Rinkos pulsas)**

(25) K. Kemzūra nebėgs nuo atsakomybės nesėkmės olimpinėse atrankos varžybose Venesueloje atveju

**Treneris – paskui olimpinę svajonę (LR, Sporto arena)**

An dieser Stelle kann man zusammenfassen, dass die deutschen und litauischen Überschriften nur Unterschiede in ihrer strukturellen Gestaltung aufweisen.

Kohrs unterscheidet Überschriften ausgehend davon, welchem Ziel sie dienen (siehe Kap. 1.2). Sie spricht über primär informierende und primär appellative Überschriften.

Die weitere Untersuchung hat gezeigt, dass sowohl in der deutschen als auch in der litauischen Zeitung primär informierende Überschriften den größten Teil bilden. Die Grafik 6 illustriert, welchen Anteil primär informierende und primär appellative Überschriften in den Rubriken *Wirtschaft* und *Sport* in beiden Zeitungen betragen.

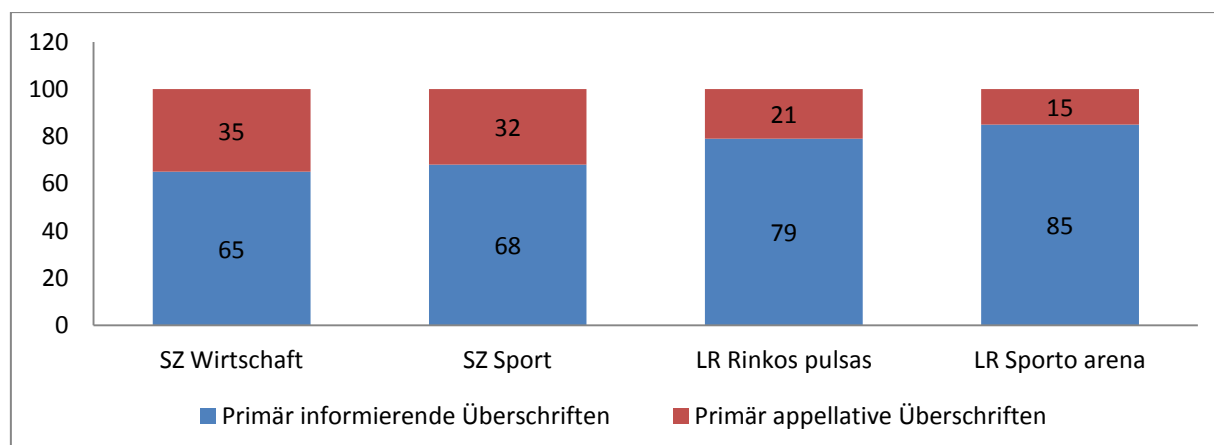


Abb. 6: Anteil von primär informierenden und primär appellativen Überschriften

Man sieht, dass primär informierende Überschriften in der SZ *Wirtschaft* fast doppelt so häufig wie primär appellative Überschriften vorkommen. In der Rubrik *Sport* in der SZ kommen primär informierende Überschriften mehr als doppelt so häufig wie primär appellative Überschriften vor. 79% aller Überschriften in LR in *Rinkos pulsas* und 85% aller Überschriften in LR *Sporto arena* sind informierend.

Zu den primär informierenden Überschriften gehören thematische und zusammenfassende Überschriften. Zu den primär appellativen Überschriften gehören rätselhafte und provozierende Überschriften. Die Analyse der Untertypen von primär informierenden und primär appellativen Überschriften hat ergeben, dass auch hier die deutsche und die litauische Zeitung keine Unterschiede aufweisen, d. h. von den primär informierenden Überschriften kommen in beiden Sprachen thematische Überschriften öfter als zusammenfassende Überschriften vor und der Anteil von rätselhaften Überschriften ist größer als von provozierenden Überschriften. Die folgende Tabelle zeigt diese Resultate:

Zeitung \ Überschriften- typ	Primär informierende Überschriften		Primär appellative Überschriften	
	Thematische Überschriften	Zusammenfassende Überschriften	Rätselhafte Überschriften	Provozierende Überschriften
SZ <i>Wirtschaft</i>	53	12	32	3
SZ <i>Sport</i>	64	4	31	1
LR <i>Rinkos pulsas</i>	61	18	16	5
LR <i>Sporto arena</i>	43	42	12	3

Tabelle 2: Anteil der thematischen, zusammenfassenden, rätselhaften und provozierenden Überschriften in der SZ und LR

Man sieht, dass thematische Überschriften sowohl in der SZ als auch in LR öfter als zusammenfassende Überschriften vorkommen. Folgende Beispiele illustrieren thematische Überschriften<sup>11</sup>:

(26) Flucht und Segen: Preiswerte Zwangslizenzen für wichtige Arzneimittel

**Streit um teure Medikamente**

*Ein indisches Patentgericht erlaubt einem heimischen Hersteller, ein Krebsmittel von Bayer zu kopieren und bringt damit große Pharmakonzerne in Aufruhr (SZ, Wirtschaft)*

<sup>11</sup> Hier und weiter in diesem Kapitel sind nur Hauptschlagzeilen von Interesse

(27) **Dä Mischael**

*Am Sonntag wird Michael Schumacher sein 300. Rennen in der Formel 1 bestreiten. Immer noch dreht sich alles um eine Frage: Macht er weiter? Die Suche nach der Antwort beschäftigt die ganze Branche, sie führt zurück bis in die Zeit, als er noch in Kerpen-Manheim fuhr (SZ, Sport)*

(28) **Į piena – atidesnis žvilgsnis** (LR, Rinkos pulsas)

(29) Mokslininkų teigimu, iki vėlyvojo brendimo mergaitės turi tinkamiausias plaukimui kūno proporcijas

**Iš kur atsiranda sporto vunderkindai?** (LR, Sporto arena)

Thematische Überschriften sollen sachlich neutral formuliert werden und das Thema des Artikels nennen. Die Beispiele (26) – (29) erfüllen diese Kriterien. Im Beispiel (26) sieht man, dass das Thema des Artikels Medikamente sind. Beispiel (27) zeigt, dass es im Artikel um Michael Schumacher geht, über Milch spricht man im Artikel mit der Schlagzeile (28), und (29) zeigt, dass es im Artikel um Sportwunderkinder geht.

Zusammenfassende Überschriften ähneln den thematischen Überschriften, aber hier wird mehr Information gegeben und meistens auf die Fragen Wer? Was? Wann? Wo? geantwortet, z. B.

(30) **Thalia-Umbau kostet 130 Millionen Euro** (SZ, Wirtschaft)

(31) **„Höchstwahrscheinlich werden wir nicht wieder Vize-Meister“**

*FC-Bayern-Trainer Jupp Heynckes über sein bewegtes Leben in fast fünf Jahrzehnten Fußball-Bundesliga, über Tore für Borussia Mönchengladbach, Telefonate mit Mario Gomez, Doppelpässe mit Matthias Sammer, Strategien gegen die Vorherrschaft von Borussia Dortmund – und seine heimliche Sehnsucht nach Stachelbeeren (SZ, Sport)*

(32) **Briuselio taisyklės Maskvai primintos Vilniuje** (LR, Rinkos pulsas)

(33) **Po Eurolygos burtų lietuvių laukia čempionai** (LR, Sporto arena)

Die Analyse der primär appellativen Überschriften hat gezeigt, dass rätselhafte Überschriften öfter als provozierende Überschriften vor dem Artikel sowohl in der deutschen als auch in der litauischen Zeitung stehen. Rätselhafte Überschriften erlauben keinen Rückschluss auf den Gegenstand des Themas und das zeigen folgende Beispiele:

(34) **Der Kranich fliegt – manchmal**

*Nach dem ganztägigen Streik der Flugbegleiter kommt Bewegung in den Tarifkonflikt bei Lufthansa. Die Leiharbeit soll beendet werden. Erste Gespräche sind angesetzt. Am Freitag fielen etwa 900 Flüge aus (SZ, Wirtschaft)*

(35) **Hund und Schwanz**

*Boxer Felix Sturm tritt am Samstag zu einer Titelvereinigung gegen Daniel Geale an – als sein eigener Promoter denkt er aber bereits an die nächsten Kämpfe (SZ, Sport)*

(36) **Iš maišo tebelenda ylos** (LR, Rinkos pulsas)

(37) **Karalius – be karūnos, bet sosto neatsisako** (LR, Sporto arena)

Man weiß, dass Kranich aus dem Beispiel (34) ein Vogel ist, aber im Artikel geht es nicht um einen Vogel, sondern um Flugzeuge. Worum es im Text geht, erfährt man erst nach dem Lesen der Unterzeile. Wenn man Schlagzeile (35) liest, denkt man sofort an ein Haustier, aber nicht an einen Boxer, der eigentlich das Thema des Artikels ist. Genau dasselbe passiert in den litauischen Überschriften: Im Text mit der Überschrift (36) geht es um die Affäre des „Siemens“-Konzern. Der König in der Schlagzeile (37) ist nicht ein eigentlicher König, sondern geht es dort um Lance Armstrong.

Provozierende Überschriften sind sehr selten sowohl in der deutschen als auch in der litauischen Zeitung: in der SZ gibt es insgesamt vier provozierende Überschriften und in der litauischen Zeitung gibt es insgesamt acht Überschriften dieser Art. Hier sind einige Beispiele von provozierenden Überschriften aus der jeweiligen Zeitung:

(38) **Ökostrom aus dem Niemandsland**

*Lange vereitelte ein Grenzstreit mit den Niederlanden einen See-Windpark. Nun naht die Lösung (SZ, Wirtschaft)*

(39) **Endgültig entzaubert**

*Lance Armstrong gibt den Kampf gegen Dopingvorwürfe auf und wird lebenslang gesperrt. Seine Tour-Siege verliert er wohl (SZ, Sport)*

(40) **Kelerius metus galiojanti sriuba** (LR, Rinkos pulsas)

(41) **Tankai, „Facebook“ ir krepšinis** (LR, Sporto arena)

Kohrs beschreibt provozierende Überschriften als solche, deren Thesengültigkeit in Frage gestellt wird (Kohrs, 2010, 224 ff.). Die Wörter „Niemandsland“ und „entzaubert“ kann man meistens in Märchen finden und sie werden von Menschen mit rationalem Denken an dieser Stelle nicht verstanden, deswegen gehören die Überschriften aus den Beispielen (38) und (39) zu den provozierenden Überschriften. Im Beispiel (40) geht es um eine Suppe, die mehrere Jahre gut ist. Wie kann das richtig sein? Der Leser bezweifelt diese Überschrift, wird neugierig und liest den ganzen Artikel. Und was können ein Panzer, „Facebook“ und Basketball aus dem Beispiel (41) allgemein haben? Um diese Frage zu beantworten, muss der Leser wieder den ganzen Artikel lesen.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass, obwohl die Überschriften in der deutschen und der litauischen Zeitung strukturelle Unterschiede aufweisen, sie keine Unterschiede zeigen, wenn man über die Ziele der Überschriften spricht.

## 6. SYNTAX DER ÜBERSCHRIFTEN IM DEUTSCH-LITAUISCHEN VERGLEICH

Im ersten Teil dieses Kapitels werden die Satztypen in der SZ und LR kurz präsentiert, dann geht man zum Gegenstand der Sprachökonomie und zur Tendenz der Ellipsenverwendung in den Überschriften über.

Die Untersuchung hat ergeben, dass die meisten deutschen und litauischen Überschriften in Form des Aussagesatzes geschrieben sind, es gab aber einige Überschriften, die als Fragen oder Ausrufe formuliert wurden:

Satztyp \ Zeitung	Aussagesatz	Fragesatz	Ausrufesatz
SZ Wirtschaft	98	0	2
SZ Sport	98	0	2
LR Rinkos pulsas	90	10	0
LR Sporto arena	93	6	1

Tabelle 3: Satztypen in der SZ und LR

In der Tabelle kann man sehen, dass in der deutschen Zeitung keine Fragesätze vorkommen. Im Unterschied dazu steht die litauische Zeitung, wo Fragesätze öfter vorkommen, als Ausrufesätze. In LR in der Rubrik über *Wirtschaft* stellt die Zeitung dem Leser offene Fragen, die später im Artikel beantwortet werden, z. B.

(42) **Kaip išsirinkti pieninį šokoladą?** (LR, Rinkos pulsas)

(43) **Kuris limonadas be konservantų?** (LR, Rinkos pulsas)

Die Fragen, die die Zeitung dem Leser in LR in der Rubrik über *Sport* stellt, werden nicht immer im Artikel beantwortet. Solche Überschriften nennen das Thema des Artikels, und um die Frage zu beantworten, muss der Leser entweder selbst ein Spiel sehen oder auf die nächste Zeitungsnummer warten und über dieses Spiel dann lesen, z. B.

(44) **Ką prancūzų puolėjų badas žada ispanams?** (LR, Sporto arena)

(45) **Ar įsibėgėję italai išvers ispanus iš sosto?** (LR, Sporto arena)

Die Ausrufesätze sind typischer für die deutsche Zeitung (vier Überschriften) als für die litauische (eine Überschrift). In der SZ erscheint eine der Überschriften in der zitierten Form, d.h. man findet diese Ausrufe im Text. In LR kommt der Ausrufesatz in der Überschrift in der Rubrik *Sport* vor.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass sowohl in der deutschen als auch in der litauischen Zeitung Überschriften selten in anderer Form als Aussagesätze formuliert werden, aber wenn man Überschriften in der anderen Form formuliert, kommen Fragesätze öfter in

der litauischen Zeitung als in der deutschen vor, und Ausrufesätze kommen in der deutschen Zeitung öfter als in der litauischen vor.

Das deutsche Universalwörterbuch beschreibt Ellipse als „Ersparung von Redeteilen“ (DUDEN, 2007, 485). Diese sprachökonomische Erscheinung wird oft in Überschriften in der SZ und LR angetroffen, obwohl Burger behauptet, dass die Kürze der Schlagzeilen weniger als früher relevant ist (siehe Kap. 2.3):

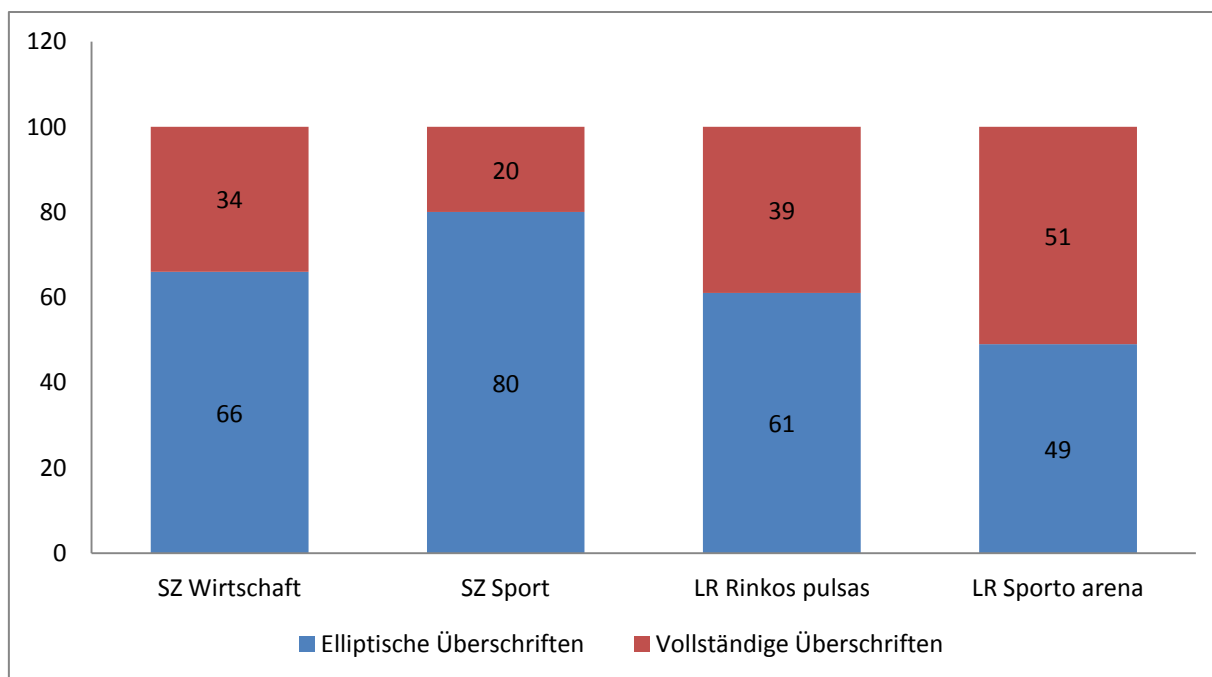


Abb. 7: Anteil von elliptischen und vollständigen Überschriften in der SZ und LR

Das Diagramm zeigt, dass mehr als die Hälfte aller Überschriften (außer LR, *Sporto arena*) elliptisch sind. Elliptische Konstruktionen kommen in der SZ öfter als in LR vor – 73% (146 von 200) in der SZ und 55% (110 von 200) in LR.

Die Untersuchung hat gezeigt, dass Inhaltswörter, solche Wörter, die als Subjekt oder Prädikat dienen, vor allem eliminiert werden:

	Subjekt	Prädikat	Subjekt + Prädikat
SZ Wirtschaft	2	55	9
SZ Sport	1	59	20
LR Rinkos pulsas	32	25	4
LR Sporto arena	15	29	5

Tabelle 4: Anteil von Bedeutungswörtern in der SZ und LR, die eliminiert werden



In der Tabelle sieht man, dass in Überschriften in der SZ vor allem ein Prädikat fällt. Im Gegensatz dazu stehen die litauischen Überschriften – hier fehlen oft nicht nur Prädikate sondern auch Subjekte. Folgende Beispiele illustrieren, wie die elliptischen Überschriften aussehen bzw. formuliert werden:

#### SUBJEKT

(46) **Lasst mir mein Leben!**

*Die gescheiterte Quelle-Erbin Madeleine Schickedanz kämpft um den Rest ihres Vermögens. Sie steuert auf einen Vergleich im Verfahren gegen Sal. Oppenheim und Josef Esch zu. Einst dienten ihre Immobilien als Pfand für hohe Kredite (SZ, Wirtschaft)*

(47) **„Sonnt Euch in meinem Ruhm“**

*Doppel-Olympiasieger Usain Bolt sieht sich als lebende Legende (SZ, Sport)*

(48) **Buvusiam prezidentui žada gerą atlygį** (LR, Rinkos pulsas)

(49) Ar rinkimų kova nesuskaldys sporto bendruomenės?

**Atvėrė duris naujai valdžiai** (LR, Sporto arena)

Überschriften (46) und (47) kann man durch das Personalpronomen „ihr“ ergänzen. Wenn man die Überschriften (48) und (49) liest, stellt man sofort die Fragen „Wer/was verspricht dem Präsidenten einen guten Lohn?“ und „Wer/was öffnete die Tür für die neue Regierung?“. Der Leser stellt diese Fragen und wird neugierig, den ganzen Artikel zu lesen. Ellipsen dienen hier also als ein Leseanreizmittel.

#### PRÄDIKAT

(50) **Chaos in Frankfurt**

*Wegen des Streiks der Stewardessen fallen etwa 200 Lufthansa-Verbindungen aus, Deutschlands größter Flughafen ist blockiert. Passagiere können kostenlos umbuchen oder die Bahn benutzen (SZ, Wirtschaft)*

(51) **Steroide bei Fazekas**

*Auch B-Probe des Diskuswerfers ist positiv (SZ, Sport)*

(52) **Kokteilis iš cukraus ir želatinos** (LR, Rinkos pulsas)

(53) Vyriausia Lietuvos olimpinės rinktinės narė šaulė D. Gudzinevičiūtė Londono žaidynėse pirmadienį savo akimis iš baseino tribūnos matė pergalingą jauniausios mūsų šalies olimpietės R. Meilutytės plaukimą

**Olimpinis auksas – akimirka, kuri pakeičia gyvenimą** (LR, Sporto arena)

Überschrift (50) nennt das Thema des Artikels, aber konkretisiert nicht, was dieses Chaos gemacht hat. Die Überschrift könnte folgendermaßen aussehen<sup>12</sup>, z. B. „Chaos in Frankfurt hat Panik der Fahrgäste hervorgerufen“ oder „Chaos in Frankfurt ist zu Ende“ u. Ä. Genau dieselbe Situation ist in Beispiel (51). Erst in der Unterzeile bzw. Artikel wird klar, ob die Steroide in Fazekas Blut gefunden wurden oder nicht. Überschrift (52) ist auch nicht klar – ist ein Cocktail aus Zucker und Gelatine schädlich oder nicht? Oder geht es hier um etwas Anderes? (53) illustriert den typischsten Ellipsenfall in den litauischen Überschriften – das Inhaltswort „sein“ wird durch das Symbol „–“ ersetzt.

#### SUBJEKT + PRÄDIKAT

##### (54) **In einem Wisch**

*Mit einem Tablett umgarnt Amazon nun auch deutsche Kunden – und übt sich hinter den Kulissen schon als Verleger für den dazu passenden Lesestoff (SZ, Wirtschaft)*

##### (55) **Für die Familie**

*Die Klitschkos inszenieren sich gerne als das Gute im Boxen – dabei hilft ihnen Bernd Bönnte. Doch der Manager der Schwergewichts-Brüder geht in einem harten Geschäft besonders hart vor (SZ, Sport)*

##### (56) **Į kitas rankas** (LR, Rinkos pulsas)

##### (57) **Į Venesuelą – su nerimu ir viltimis** (LR, Sporto arena)

In diesem Fall werden die Überschriften vor allem aus Adverbialen konstruiert. Sowohl in den deutschen als auch in den litauischen Überschriften fehlt die Information *wer/was* etwas macht und *was* gemacht wird, d.h. *wer/was* und *was* wird in einem Wisch oder *wer/was* und *was* wird für die Familie gemacht? Diese Information erfährt der Leser, wenn er Zusatzzeile(n) oder den ganzen Artikel liest.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass trotz Burgers Prognosen, Ellipsen in den deutschen und litauischen Überschriften noch eine typische Erscheinung sind. Unterschiedlich für die deutsche und litauische Zeitung ist nur, was eliminiert wird.

---

<sup>12</sup> Beispiele für vollständige Überschriften hängen nicht mit dem Artikel zusammen.

## 7. ZITATE IN ÜBERSCHRIFTEN IM DEUTSCH-LITAUISCHEN VERGLEICH

Das dritte Untersuchungsobjekt dieser Magisterarbeit waren die Zitate in der SZ und LR.

Es gab 16 Zitate in der SZ und nur zwei in LR. Zitate kamen sowohl in der deutschen als auch in der litauischen Zeitung vor allem in der Hauptschlagzeile vor (14 in der SZ und zwei in LR). Der Rest fand sich in der Zusatzzeile. In der folgenden Tabelle wird dieses Resultat veranschaulicht:

Zeitung \ Schlagzeile	Hauptschlagzeile	Zusatzzeile
SZ Wirtschaft	4	1
SZ Sport	10	1
LR Rinkos pulsas	0	0
LR Sporto arena	2	0

Tabelle 5: Zahl der Zitate in der SZ und LR

In der Tabelle sieht man, dass am meisten in der SZ *Sport* zitiert wurde, und in LR *Rinkos pulsas* gab es überhaupt keine Zitate. Man kann daraus den Schluss ziehen, dass in der deutschen Zeitung lieber zitiert wird als in der litauischen.

Geyer weist auf fünf Modifikationsstufen hin. Die folgende Tabelle zeigt, welche Modifikationsstufen am meisten vorkommen:

Zeitung \ Modifikationsstufe	Keine Modifikation	Leichte Modifikation	Mittlere Modifikation	Starke Modifikation	Völlige Modifikation
SZ Wirtschaft	0	0	1	4	0
SZ Sport	5	2	3	2	0
LR Rinkos pulsas	0	0	0	0	0
LR Sporto arena	0	0	0	2	0

Tabelle 6: Zahl der modifizierten Überschriften und Art der Modifikation in der SZ und LR

In der Tabelle kann man sehen, dass Überschriften in der SZ *Wirtschaft* vor allem stark modifiziert werden. Überschriften in der SZ *Sport* weisen mehrere Arten der Modifikation auf: keine, leichte, mittlere und starke. Alle Überschriften in der litauischen Zeitung werden stark modifiziert. Man sieht, dass keine Überschriften völlige Modifikation aufweisen. Weiter

werden alle Zitate (man fängt mit den Zitaten aus der *SZ Wirtschaft* an, dann geht man zur *SZ Sport* über und *LR Sporto arena* beendet die Analyse) präsentiert und kurz kommentiert.

(58) **Frau Merkel und die Männer von der Wirtschaft**

*„Also ich bin zufrieden“: Die Bundeskanzlerin kontert die Kritik der Verbände und schaltet in den Wahlkampfmodus (SZ, Wirtschaft)*

[Fließtext] Angela Merkel lächelt alle diese Vorwürfe an diesem sonnigen Freitag in München einfach weg. Nach dem Spitzentreffen wird sie auf die Kritik angesprochen: *„Also ich bin mit der Wirtschaft zufrieden“*

Beispiel (58) illustriert die mittlere Modifikationsstufe, d.h. es wird hier ein Inhaltswort ausgelassen. Im Fließtext sagt Angela Merkel, dass sie mit der Wirtschaft zufrieden ist, aber in der Überschrift wird nicht gesagt, womit sie zufrieden ist.

(59) **„Ich gehe nicht von einer Blockade-Politik aus“**

*Wolfgang Pföhler, Chef der Rhön-Kliniken, über uneinige Aktionäre und seine Vision von der bezahlbaren Medizin für jedermann: Die könne nur in Krankenhäusern angeboten werden, die wie Unternehmen geführt würde – und nicht wie Behörden (SZ, Wirtschaft)*

[Fließtext] Ich bin kein Prophet, halte diesen Vergleich aber nicht für zutreffend. *Ich gehe nicht davon aus, dass unsere neuen Aktionäre eine Blockade-Politik verfolgen.*

(59) ist ein Beispiel für eine starke Modifikation, d. h. die Aussage wird reformuliert, aber die Gesamtbedeutung bleibt unverändert.

(60) **„Die Politik hat einen Tunnelblick“**

*Unternehmensberater Roland Berger wirft den Regierungen Europas vor, die Krise zu verschärfen. Er fordert ein Wachstumsprogramm – finanziert mit dem Geld privater Investoren. Sie sollen Autobahnen, Datenleitungen und Krankenhäuser betreiben (SZ, Wirtschaft)*

[Fließtext] Heute scheinen es nur noch zwei Wege zu geben: Einerseits Sparen, Lohnsenkungen und Austerität mit den Folgen von Rezession, Arbeitslosigkeit und Verarmung für die Südländer. Andererseits Zählungen durch Deutschland und andere Nordländer für die durch exzessive Ausgaben angehäuften Schulden des Südens. *Durch den Tunnelblick der Politik* auf diese zwei Alternativen leidet Europa mittlerweile unter einer Dreifachkrise.

Hier sieht man wieder eine starke Modifikation: Ein Satzglied „Durch den Tunnelblick der Politik“ wird in der Überschrift zu einem kompletten Subjekt-Prädikat-Objekt-Satz. Trotzdem wird die Gesamtbedeutung erhalten.

(61) **„Wir werden auf den Weltmarkt drängen“**

*Milch für Russland, China, Vietnam? Der Chef des größten deutschen Molkereikonzerns DMK sieht darin die Zukunft. Ein Gespräch mit Josef Schwaiger über die Überproduktion zuhause und den wachsenden Durst der Schwellenländer (SZ, Wirtschaft)*

[Fließtext] Wir werden mehr auf dem Weltmarkt verkaufen, etwa in Russland.

(61) ist ein Beispiel für eine starke Modifikation. Obwohl das Wort „verkaufen“ im Fließtext zum Wort „drängen“ in der Überschrift wird, verändert sich die Bedeutung des Gesagten nicht.

(62) **„Keine Geschäfte mit Duz-Freunden“**

*Stefan Wolf ist erfolgreicher Manager in der Automobilbranche und gut vernetzt in Politik und Wirtschaft. Angesichts der EnBW-Affäre, die sein Weggefährte Dirk Notheis ausgelöst hat, warnt er vor zu viel Nähe im Geschäft (SZ, Wirtschaft)*

[Fließtext] Ja, ich habe gesagt, dass wir bei entsprechenden Projekten eher mit anderen Banken zusammenarbeiten werden, weil wir per Du sind, weil wir uns zu gut kennen.

„Duz-Freunden“ nennt Stefan Wolf, der zitiert wird, seine Freunde, die er duzt und er wird lieber Geschäfte mit Banken als mit Freunden machen. Wir haben hier eine starke Modifikation, weil die Aussage komplett reformuliert wird, aber die Gesamtbedeutung wird erhalten.

(63) **„Sabotageakt“ (KB)**

*Spiel in Zwickau wird nachgeholt (SZ Sport)*

[Fließtext] Das Sportgericht ging in seinem Urteil von einem gezielten „Sabotageakt durch Dritte“ aus, der „kaum vermeidbar und dem FSV Zwickau nicht mehr zuzurechnen war“.

Im Beispiel (63) geht es um eine mittlere Modifikation: Es wird ein Teil des Zitates ausgelassen, aber die Gesamtbedeutung bleibt unverändert.

(64) **„Wir brauchen sie“ (KB)**

*DOSB-Ethikpreis für den Fanforscher Pilz (SZ Sport)*

[Fließtext] Wir brauchen Sie, auch wenn Sie manchmal genervt haben.

(65) **„Plan B der Fifa“ (KB)**

*Bin Hammam sieht Komplott gegen sich (SZ Sport)*

[Fließtext] Und mehr noch die Reaktion Bin Hammams: aus dessen Kreisen hieß es am Freitag, er halte den neuerlichen Angriff auf ihn, diesmal über den Asien-

Verband, für einen „Plan B der Fifa“ – er vermutet, diese steuere die Angelegenheit aus Zürich.

(66) **Lieber pragmatisch**

*Freiwasserschwimmer Thomas Lurz lobt sich für seine „clevere taktische Entscheidung“, den Tunesier Oussama Mellouli einen Kilometer vor dem Ziel wegziehen zu lassen. Der Deutsche sichert sich auf diese Weise die Silbermedaille* (SZ Sport)

[Fließtext] Auf dieser letzten Runde habe ich eine sehr clevere taktische Entscheidung getroffen [...]

(67) **„Sonnt Euch in meinem Ruhm“**

*Doppel-Olympiasieger Usain Bolt sieht sich als lebende Legende* (SZ Sport)

[Fließtext] Eins noch. Ich bin jetzt eine lebende Legende. Sonnt euch in meinem Ruhm.

(68) **„Höchstwahrscheinlich werden wir nicht wieder Vize-Meister“**

*FC-Bayern-Trainer Jupp Heynckes über sein bewegtes Leben in fast fünf Jahrzehnten Fußball-Bundesliga, über Tore für Borussia Mönchengladbach, Telefonate mit Mario Gomez, Doppelpässe mit Matthias Sammer, Strategien gegen die Vorherrschaft von Borussia Dortmund – und seine heimliche Sehnsucht nach Stachelbeeren* (SZ Sport)

[Fließtext] Erst einmal werden wir nicht drei Mal hintereinander verlieren. Und höchstwahrscheinlich werden wir nicht wieder Vize-Meister.

Beispiele (64) – (68) weisen keine Modifikation auf. Man findet unveränderte Aussagen von der Überschrift im Artikel.

(69) **„Falsches Programm“**

*ARD/ZDF weisen Hartings Vorwürfe zurück* (SZ Sport)

[Fließtext] Robert Harting scheint in der Vergangenheit offenbar das falsche Programm eingeschaltet zu haben, die ARD würde nur Fußball übertragen.

(69) ist ein Beispiel für eine leichte Modifikation – „falsches Programm“ vs. „das falsche Programm“. In der Überschrift wird der Artikel im Attribut impliziert, und im Fließtext steht der Artikel neben dem Attribut, also explizit. Das verändert den Bedeutungszusammenhang nicht.

(70) **„Klose wieder der Alte!“** (SZ Sport)

[Fließtext] Klose ist wieder der Alte. Er beweist, dass er ein Fundament der Lazio-Elf ist.

Wie im Beispiel (69) sieht man hier eine leichte Modifikation, aber anderer Art – das Hilfsverb in der Überschrift wird ausgelassen, aber die Gesamtbedeutung wird nicht verändert.

(71) **„Der Verein braucht so einen Typen wie mich“**

*Helmut Hack, Präsident und prägende Figur der SpVgg Greuther Fürth, steht mit seinem Verein vor der historischen Premierensaison in der ersten Bundesliga. Vor der ersten Pokalrunde spricht er über die Notwendigkeit von Quartalsberichten, kreative Tricks auf dem Transfermarkt – und einen neuen Harry Koch (SZ Sport)*

[Fließtext] Ein Verein unserer Größenordnung braucht so einen Typen wie mich – in der Zukunft eben ein bisschen moderner, vielleicht auch besser oder anders.

Im Beispiel (71) geht es um eine mittlere Modifikation, weil in der Überschrift ein Inhaltswort fehlt, das im Artikel vorkommt, und zwar „unserer Größenordnung“. Außerdem wird ein unbestimmter Artikel zu einem bestimmten: „ein Verein“ vs. „der Verein“

(72) **„Die Reden waren für den Papierkorb“ (Interview)**

*Videoüberwachung? Stehplatzverbot? Höhere Eintrittspreise? Hannover-Präsident Martin Kind über mögliche Maßnahmen gegen gewalttätige Fußballfans – und warum er sich trotzdem gerne mit den Ultras trifft. (SZ Sport)*

[Fließtext] Denn die Reden der Mannschaftskapitäne, die vor der ersten Heimspielen der Saison in allen Stadien einen Text verlassen, in dem sie beim Publikum um Toleranz warben, waren offenbar für den Papierkorb.

(72) illustriert zwei Arten der Modifikation:

1. Mittlere Modifikation – hier werden ein Inhaltswort „der Mannschaftskapitäne“, das konkretisiert, um wessen Reden es im Artikel geht, und ein Adverb ausgelassen.
2. Starke Modifikation – es werden zwei Nebensätze, die in den Hauptsatz eingeschoben sind, eliminiert.

Trotz dieser Modifikationen wird die Gesamtbedeutung erhalten.

(73) **„Doping war wie Sauerstoff“**

*Der frühere Radprofi Tyler Hamilton erneuert seine Vorwürfe gegen Lance Armstrong (SZ Sport)*

[Fließtext] Im Denken von Lance war Doping ein Bestandteil des Lebens, wie Sauerstoff oder die Schwerkraft [...]

In (73) sieht man eine starke Modifikation – in der Überschrift werden nur einige Teile des Artikels zitiert, aber das verändert die Gesamtbedeutung nicht.

(74) **V. Chomičius: „Sporte nieko negali nuspėti“** (LR, Sporto arena)

[Fließtext] Nesame silpni, yra žaidėjų, galinčių vesti komandą į priekį. Nors sporte galimi įvairūs scenarijai, gerai, kad žinau, kad komandos prisikelia ir po skaudžiausių nesėkmių.

In (74) weist die Form der Aussage große Veränderungen aus, aber die Gesamtbedeutung wird erhalten, deswegen geht es hier um eine starke Modifikation: „Man kann nichts im Sport voraussagen“ vs. „Verschiedene Szenarien sind im Sport möglich“.

(75) **D. Šemberas: „Norisi pergalių, tačiau abejoju, ar pavyks“** (LR, Sporto arena)

[Fließtext] Gal mums pagaliau pavyks? Bet aš pats stipriai abejoju, nors ir labai noriu.

Genau wie in (74) geht es hier um eine starke Modifikation: Die Aussage wird reformuliert, aber der Bedeutungszusammenhang bleibt unverändert: „Man wünscht Siege, aber ich bezweifle, ob es gelingt“ vs. „Aber ich selbst bezweifle, obwohl ich es sehr stark möchte“.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Beispiele (58) – (75) zeigen, dass zitierte Textstellen in den Überschriften entweder keine oder von leichter bis starke Modifikation aufweisen. Trotz dieser Modifikationen wird die Gesamtbedeutung erhalten, es wird also nur die Form verändert, aber nicht die Bedeutung.



## 8. METAPHERN IN DER PRESSE IM DEUTSCH-LITAUISCHEN VERGLEICH

Schon im theoretischen Teil wurde klar, dass Metaphern von Lakoff und Johnson nicht mehr als poetisches Mittel zur Ausschmückung aufgefasst wurden, sondern „ihnen wurde eine grundlegende Funktion bei der Herausbildung von Alltagsbegriffen zugesprochen, durch die wir erkenntnismäßigen Zugang zu Dingen unserer Umwelt erlangen.“ (Petraškaitė-Pabst, 2006, 30).

In diesem Kapitel werden Metapher in der deutschen und der litauischen Zeitung präsentiert und verglichen, und es wird klar, mit welchen Mitteln komplizierte Sachverhalte in den Zeitungen erklärt werden.

Die Untersuchung hat ergeben, dass 18,73% aller deutschen Überschriften, die in der SZ *Wirtschaft* und *Sport* vorkommen, metaphorisch sind. In der litauischen Zeitung ist dieser Anteil ein wenig größer – ihr Anteil beträgt 27,31%.

Bei der Untersuchung wurden Hauptschlagzeilen und Zusatzschlagzeilen als einzelne betrachtet, d. h. wenn eine Unterzeile metaphorisch ist, dann ist nicht die ganze Überschrift metaphorisch, sondern nur die Unterzeile. In der folgenden Tabelle wird gezeigt welche Überschriften metaphorisch sind:

Schlagzeile Zeitung	Oberschlagzeile	Hauptschlagzeile	Unterschlagzeile	Insgesamt
SZ Wirtschaft	1	11	13	25
SZ Sport	4	15	21	40
LR Rinkos pulsas	0	14	0	14
LR Sporto arena	6	42	0	48

Tabelle 7: Metaphorische Überschriften in der SZ und LR

In der Tabelle sieht man, dass metaphorische Überschriften sowohl in der ZS als auch in LR öfter in der Rubrik *Sport* als in *Wirtschaft* vorkommen. Unterschiedlich für beide Zeitungen ist, welche Überschriften metaphorisch sind – in der SZ kommen Metaphern am meisten in der Unterschlagzeile vor, und in LR finden sie sich vor allem in der Hauptschlagzeile. Das konnte man aber früher ahnen, weil litauische Überschriften selten mit Zusatzzeilen vorkommen.

Weiter werden Metaphern in einzelnen Zeitungen sowie Rubriken beschrieben und am Ende des Kapitels werden die Resultate der Untersuchung zusammengefasst.

### 1. SZ, Wirtschaft

Es wurden insgesamt 160 Überschriften (100 Haupt-, zwei Ober- und 58 Unterschlagzeilen) analysiert und die Analyse hat gezeigt, dass 15,63% aller Überschriften metaphorisch sind.

Man kann sieben Hauptgruppen<sup>13</sup> der Metapher und sieben einzelne Metaphern, die man keiner dieser Gruppen zuordnen kann, unterscheiden.

### **Gewächs – Metapher**

Zu dieser Gruppe gehören fünf Überschriften, in denen Bedürfnisse, Industrie, Arbeitskosten, Ideen und Durst als Gewächse erscheinen:

(76) Rivalisierende Anbieter von ökologisch und fair zertifizierten Waren arbeiten künftig enger zusammen. So wollen sie den wachsenden Bedarf der Lebensmittelindustrie und des Einzelhandels decken

(77) Wachstum nur in Übersee

(78) Arbeitskosten steigen

(79) Eine Idee aus der Volksrepublik gilt als Wachstumsmotor

(80) Milch für Russland, China, Vietnam? Der Chef des größten deutschen Molkereikonzerns DMK sieht darin die Zukunft. Ein Gespräch mit Josef Schwaiger über die Überproduktion zuhause und den wachsenden Durst der Schwellenländer

Das Wort *steigen* im (78) bezieht sich nicht direkt mit Gewächse, aber es bezeichnet etwas, was sich in die Höhe bewegt, genau wie Pflanzen, die wachsen.

### **Kampf/Krieg – Metapher**

(81) „Also ich bin zufrieden“: Die Bundeskanzlerin kontert die Kritik der Verbände und schaltet in den Wahlkampfmodus

(82) Die gescheiterte Quelle-Erbin Madeleine Schickedanz kämpft um den Rest ihres Vermögens. Sie steuert auf einen Vergleich im Verfahren gegen Sal. Oppenheim und Josef Esch zu. Einst dienten ihre Immobilien als Pfand für hohe Kredite

(83) Treibstoff für die Technik Ohne Indium funktioniert kein Bildschirm. Ohne Kobalt kein Akku. Auf der Internationalen Funkausstellung werden in der nächsten Woche die neuesten technischen Spielereien vorgestellt. Doch hinter den Kulissen tobt ein Kampf um die seltenen Rohstoffe

---

<sup>13</sup> Wenigstens zwei Metaphern derselben Thematik bilden eine Gruppe.

(84) Sieg für Bedürftige

In einem Kampf oder einem Krieg *kontert* man die Gegner, man *kämpft* und man strebt nach dem *Sieg*. Die Überschriften (81) – (84) zeigen, dass man dasselbe in der Politik und in der Industrie macht.

### **Vogel – Metapher**

(85) Der Kranich fliegt – manchmal

(86) Vögelchen flieg´

Mit *dem Kranich* in Beispiel (85) wird ein Flugzeug gemeint. Diese Metapher ist einfach zu erklären – Flugzeug ist mit seiner Form mit einem Vogel ähnlich und wird hier statt eines Verkehrsmittelsnamen ein Vogelnamen verwendet. Mit dem *Vögelchen* im Beispiel (86) wird ein Gesetz, das man zu beschließen denkt, gemeint. Die Ähnlichkeit zwischen einem Vögelchen und einem Gesetz wird nicht klar. Dass mit *dem Kranich* ein Flugzeug und mit dem *Vögelchen* ein Gesetz gemeint ist, wird nur nach dem Lesen der Zusatzzeile und des ganzen Artikels klar.

### **Messer – Metapher**

(87) Unternehmensberater Roland Berger wirft den Regierungen Europas vor, die Krise zu verschärfen. Er fordert ein Wachstumsprogramm – finanziert mit dem Geld privater Investoren. Sie sollen Autobahnen, Datenleitungen und Krankenhäuser betreiben

(88) Schon vor 20 Jahren erkrankten Menschen, weil sie den Leistungsdruck nicht aushielten. Heute verschärft die ständige Erreichbarkeit diesen Trend

In Beispiele (87) – (88) wird das Wort *Messer* nicht direkt benutzt, aber man kann ein Messer *schärfen*. Was kann in der Wirtschaft *geschärft* werden? Die Überschriften zeigen, dass man über die Krise als ein Messer spricht, das *geschärft* werden kann. Der Trend bzw. die Situation der Menschenerkrankungen kann auch *geschärft* werden.

### **Metapher eines Lebewesens**

(89) Apple arbeitet an einem Internetradio – und versucht die Konkurrenz einzuschüchtern

(90) Ölpreis treibt Inflation an

In Beispiele (89) – (90) werden komplizierte Sachen, d. h. Konkurrenz und Ölpreis mittels der Eigenschaften der Lebewesen erklärt. Die Konkurrenz kann also *einschüchtert* werden, und Ölpreis kann eine Wirkung auf die Inflation machen.

### **Beine – Metapher**

(91) Kapitalflucht aus Spanien

(92) Die Zins-Millionen des Politikers kommen von den Caymans

Beispiele (91) – (92) zeigen, dass Geld Beine haben. Sie *fliehen* aus Spanien und *kommen* von den Caymans.

### **Container - Metapher**

(93) Wegen des Streiks der Stewardessen fallen etwa 200 Lufthansa-Verbindungen aus, Deutschlands größter Flughafen ist blockiert. Passagiere können kostenlos umbuchen oder die Bahn benutzen

(94) Chinesen steigen beim Gabelstapler Kion ein

Im Beispiel (93) werden Flüge als Dinge, die in einer Kiste gelegt sind und aus dieser Kiste *herausfallen* können, bezeichnet. Im Artikel mit der Überschrift (94) geht es um eine Firma, bei der Chinesen *einsteigen* werden. Also, diese Firma kann man sich auch als einen Container vorstellen, in den man *einsteigen* kann.

### **Gewicht – Metapher**

(95) Der Gütersloher Medienkonzern Bertelsmann hat eine schwere Zeit. Die Renditen bröckeln auf breiter Front. Aber da ist noch ein Erotik-Bestseller aus den USA: „Fifty Shades of Grey“. Und der stimuliert die Bilanz

Man hört oft sagen „eine schwere Zeit ist gekommen“. Man denkt aber nicht, dass dieser Satz metaphorisch ist. Man kann Äpfel, Ziegel, Menschen wiegen, aber nicht die Zeit. Deswegen ist die Aussage *schwere Zeit* auch in der Überschrift (95) metaphorisch.

### **WAHL IST JAGD**

(96) Auf der Jagd nach Wählerstimmen geht Frankreichs Präsident Nicolas Sarkozy in diesen Tagen überall hin. Sogar dahin, wo Schweine geköpft und Rinder zerlegt werden

Wenn die Zeitung über die Wahlen schreibt, ist dann die Rede von einer Jagd. Die Kandidaten sind also die Jäger, und wenn die Kandidaten Leute versuchen zu erzeugen, für sie zu stimmen, dann geht es um eine *Jagd nach Wählerstimmen*. Man kann hier eine konzeptuelle Metapher formulieren WAHL IST JAGD.

### **MENSCH IST MASCHINE**

(97) „Also ich bin zufrieden“: Die Bundeskanzlerin kontert die Kritik der Verbände und schaltet in den Wahlkampfmodus

Beispiel (97) zeigt, dass ein Mensch als eine Maschine in einen Modus *schalten* kann.

### **PREIS IST SCHIFF**

(98) An der Strombörse sinkt der Preis für Elektrizität. Doch einer Studie zufolge profitieren davon nun Großabnehmer, die Bürger zahlen drauf

Preise muss man als Schiffe sich vorstellen, die sinken können.

### **HANDY IST MINE**

(99) Das Handy als Mine

Im Beispiel (99) wird die Metapher mit dem Vergleichswort *als* formuliert. Nach dem Lesen des Artikels wird klar, warum ein Handy mit einer Mine verglichen wird.

(100) Fliegen-Klatsche

Im Beispiel (100) geht es nicht um Fliegen und eine Klatsche, die zum Schlagen nach Fliegen benutzt wird. Es geht dort um einen Mann, der eine *Fliege* statt Krawatte trägt und mit *Klatsche* ist Kritik gemeint.

(101) Patienten in der Drehtür

Wie im Beispiel (100) wird die Bedeutung der Überschrift (101) nach dem Lesen des Artikels klar. Mit den *Patienten in der Drehtür* wird gemeint, dass Patienten in Krankenhäusern weniger Zeit verbringen, nachdem sie operiert oder anders behandelt werden.

## 2. LR, Rinkos pulsas

Es wurden insgesamt 102 Überschriften (100 Haupt- und zwei Oberschlagzeilen) analysiert, und die Analyse hat gezeigt, dass 13,73% aller Überschriften metaphorisch sind.

Man kann zwei kleine Hauptgruppen der Metapher und 10 einzelne Metaphern, die man zu keiner dieser Gruppen zuordnen kann, unterscheiden.

### Gewächs – Metapher

Zu dieser Gruppe gehören zwei Metaphern, in denen Industrie und Einkommen als Gewächse bezeichnet werden:

(102) Pramonė stiebiasi

(103) Pajamos auga

Die Verben *stiebiasi* und *auga* bedeuten *wachsen*. Dieser Prozess ist für Pflanzen typisch. Die Metaphern zeigen also, dass Prozesse in Industrie oder Ökonomie für die Gesellschaft einfacher zu verstehen sind, wenn man über sie als Gewächse schreibt.

### Ball – Metapher

(104) Talinas metė iššūki įprastai tvarkai

(105) Meta bankams iššūki

Die wörtlich übersetzte litauische Redewendung *mesti iššūki* ins Deutsche ist *eine Herausforderung werfen*. Das ist eine untypische Übersetzung und klingt *undeutsch*. Aber wenn man eine richtige Übersetzung verwendet, u. z. jemanden herausfordern, verliert die litauische Redewendung in diesem Fall ihre metaphorische Seite. Man muss sich vorstellen, dass eine Herausforderung ein Ball ist, und im Litauischen kann man ihn zu der gewöhnlichen Ordnung oder zu den Banken werfen.

## FORTSCHRITT IST SPRUNG

(106) Naujas biofarmacijos šuolis

Im Artikel geht es um einen Fortschritt in der Biopharmazie, und er wird als ein Sprung dargestellt. Wenn man also einen Fortschritt macht, dann springt man.

## **BIER IST LEBEWESEN**

(107) „Vilkmergės kvietinis“ – tradiciškai gyvas

Im Artikel geht es um Bier, das als Lebewesen beschrieben wird, also ihm wird die Eigenschaft *lebendig* zugeschrieben.

## **STAATSANWALT IST MAULWURF**

(108) Prokurorai rausiasi šilumininkų urvuose

*Die Staatsanwälte wühlen in die Höhlen* ist ein metaphorischer Satz, wo Staatsanwälte als Maulwürfe dargestellt werden.

## **BANKROTT IST ABGRUND**

(109) Atsidūrė ties bedugne

Im Artikel mit der Schlagzeile (109) geht es um Bankrott. Man schreibt, dass, wenn eine Firma vor der Pleite steht, sie dann am Abgrund steht.

## **Salz – Metapher**

(110) Įsūdė baudą

Wenn jemand bzw. etwas eine Strafe bekommt, dann wird es *versalz*. Es geht also hier um eine kognitiven Metapher STRAFE IST SALZ.

## **HILFE IST HAND**

(111) Madridas ties ranka

Wenn man über finanzielle Hilfe schreibt, benutzt man die Hand–Metapher. *Jemanden helfen* bedeutet *die Hand geben*. Diese Metapher trifft man oft im verbalen Diskurs und sie ist so gewöhnlich, dass man diese Metapher nicht als Metapher betrachtet.

## **SPANIEN IST SCHIFF**

(112) Ispanija grimzta

Was kann *sinken*? Die erste Antwort wäre vielleicht ein Schiff. In dieser Überschrift wird Spanien als ein Schiff, das sinkt, dargestellt.

## VERLUST IST WASSER

(113) Nèrè i nuostolius

In der Überschrift ist geschrieben, dass man *im Verlust getaucht hat*. Man kann daraus schließen, dass Verlust Wasser ist.

(114) Kainos vis kyla

Man muss sich Preise als etwas im Aufzug vorstellen: Wenn Preise größer werden, dann fährt der Aufzug nach oben, d. h. sie werden erhöht, und umgekehrt, wenn die Preise kleiner werden, dann fährt der Aufzug nach unten, und die Preise werden herabgesetzt.

(115) Maisto kainos kelia pavoju

In dieser Überschrift kann man zwei kognitive Metapher sehen: PREIS IST HEBEKRAN und GEFAHR IST KISTE. Beide Metaphern sind miteinander verbunden: *Preise*, die als Hebekran dargestellt sind, *heben Gefahr*, das in diesem Fall als eine Kiste dargestellt ist, *hoch*.

### 3. SZ, Sport

Es wurden insgesamt 187 Überschriften (100 Haupt-, sechs Ober- und 81 Unterschlagzeilen) analysiert und die Analyse hat gezeigt, dass 21,39% aller Überschriften metaphorisch sind. Insgesamt gab es 41 Metaphern und sie kamen vor allem in der Unterschlagzeile – 22 Metaphern – vor.

Man kann fünf Hauptgruppen der Metapher und neun einzelne Metaphern, die man keiner dieser Gruppen zuordnen kann, unterscheiden.

## SPORT IST KAMPF/KRIEG

(116) FCB-Gegner Olympique Marseille

(117) Neue Sorgen um Innenverteidiger

(118) Kämpfe im roten Bereich

(119) Vor dem Start der Formel-1 Saison in Melbourne stemmt sich Ferrari gegen  
Anzeichen der Krise

(120) Sprintsieg beim Biathlon-Finale



- (121) David Ferrer nutzt die Abwesenheit von Rafael Nadal, um sich bei den US Open ins Rampenlicht zu kämpfen. Im Halbfinale fordert er Novak Djokovic heraus
- (122) Zweite Niederlage
- (123) In einem elektrisierenden Nacht-Spiel bezwingt die Deutsche Angelique Kerber bei den US Open die einstige Turniersiegerin Venus Williams. Am Ende gibt es sogar Beifall vom parteiischen Publikum
- (124) Deutsche Gegner in der Europa League
- (125) Boxer Felix Sturm tritt am Samstag zu einer Titelvereinigung gegen Daniel Geale an – als sein eigener Promoter denkt er aber bereits an die nächsten Kämpfe
- (126) FC-Bayern-Trainer Jupp Heynckes über sein bewegtes Leben in fast fünf Jahrzehnten Fußball-Bundesliga, über Tore für Borussia Mönchengladbach, Telefonate mit Mario Gomez, Doppelpässe mit Matthias Sammer, Strategien gegen die Vorherrschaft von Borussia Dortmund – und seine heimliche Sehnsucht nach Stachelbeeren
- (127) „Sabotageakt“
- (128) Viertligist contra Fifa
- (129) Lance Armstrong gibt den Kampf gegen Dopingvorwürfe auf und wird lebenslang gesperrt. Seine Tour-Siege verliert er wohl
- (130) Vilanovas erster Clasio-Sieg
- (131) Österreich suspendiert HSV-Verteidiger
- (132) Mit 17 saß Nico Rosberg zum ersten Mal in einem Formel-1-Auto, beherrschte vier Sprachen und galt als der neue Schumacher. Zehn Jahre später ist er immer noch ein potenzieller Siegfahrer – aber er hat sein Profil verloren. Erkenntnisse einer Autofahrt zu weit
- (133) Christopher Froome musste die Tour gewinnen. Doch er hat den Erfolg dem Kapitän zu überlassen
- (134) Bin Hammam sieht Komplott gegen sich
- (135) Freiwasserschwimmer Thomas Lurz lobt sich für seine „clevere taktische Entscheidung“, den Tunesier Oussama Mellouli einen Kilometer vor dem Ziel wegziehen zu lassen. Der Deutsche sichert sich auf diese Weise die Silbermedaille
- (136) Die US-Fußballerinnen gewinnen mit einem 2:1 über Weltmeister Japan Gold und zeigen vor über 80 000 im Wembley-Stadion, dass der Frauenfußball auch ohne das lange dominante Deutschland ganz gut auskommt

Die kognitive Metapher SPORT IST KAMPF/KRIEG bildet die größte Gruppe (22 Metaphern) der Metaphern im *Sport*. Sport wird also mit dem Begriff des *Kampfes/Krieges*

erklärt, wobei Sportler einander als *Gegner* sehen, beim Kämpfen verschiedene *Taktiken* benutzen, *Komplote* spinnen und entweder *gewinnen* oder eine *Niederlage* erleiden.

### **SPORTLER IST IDOL/KÖNIG/HELD**

(137) Eishockey-Idol Sidney Crosby

(138) Die Südafrikanerin Natalie du Toit ist in die traurige Königin der Paralympics.  
Wie 2008 wäre sie gerne auch bei Olympia angetreten – es blieb ihr verwehrt

(139) Der Held der Hürden

Die Beispiele (137) – (139) zeigen, dass es gewöhnlich ist, Sportler als eine höhere Macht zu sehen, z. B. als *Könige* oder *Idol*. Sie werden von Leuten gerühmt.

### **Mensch – Metapher**

(140) Der Unfall von Spa hat eine Sicherheitsdebatte in der Formel 1 ausgelöst, die an diesem Wochenende in Monza weitergeführt wird. Zum besseren Schutz der Fahrer könnten die Cockpits bald geschlossen werden, das würde das Gesicht dieses Sports verändern. Bleibt nur die Frage, ob die Branche das will

(141) Der HSV fährt mit dem eingeflogenen Rafael van der Vaart nach Bremen, in Wolfsburg stecken die Lokalrivalen noch in der Pubertät, Düsseldorfer und Gladbacher feiern Wiedersehen – und wie heißt es eigentlich, wenn München gegen Stuttgart spielt?

Im Beispiel (140) wird Sport mit einem Menschen verglichen – er hat ein *Gesicht*, das sich verändern kann. Man kann die kognitive Metapher SPORT IST MENSCH formulieren.

Im Beispiel (141) wird die Fußballmannschaft als eine junge Person, die noch *in der Pubertät* ist, beschrieben. Dem Leser wird klar, dass diese Mannschaft jung bzw. neu und noch nicht sehr stark ist.

### **Reise – Metapher**

(142) Neue Wege

(143) Julius Brink und Jonas Reckermann nutzen das Schaufenster, das ihnen Olympia bietet. Ihr Weg zu Gold wird von Millionen Menschen in der Heimat verfolgt. Nun hoffen sie, dass die Begeisterung für Beachvolleyball die Zeit der Spiele überdauert

(144) Mit dem Finalleinzug der deutschen Hockey-Männer hat Markus Weise als erfolgreicher Olympia-Trainer eine weitere Stufe genommen

Im Artikel mit der Schlagzeile (142) schreibt man über den Volleyball-Präsidenten, der nach 15 Jahren zurückgetreten hat. Er beginnt eine neue Etappe in seinem Leben, und diese neue Etappe wird als *ein Weg* dargestellt. Hier kann man eine kognitive Metapher LEBEN IST REISE bilden.

Ähnlich ist die Situation in den Beispielen (143) – (144): Hier wird nicht das Leben sondern das Streben nach dem Sieg bzw. der Sieg als Weg bzw. Reise dargestellt.

### **Container-Metapher**

(145) Pilar fällt aus

(146) Hannover steigt in die Europa League ein

Überschrift (145) zeigt, dass man sich ein Spiel als ein Container, aus dem man *herausfallen* kann, vorstellen muss. Wenn man weiter nicht spielen kann, fällt man aus diesem Container heraus.

Im Artikel mit der Schlagzeile (146) geht es um eine Fußballmannschaft, die in der Europa League spielen wird. Man muss sich die League als *einen Container* vorstellen, in den man *einsteigen* sowie *aussteigen* bzw. *herausfallen* kann.

### **Kampf/Krieg – Metapher**

(147) Erinnerung an die Olympischen Spiele 1972: John Akii-Bua, der die Herzen des Münchner Publikums erobert hatte, starb bereits 1997 verarmt in seinem Heimatland Uganda

Dieses Beispiel gehört nicht zu der Metapherngruppe SPORT IST KAMPF/KRIEG, weil es hier nicht direkt um Sport geht. Kampf/Krieg ist in diesem Fall *Sympathien*, also jemandem gefallen bedeutet *die Herzen erobern*. Daraus kann man schließen, dass Herz eine Fläche ist, die man erobern kann.

### **FUSSBALLSPIELER IST MÜCKE**

(148) Wild wie die Mücken

Im Artikel schreibt man über Fußballspieler, die sehr gut gespielt und viele Tore geschossen haben. Sie werden mit Mücken verglichen, deswegen kann man hier eine kognitive Metapher FUSSBALLSPIELER IST MÜCKE bilden.

### **LÜGE IST ZAUBER**

(149) Endgültig entzaubert

Im Artikel mit der Schlagzeile (149) geht es um Lance Armstrong, der die Wahrheit über die Dopingverwendung gesagt hat. Nach dem Eingeständnis fühlt sich der Sportler *entzaubert*, d. h. die Anerkennung der Wahrheit ist die Befreiung von *Zauber*. Daraus kann man schließen, dass die Lüge Zauber ist und die kognitive Metapher LÜGE IST ZAUBER bilden.

### **FUSSBALL IST MELODRAM**

(150) Das große Melodram

Im Artikel geht es um Fußball, das mit einem *Melodram* verglichen wird, d. h. es gibt dort Intrigen, man wird manipuliert.

### **FUSSBALLKLUBPRÄSIDENT IST MAGIER**

(151) Helmut Hack, Präsident und prägende Figur der SpVgg Greuther Fürth, steht mit seinem Verein vor der historischen Premieren-Saison in der ersten Bundesliga. Vor der ersten Pokalrunde spricht er über die Notwendigkeit von Quartalsberichten, kreative Tricks auf dem Transfermarkt – und einen neuen Harry Koch

Im Artikel mit der Überschrift (151) geht es um einen Fußballklub Präsidenten, der als *Magier* dargestellt wird. In seiner Arbeit benutzt er *Tricks*, deswegen kann man hier über eine kognitive Metapher FUSSBALLKLUBPRÄSIDENT IST MAGIER sprechen.

### **Verbannung – Metapher**

(152) Scharner verbannt

Im Artikel geht es um einen Fußballspieler, der suspendiert wird und nicht weiter spielen kann. Diese Strafe wird mit der *Verbannung* verglichen, d. h. wenn ein Spieler nicht mehr spielen kann, wird er *verbannt*.

### **AUSZEICHNUNG IST SCHATZ**

(153) Auf Schatzsuche im Keller

Im Artikel geht es um Medaillen, die verschollen sind. Die Auszeichnung für gute Sportsergebnisse wird mit einem *Schatz* verglichen, deswegen formuliert man die kognitive Metapher AUSZEICHNUNG IST SCHATZ.

### **SIEG IST PARADE**

(154) Parade im Sand

Im Artikel schreibt man über Beachvolleyballspieler, die Gold gewonnen haben. Ihr *Sieg* wird mit einer *Parade* in der Überschrift verglichen.

### **RUHM IST SONNE**

(155) „Sonnt Euch in meinem Ruhm“

Im Artikel geht es um Doppel-Olympiasieger Usain Bolt, der sich selbst als lebende Legende beschreibt. In der Zitat-Schlagzeile wird *Ruhm* als *Sonne* dargestellt, in der man *sonnen* kann.

## **4. LR, Sporto arena**

Es wurden insgesamt 125 Überschriften (100 Haupt- und 25 Oberschlagzeilen) analysiert, und die Analyse hat gezeigt, dass 38,4% aller Überschriften metaphorisch sind. Insgesamt gab es 52 Metaphern.

Man kann acht Hauptgruppen der Metapher und 13 einzelne Metaphern, die man zu keiner dieser Gruppen zuordnen kann, unterscheiden.

### **SPORT IST KAMPF/KRIEG**

(156) Visi susivienijo prieš Ispanijos rinktinę

- (157) Ką prancūzų puolėju badas žada ispanams?
- (158) SuperMario išgelbėjo puolėju garbę
- (159) Palangoje virs rimtos kovos
- (160) Krepšininkai Londone startuos maču su varžovais, kuriems pralaimėjo kovą dėl bronzos Pekine
- (161) Nesenstantys argentiniečiai smogs patirtimi
- (162) Ar penkis olimpinis aukso medalius jau iškovojusiam U. Boltui Londone pavyks laimėti šeštąjį estafetėje?
- (163) J. Šuklinas taikosi į medali
- (164) Nusitaikė į medalius
- (165) Šalies krepšinyje bręsta sukilimas
- (166) Iškėlė balta vėliava
- (167) D. Šemberas: „Norisi pergaliu, tačiau abejoju, ar pavyks“
- (168) Kuri olimpinio krepšinio pergalė buvo saldesnė?
- (169) Snaiperiui iš Latvijos lietuviai tapo savi
- (170) Lietuvos rinktinės treneris žaisdamas pasižymėjo nepaprastai taiklia ranka
- (171) Rankininkai įtariamai lažinėsi už savo pralaimėjimą
- (172) Pergalės raketų šešėlyje
- (173) Čempionų snaiperio taikinys – nauji iššūkiai
- (174) Pagaliau - pergalė!

Sowohl wie in der deutschen als auch in der litauischen Zeitung bildet die kognitive Metapher SPORT IST KAMPF/KRIEG die größte Gruppe (21 Metaphern) der Metaphern im *Sport*. Hier wird Sport wieder mit dem Begriff des *Kampfes/Krieges* erklärt, wobei Sportler *sich vereinigen* oder einander *angreifen*, beim Kämpfen sich *durch die treffende Hand auszeichnen* und entweder *gewinnen* oder eine *Niederlage* erleiden bzw. *die weiße Fahne hissen*.

## **SPORTLER IST KÖNIG**

- (175) Karalius Jamesas – pagaliau karūnuotas
- (176) Ar išibėgėję italai išvers ispanus iš sosto?
- (177) Karalius – be karūnos, bet sosto neatsisako

Die Beispiele (175) – (177) zeigen, dass auch in der litauischen Zeitung Sportler als Könige dargestellt werden: sie werden *Könige* genannt, sie tragen *Kronen* und sitzen auf einem *Thron*.

## **SIEG IST GLANZ**

(178) Sužibo auksu

(179) Ar plaukikai pagaliau sublizgès?

Die kognitive Metapher SIEG IST GLANZ ist einfach zu erklären: Da Gold glänzend ist und wenn man gewinnt, bekommt man eine Goldmedaille, wird der Sieg auch als glänzend bzw. Glanz betrachtet.

## **SIEG IST PARTY**

(180) Bebaimis L. Jamesas siautėjo Bostone

(181) Jamaikos bėgikai šėlsta ir vakarėliuose, ir stadione

In den Artikel mit den Überschriften (180) – (181) schreibt man über Sportler, die sehr gut in Wettkämpfe sich gezeigt haben. Wenn die Sportler gute Resultate zeigen, dann wird dieser gute Auftritt als eine Party dargestellt – Sportler *toben* und *rasen*.

## **Kampf – Metapher**

(182) Ar rinkimų kova nesuskaldys sporto bendruomenės?

(183) Olimpinė dvikova: Londono gyventojų optimizmas – prieš pesimizmą

(184) L. Armstrongo įsteigta kovos su vėžiu organizacija „Livestrong“ per 15 metų surinko per 500 mln. eurų

Genau wie in der deutschen Zeitung gehören auch die Beispiele (182) – (184) nicht zur Metapherngruppe SPORT IST KAMPF/KRIEG, weil es hier nicht direkt um Sport geht.

Im Artikel mit der Schlagzeile (182) geht es um *Wahlkampf*, bei dem der neue Präsident des Sportskomitees gewählt wird.

Im Artikel mit der Überschrift (183) geht es um zwei Begriffe, Optimismus und Pessimismus, die Oppositionen ausdrücken, und dieser Gegensatz wird *Zweikampf* genannt.

Man kann mit Krankheiten auch *kämpfen*, und das illustriert Beispiel (184). Dort geht es um die Organisation für *Krebskampf*, die von Lance Armstrong begründet wurde.

## **Zauber – Metapher**

(185) Italus keri žiniomis apie futbolą

(186) Po Eurolygos burtų lietuvių laukia čempionai

Im Artikel mit der Schlagzeile (185) schreibt man über eine junge Frau, die viel über Fußball weiß, und mit diesem Wissen *bezaubert* sie Italiener.

In der nächsten Überschrift ist mit dem *Zauber* der Prozess, bei dem Mannschaften ihre Gegner erfahren, gemeint.

### **Riese – Metapher**

(187) Milžinų marškinėliai

(188) Bavarijos futbolo milžinas veržiasi į krepšinį

In der Überschrift (187) werden Basketballspieler *Riesen* genannt. Riesen und Basketballspieler haben eine gemeinsame Eigenschaft, u. z. sie sind groß. Das ist der Grund dafür eine kognitive Metapher zu formulieren: BASKETBALLSPIELER IST RIESE.

Im (188) wird der Fußballklub mit einem *Riese* verglichen – hier spielt wieder dieselbe Eigenschaft – die Größe – die wichtigste Rolle.

### **Reise/Weg – Metapher**

(189) Kelias iki pakylos – gerai žinomas

(190) Kliūtis – ir pilietybė

(191) Olimpiniis vairas – į šaulės rankas

(192) Eurolygos traukinys pamažu įsibėgėja

Wenn man reist, dann hat man einen bestimmten *Weg*, auf dem Weg können verschiedene *Hindernisse* vorkommen, und man kann mit verschiedenen Verkehrsmittel reisen: mit den *Auto*, *Zug* usw.

Im Beispiel (189) wird das Streben nach dem Sieg metaphorisiert, u. z. wird es als der *Weg* dargestellt.

Im Beispiel (190) geht es um *Hindernisse*, auf die man, beim Streben nach etwas, was man wünscht, trifft. Im Artikel geht es um eine Schlittschuhläuferin, die litauische Staatsangehörigkeit bekommen möchte, um Litauen in der Weltmeisterschaft zu vertreten. Die Staatsangehörigkeit ist in diesem Fall das *Hindernis*.

Im Beispiel (191) wird das Sportkomitee mit einem Auto verglichen, dessen *Steuer* nach der Wahl zu der Olympiasiegerin gehört.



Euroleague wird im Beispiel (192) mit einem Zug verglichen. Man schreibt, dass *der Zug* der Euroleague langsam Anlauf nimmt. Man kann die kognitive Metapher EUROLEAGUE IST ZUG formulieren.

### **BASKETBALLSPIELER IST ZIELSCHEIBE**

(193) Kauniečiai taikosi į kroatą

Im Artikel schreibt man über den Basketballklub, der einen neuen Basketballer kaufen möchte. Der Spieler wird hier als eine *Zielscheibe* dargestellt.

### **MARKT IST STRUDEL**

(194) Rinka įsuks ir rinktinės žaidėjus

Im Artikel schreibt man über Basketballspieler, die neue Kontrakte schließen. Dieser Prozess wird als ein *Strudel* dargestellt, in den Sportler geraten und *ingeschraubt* werden.

### **ENDE IST MATT**

(195) Sovietų melo imperijai – legendinio didmeistro V. Korčnojaus matas

Das Ende von etwas wird mit dem Terminus des Schachspiels erklärt. Diese Metapher wird hier verwendet, weil es im Artikel um einen Schachspieler geht. Der KGB hatte den Plan, den Schachspieler zu töten, aber sie haben ihren Plan nicht realisiert und der Spieler hat *ein Matt erzwungen*.

### **SIEG IST BESEN**

(196) Nušlavė graikus

Das Beispiel zeigt, dass der Sieg ein Besen ist, mit dem man Gegner *kehren* kann.

### **BASKETBALLSPIELER IST STERN**

(197) NBA žvaigždės prisimena lietuvius

Mit den Sternen sind nicht die echten Sterne im Himmel gemeint, sondern die berühmten Basketballspieler. Im Artikel geht es um NBA *Sterne*, die sich noch an den Basketballspielern, die aus Litauen kommen, erinnern.

## **RESULTAT IST PROFIT**

(198) Ar „Euro 2012“ nors vienas futbolininkas pelnys daugiau nei tris įvarčius?

In der litauischen Zeitung schreibt man über Matchresultat als Profit. Fußballspieler *verdienen* Tore, wie man Geld für die Arbeit verdient.

## **LEBEN IST BUCH**

(199) Likimo daužytas žaidėjas verčia kitą lapą

Das Leben in diesem Beispiel wird als ein Buch dargestellt: Die neue Etappe im Leben ist immer das neue Blatt im Buch. Wenn eine Etappe zu Ende ist, *blättert man das Buch* und fängt mit einem neuen Blatt an.

## **SIEG IST LEBENSMITTEL**

(200) Kuri olimpinio krepšinio pergalė buvo saldesnė?

Man fragt in der Überschrift: Welcher olympische Basketballsieg war *süßer*? Damit stellt man fest, dass man den Geschmack des Sieges empfinden kann – man kann also feststellen, ob er *süß* oder nicht ist, und mit anderen Sieggeschmäckern vergleichen.

## **FUSSBALL IST WELT**

(201) Futbolo pasaulį valdo agentas

Beispiel (201) zeigt, dass man Fußball als eine getrennte *Welt* wahrnehmen muss. Es existieren also neben unserer Erde noch eine andere Welt, u. z. die *Fußballwelt*.

## **AMT IST GEGENSTAND**

(202) Džikičius perdavė savo pareigas D. Maskoliūnui

Man muss sich ein Amt als einen Gegenstand vorstellen: Džikičius *übergibt* sein *Amt* an D. Maskoliūnas.

## **NBA IST HAUS**

(203) NBA duris pravėręs lietuvis rado savo svajonių darbą

Was hat ein Haus? Es hat ein Fundament, Wände, ein Dach, Fenster und eine Tür. In der Überschrift (203) wird die NBA als ein Haus, das eine *Tür* hat, dargestellt. Man schreibt, dass ein Litauer, der *die Tür der NBA* geöffnet hat, sein Traumjob gefunden hat.

### **KRISE IST SCHERE**

(204) Krizė apkarpė ispanų galią

Im Artikel schreibt man über die Krise, die die Macht der Spanien *beschnitten hat*. Daraus kann man schließen bzw. eine kognitive Metapher KRISE IST SCHERE bilden.

### **Bein – Metapher**

(205) Britų policiją kaltė pavijo po 23 metų

In der Überschrift schreibt man: Schuld hat die britische Polizei nach den 23 Jahren *eingeholt*. Die Schuld wird hier als etwas, was *Beine* hat und laufen kann, dargestellt.

Zusammenfassend lässt sich noch erwähnen, dass sowohl in der deutschen als auch in der litauischen Zeitung in der Rubrik *Wirtschaft* die *Gewächs-Metapher* dominiert und im *Sport* kommt die *Kampf/Krieg-Metapher* am häufigsten vor.

## SCHLUSSFOLGERUNGEN

Die Analyse hat gezeigt, dass die deutsche und die litauische Zeitung nicht nur Unterschiede sondern auch Gemeinsamkeiten aufweisen. Folgend werden die wichtigsten Ergebnisse zusammengefasst:

1. Die deutschen und die litauischen Überschriften weisen Unterschiede in ihrer strukturellen Gestaltung auf: Zusammengesetzte Überschriften sind in der SZ sowohl im Bereich *Wirtschaft* als auch im *Sport* vorherrschend, und in LR sind einfache Überschriften populärer: Wenn die Überschriften in LR zusammengesetzt sind, steht die Zusatzzeile immer vor der Titelzeile und wenn die Überschriften in der SZ zusammengesetzt sind, steht die Zusatzzeile vor allem unter der Titelzeile.
2. Die deutschen und die litauischen Überschriften dienen primär demselben Ziel – den Leser über das Thema des Artikel zu informieren, d. h. sowohl in der deutschen als auch in der litauischen Zeitung bilden primär informierende Überschriften den größten Teil: Primär informierende Überschriften kommen in der SZ *Wirtschaft* fast doppelt so häufig wie primär appellative Überschriften vor. In der Rubrik *Sport* in der SZ kommen primär informierende Überschriften mehr als doppelt so häufig wie primär appellative Überschriften vor. 79% aller Überschriften in LR in *Rinkos pulsas* und 85% aller Überschriften in LR *Sporto arena* sind informierend. Zudem kommen bei den primär informierenden Überschriften in beiden Sprachen thematische Überschriften öfter als zusammenfassende Überschriften vor, und der Anteil von rätselhaften Überschriften ist größer als von provozierenden Überschriften.
3. Die meisten deutschen und litauischen Überschriften sind in Form des Aussagensatzes geschrieben, es gab aber einige Überschriften, die als Fragen oder Ausrufe formuliert wurden: In der deutschen Zeitung kommen keine Fragesätze vor, nur einige Ausrufesätze. Im Unterschied dazu steht die litauische Zeitung, wo Fragesätze öfter als Ausrufesätze vorkommen.
4. Trotz Burgers Prognosen, sind Ellipsen in den deutschen und litauischen Überschriften eine typische Erscheinung: Mehr als eine Hälfte aller Überschriften (außer LR, *Sporto arena*) sind elliptisch. Elliptische Konstruktionen kommen in der SZ öfter als in LR vor – 73% (146 von 200) in der SZ und 55% (110 von 200) in LR. In der Überschriften der deutschen Zeitung fehlt vor allem das Prädikat. Im Gegensatz dazu stehen die litauischen Überschriften – hier fehlen oft nicht nur Prädikate sondern auch Subjekte.
5. In der deutschen Zeitung wird lieber zitiert als in der litauischen: Es gab 16 Zitate in der SZ und nur zwei in LR. Am meisten wurde in der SZ *Sport* zitiert und in LR *Rinkos pulsas*

gab es überhaupt keine Zitate. Zitate kamen sowohl in der deutschen als auch in der litauischen Zeitung vor allem in der Hauptschlagzeile (14 in der SZ und 2 in LR) vor.

6. Überschriften in der SZ *Wirtschaft* werden vor allem stark modifiziert. Überschriften in der SZ *Sport* weisen mehrere Arten der Modifikation auf: keine, leichte, mittlere und starke. Alle Überschriften in der litauischen Zeitung werden stark modifiziert.
7. Die Untersuchung hat ergeben, dass 18,73% aller deutschen Überschriften, die in der SZ *Wirtschaft* und *Sport* vorkommen, metaphorisch sind. In der litauischen Zeitung ist dieser Anteil ein wenig größer – ihr Anteil beträgt 27,31%. Metaphorische Überschriften kommen sowohl in der ZS als auch in LR öfter in der Rubrik *Sport* als in *Wirtschaft* vor. Unterschiedlich für beide Zeitungen ist, welche Überschriften metaphorisch sind – in der SZ kommen Metaphern am häufigsten in der Unterschlagzeile vor und in LR kommen sie vor allem in der Hauptschlagzeile vor. Gemeinsam sind für die SZ und LR die Metapherarten: Sowohl in der deutschen als auch in der litauischen Zeitung dominiert in der Rubrik *Wirtschaft* die *Gewächs-Metapher* und im *Sport* kommt die *Kampf/Krieg-Metapher* am häufigsten vor.

Diese Magisterarbeit ist nur ein kleiner Versuch die deutschen und die litauischen Überschriften zu vergleichen. Es bleibt noch viel Raum für weitere Analysen, da es hier nur vier Themen von Interesse waren.

## SANTRAUKA

### LYGINAMOJI VOKIŠKŲ IR LIETUVIŠKŲ ANTRAŠČIŲ SPAUDOJE ANALIZĖ

Dovilė Ramonaitė

Nepaisant didelės antraščių reikšmės laikraščiuose, jos yra viena mažiausiai tyrinėtų temų lingvistikoje. Antraštės perteikia pagrindinę straipsnio temą ir padeda skaitytojui išsirinkti jam įdomiausias temas.

Magistriniame darbe analizuojamos ir lyginamos vokiškos ir lietuviškos antraštės. Analizei pasirinkti laikraščiai: *die Süddeutsche Zeitung* ir Lietuvos rytas. Iš kiekvieno laikraščio išrinkta po 200 antraščių – 100 antraščių iš ekonomikos ir 100 antraščių iš sporto skilčių.

Darbo tikslas analizuoti ir palyginti antraščių tipus, aptarti elipsės vartojimo tendencijas, citatų naudojimą ir metaforų rūšis vokiškose ir lietuviškose antraštėse.

Tyrimas atskleidė, kad vokiškos ir lietuviškos antraštės skiriasi savo struktūrine sandara, tačiau jos tarnauja bendram tikslui – formuluoti pagrindinę straipsnio temą.

Sintaksės analizė paneigė Burger (2005) prognozes - elipsės vartojimas yra vis dar dažnas reiškinys tiek vokiškose, tiek lietuviškose antraštėse, nors pastarosiose jos sutinkamos rečiau.

Citatų analizė parodė, kad vokiškuose laikraščiuose cituojama dažniau, nei lietuviškuose. Be to, vokiškos citatos pasižymėjo platesniu pakeitimų spektru.

Paskutinis tyrimo objektas – metaforos. Analizė atskleidė, kad 18,73% vokiškų antraščių yra metaforinės, lietuviškame laikraštyje jų dalis didesnė - 27,31%. Abiejuose laikraščiuose vyrauja tos pačios tematikos metaforos – ekonomikos skiltyje dažniausia yra *augalo* metafora, tuo tarpu sporto – *kovos/karo*.

Pradėtas tyrimas gali būti toliau plėtojamas, nes liko daugybė temų, kurios lingvistų vis dar neištyrinėtos ir gali pateikti įdomių rezultatų.

## QUELLENVERZEICHNIS

### **1. Süddeutsche Zeitung, 2012, Wirtschaft, :**

NR.65  
NR.208  
NR.202  
NR.196  
NR.190  
NR.167

### **2. Süddeutsche Zeitung, 2012, Sport:**

NR.65  
NR.208  
NR.202  
NR.196  
NR.190  
NR.167  
NR.185

### **3. Lietuvos rytas, 2012, Rinkos pulsas:**

NR.128	NR.169	NR.204
NR.134	NR.175	NR.210
NR.140	NR.181	NR.216
NR.146	NR.187	NR.222
NR.157	NR.192	NR.228
NR.163	NR.198	

### **4. Lietuvos rytas, 2012, sporto arena:**

NR.128	NR.175	NR.222
NR.134	NR.181	NR.228
NR.140	NR.187	NR.234
NR.146	NR.192	NR.240
NR.152	NR.198	NR.246
NR.157	NR.204	NR.252
NR.163	NR.210	
NR.169	NR.216	

## LITERATURVERZEICHNIS

- Alker, S. 2001. *Rhetorik der Schlagzeile. Semiotische Ansätze und Funktionen in der Praxis*. Übungsarbeit. Abrufbar unter:  
<http://www.google.lt/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CC4QFjAA&url=http%3A%2F%2Ftextfeld.ac.at%2Fpdf%2F317.pdf&ei=IBjHUJLdHOf34QTLI4HwCQ&usg=AFQjCNEh4y7FWmJ8kSuBGNJmRysH9tXbqw&sig2=XBh4X0vT0c9dVsHYw8QU6A&bvm=bv.1354675689,d.bGE>
- Burger, H. 2005. *Mediensprache. Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien*. Berlin: Walter de Gruyter GmbH & Co.
- Drewer, P. 2003. *Die kognitive Metapher als Werkzeug des Denkens. Zur Rolle der Analogie bei der Gewinnung und Vermittlung wissenschaftlicher Erkenntnisse*. Tübingen: Gunter Narr Verlag.
- DUDEN, *Deutsches Universalwörterbuch*. 2007. Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich: Dudenverlag.
- Geyer, K. 2008. „Zitate“ in Schlagzeilen: eine medienlinguistische Untersuchung am Beispiel zweier deutscher Regionalzeitungen. Im: *Kalbotyra* 59 (3). Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, s. 88-97.
- Kohrs, J. 2011. *Wissenschaftlich oder journalistisch? Überschriften populärwissenschaftlicher Zeitschriftenartikel im deutsch-litauischen Vergleich*. Im: *Kalba ir kontekstai IV (1)*. Vilnius: Vilniaus pedagoginio universiteto leidykla, filologijos fakultetas, s. 221-232.
- Labutis, V. 1998. *Lietuvių kalbos sintaksė*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla.
- Petraškaitė-Pabst, S. 2006. *Metapherngebrauch im politischen Diskurs. Zur EU-Osterweiterung im Deutschen und Litauischen*. Tübingen: Stauffenburg Verlag Brigitte Narr GmbH.
- Siever, T. 2006. *Sprachökonomie in den „Neuen Medien“*. Im: *Von \*hdl\* bis \*cul8r\**. *Sprache und Kommunikation in den Neuen Medien*. Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich: Dudenverlag, s. 72-88.
- Skirl, H., Schwarz-Friesel, M. 2007. *Metapher*. Heidelberg: Universitätsverlag Winter GmbH.
- Wildgen, W. 2008. *Kognitive Grammatik. Klassische Paradigmen und neue Perspektiven*. Berlin: Walter de Gruyter GmbH & Co.



## ANHANG

Die Süddeutsche Zeitung, 2012, Wirtschaft:

NR.65, 1-22

NR.208, 23-41

NR.202, 42-60

NR.196, 61-79

NR.190, 80-97

NR.167, 98-100

1.	<b>Intrigen am Main</b> Jain und Ackermann beharken sich: Der Deutsche Bank gelingt kein reibungsloser Chefwechsel
2.	<b>Fliegen-Klatsche</b> Wegen umstrittener Geschäfte mit dem Skandalunternehmen Solar Millennium gerät Börsenprofessor Wolfgang Gerke in Erklärungsnot
3.	<b>Unter Metzgern</b> Auf der Jagd nach Wählerstimmen geht Frankreichs Präsident Nicolas Sarkozy in diesen Tagen überall hin. Sogar dahin, wo Schweine geköpft und Rinder zerlegt werden
4.	<b>Koalition spart bei der Pflege</b> Weniger Geld für die Zusatzversicherung als erwartet
5.	<b>Spanien will Staatsfirmen schließen</b>
6.	<b>Frankreichs Industrie gegen Steuerpläne</b>
7.	<b>Zuschussrente ist sicher</b> Von den Leyen und Schäuble einig: Beitrag sinkt weniger stark
8.	<b>Versteckte Beute</b> Von Koks bis Kippen: Zoll deckt Schäden in Millionenhöhe auf
9.	<b>Ökostrom aus dem Niemandsland</b>

	Lange vereitelte ein Grenzstreit mit den Niederlanden einen See-Windpark. Nun naht die Lösung
10.	<b>Tatort Touristenklasse</b>
11.	<b>Absturz in der Bundesliga</b> Die Fluggesellschaft Air Berlin sieht sich mit dem Beitritt zur Oneworld-Állianz als vollwertige Airline, muss aber erst einmal einen hohen Verlust verschmerzen
12.	<b>Tui beendet Tarif-Streit</b>
13.	<b>Thalia-Umbau kostet 130 Millionen Euro</b>
14.	<b>Insolvenz mit Ansage</b> Am Montag will der Windkraft-Zulieferer Siag zum Amtsgericht
15.	Flucht und Segen: Preiswerte Zwangslizenzen für wichtige Arzneimittel <b>Streit um teure Medikamente</b> Ein indisches Patentgericht erlaubt einem heimischen Hersteller, ein Krebsmittel von Bayer zu kopieren und bringt damit große Pharmakonzerne in Aufruhr
16.	<b>Eine Rebellion, die sich auszahlt</b> Brasiliens früherer Präsident Lula bahnte 2007 billigeren Imitaten den Weg und ersparte dem Land damit Milliardenkosten im Gesundheitsbereich
17.	<b>Mr. Smith</b> Ein Ex-Investmentbanker packt aus – und das trifft eine ganze Branche
18.	<b>Frau Merkel und die Männer von der Wirtschaft</b> „Also ich bin zufrieden“: Die Bundeskanzlerin kontert die Kritik der Verbände und schaltet in den Wahlkampfmodus
19.	<b>Burger vermarket WAZ</b>
20.	<b>Zuwächse bei Gerry Weber</b>
21.	<b>UPS bleibt an TNT dran</b>
22.	<b>Hoffnung in Plauen</b>

23.	<p><b>Der Kranich fliegt – manchmal</b></p> <p>Nach dem ganztägigen Streik der Flugbegleiter kommt Bewegung in den Tarifkonflikt bei Lufthansa. Die Leiharbeit soll beendet werden. Erste Gespräche sind angesetzt. Am Freitag fielen etwa 900 Flüge aus</p>
24.	<p><b>Den Wandel verschlafen</b></p>
25.	<p><b>Abschwung verschoben</b></p> <p>Deutsche Hersteller produzieren und exportieren mehr</p>
26.	<p><b>Ungeliebte Konkurrenz</b></p> <p>In der Luftfahrt wird besonders oft gestreikt, weil es so viele Gewerkschaften gibt</p>
27.	<p><b>In einem Wisch</b></p> <p>Mit einem Tablett umgarnt Amazon nun auch deutsche Kunden – und übt sich hinter den Kulissen schon als Verleger für den dazu passenden Lesestoff</p>
28.	<p><b>Absturz eines netten jungen Mannes</b></p> <p>Neun Monate saß der Händler, dem der größte Börsenbetrug in der Geschichte des Londoner Finanzplatzes vorgeworfen wird, in Untersuchungshaft. Jetzt beginnt der Prozess gegen den ehemaligen UBS-Banker Kweku Adoboli</p>
29.	<p><b>Neue Bündnisse</b></p> <p>Rivalisierende Anbieter von ökologisch und fair zertifizierten Waren arbeiten künftig enger zusammen. So wollen sie den wachsenden Bedarf der Lebensmittelindustrie und des Einzelhandels decken</p>
30.	<p><b>Einigung in Papierindustrie</b></p>
31.	<p><b>Wachstum nur in Übersee</b></p>
32.	<p><b>Arbeitskosten steigen</b></p>
33.	<p><b>Effizient soll sie sein</b></p> <p>Bundesregierung fordert genug Schlagkraft für EU-Bankenaufsicht</p>
34.	<p><b>„Ich gehen nicht von einer Blockade-Politik aus“</b></p>

	<p>Wolfgang Pföhler, Chef der Rhön-Kliniken, über uneinige Aktionäre und seine Vision von der bezahlbaren Medizin für jedermann: Die könne nur in Krankenhäusern angeboten werden, die wie Unternehmen geführt würde – und nicht wie Behörden</p>
35.	<p><b>Feilschen wie beim Fischhändler</b></p> <p>Bergbau-Milliardenübernahme: Glencore erhöht in letzter Minute die Offerte für Xstrata</p>
36.	<p><b>Gazprom-Gewinn bricht ein</b></p>
37.	<p><b>Bayer bessert in USA nach</b></p>
38.	<p><b>Intel verliert den Glauben</b></p>
39.	<p><b>Stolpern zur Milliarde</b></p> <p>In Berlin hat Jenoptik seine Fertigung ausgebaut, in den USA aber kommt der Technologiekonzern nicht weiter</p>
40.	<p><b>Weg damit!</b></p> <p>Die US-Investmentbanker von Morgan Stanley machen sich Gedanken über die Zukunft von Opel</p>
41.	<p><b>Was auf die Ohren</b></p> <p>Apple arbeitet an einem Internetradio – und versucht die Konkurrenz einzuschüchtern</p>
42.	<p><b>Ein Buch gegen den Grauschleier</b></p> <p>Der Gütersloher Medienkonzern Bertelsmann hat eine schwere Zeit. Die Renditen bröckeln auf breiter Front. Aber da ist noch ein Erotik-Bestseller aus den USA: „Fifty Shades of Grey“. Und der stimuliert die Bilanz</p>
43.	<p><b>Alles Murks</b></p> <p>Finanzminister Schäuble wettet gegen EU-Pläne zur Bankenaufsicht</p>
44.	<p><b>Unruhe im Sudhaus</b></p>

	Seit acht Jahren lenkt Thomas Schäuble. Bruder des Bundesfinanzministers, die Badische Staatsbrauerei Rothaus. Nach einem Herzinfarkt muss er pausieren. In Stuttgart sucht nach Ersatz. Favorit: CDU-Politiker Gerhard Stratthaus
45.	<b>Der Volkswirt</b> Norbert Walter ist gestorben
46.	<b>Das jüngste Gerücht</b> Die „Bild“-Zeitung spekuliert über den Frust des Bundesbankchefs
47.	<b>Chaos in Frankfurt</b> Wegen des Streiks der Stewardessen fallen etwa 200 Lufthansa-Verbindungen aus, Deutschlands größter Flughafen ist blockiert. Passagiere können kostenlos umbuchen oder die Bahn benutzen
48.	<b>Makaber</b> Tote sollen doch nicht stärker beim Kassen-Finanzausgleich zählen
49.	<b>So viele Arbeitslose wie nie</b>
50.	<b>Ölpreis treibt Inflation an</b>
51.	<b>Kapitalflucht aus Spanien</b>
52.	<b>Athen ist anders</b> Griechenland hat bei vielen Investoren ein schlechtes Image. Das will die Regierung nun ändern – Vorbild ist die Türkei
53.	<b>Chinesisches Modell</b> Eine Idee aus der Volksrepublik gilt als Wachstumsmotor
54.	<b>Die Chefs schlagen zurück</b> Aufsichtsrat Jochen Riebel sieht den Flughafen Hahn schon kurz vor der Pleite. Das hat die Geschäftsführer auf die Palme gebracht. Nun prüfen sie, ob Schadenersatz möglich ist. Das sorgt für Unruhe in der Landesregierung
55.	<b>ACS verbucht Milliardenverlust</b>

56.	<b>Rote Zahlen bei Haniel</b>
57.	<b>Neuer Tarif für sichere E-Mails</b>
58.	<b>Umarmung zum Anziehen</b> Mit Sensoren, Leiter und LED-Lichtern machen Designer aus normalen Kleidern Hightech-Haute-Couture
59.	<b>Chinesen steigen beim Gabelstapler Kion ein</b>
60.	<b>Es wackelt</b> Rhön-Übernahme durch Fresenius: Im Aufsichtsrat des Gesundheitskonzerns gibt es Bedenken. Asklepios-Eigner Broermann schaltet sich zum zweiten Mal ein
61.	<b>Goldfieber</b> Die Republikaner haben verrückte Pläne. Sie wollen die Unabhängigkeit der Notenbank einschränken. Der Dollar soll wieder an den Goldbestand gekoppelt werden. Wie radikal ist der Kandidat Mitt Romney?
62.	<b>Romneys Paradies</b> Die Zins-Millionen des Politikers kommen von den Caymans
63.	<b>Zurück zum Glauben</b>
64.	<b>Die Wette gilt</b> Andreas Jacobs, Erbe der Bremer Kaffee-Dynastie, will den Galopprennsport in Deutschland wieder zu einem guten Geschäft machen. Von diesem Wochenende an soll sich zeigen, wie es geht: beim wichtigsten deutschen Derby in Iffezheim. Ein Blick hinter die Kulissen
65.	<b>Lasst mir mein Leben!</b> Die gescheiterte Quelle-Erbin Madeleine Schickedanz kämpft um den Rest ihres Vermögens. Sie steuert auf einen Vergleich im Verfahren gegen Sal. Oppenheim und Josef Esch zu. Einst dienten ihre Immobilien als Pfand für hohe Kredite
66.	<b>Immer auf die Kleinen</b>

	An der Strombörse sinkt der Preis für Elektrizität. Doch einer Studie zufolge profitieren davon nun Großabnehmer, die Bürger zahlen drauf
67.	<b>Patienten in der Drehtür</b>
68.	<b>Grüne Bananen von Airbus</b>
69.	<b>Russen fahren langsam Zug</b>
70.	<b>Deutsche lieben Betongold</b>
71.	<b>Chinesen essen deutsch</b>
72.	<p>Treibstoff für die Technik Ohne Indium funktioniert kein Bildschirm. Ohne Kobalt kein Akku. Auf der Internationalen Funkausstellung werden in der nächsten Woche die neuesten technischen Spielereien vorgestellt. Doch hinter den Kulissen tobt ein Kampf um die seltenen Rohstoffe</p> <p><b>Kleine Prise, hoher Preis</b></p> <p>Anbieter von Unterhaltungselektronik merken langsam, dass ihre Rohstoffe knapp werden. Womöglich zu spät</p>
73.	<p><b>Das Handy als Mine</b></p> <p>Recyclingfirmen gewinnen aus Elektroschrott wertvolle Metalle zurück. Einfach ist das nicht, aber lohnt sich</p>
74.	<p><b>Tonne oder Umschlag</b></p> <p>Wohin mit alter Geräten? Die Rechte der Verbraucher</p>
75.	<p><b>Festival der Freaks</b></p> <p>Auf der Campus Party treffen sich 10 000 High-Tech-Fans. Sie tauschen Ideen aus. Und die Sponsoren feiern mit</p>
76.	<b>Permira kauft Billig-Sushi</b>
77.	<b>Shandong will Kion</b>
78.	<b>Kodak bald ohne Filme</b>
79.	<b>Apple und Samsung bestraft</b>

80.	<b>Europas faule Kredite</b>
81.	<b>Und sie tanzen einen Tango</b> Überraschendes Präsent an ihrem 70. Geburtstag: Verlagserbin Friede Springer schenkt Vorstandschef Mathias Döpfner Aktien im Wert von mehr als 70 Millionen Euro. Er sieht sich als Gutsverwalter und revanchiert sich mit einem Tanzkurs-Gutschein
82.	<b>Schwieriger Start</b> In den Tarifverhandlungen bei Lufthansa geht es um Privilegien
83.	<b>Der Herr der Raiffeisenkassen</b> Brüssel will viel mehr Banken durch EZB-Präsident Draghi kontrollieren lassen als die Bundesregierung
84.	<b>Mach´ dich locker</b> Florian Haller ist Chef der Serviceplan-Gruppe, der umsatzstärksten Werbeagentur des Landes. Als er die Firma von seinem Vater übernahm, hatte der Junior eigentlich nichts zu tun. Außer ein bisschen cooler zu werden
85.	<b>„Die Politik hat einen Tunnelblick“</b> Unternehmensberater Roland Berger wirft den Regierungen Europas vor, die Krise zu verschärfen. Er fordert ein Wachstumsprogramm – finanziert mit dem Geld privater Investoren. Sie sollen Autobahnen, Datenleitungen und Krankenhäuser betreiben
86.	<b>Ausgebrannt</b> Schon vor 20 Jahren erkrankten Menschen, weil sie den Leistungsdruck nicht aushielten. Heute verschärft die ständige Erreichbarkeit diesen Trend
87.	<b>Vögelchen flieg´</b>
88.	<b>FDP tauscht nicht</b>
89.	<b>Piraten des Schwarzgelds</b>



90.	<b>Zwei gegen das teure Öl</b>
91.	<b>Super Stimmung in Amerika</b>
92.	<b>Leere Tanks in der Luft</b> Knauserte Ryanair beim Sprit? Mayday-Rufe lösen Debatte aus
93.	<b>Angst vor dem Untergang</b> So groß wie noch nie: Die Reederei Hapag-Lloyd tauft in Hamburg einen Riesenfrachter. Es ist ein Aufbäumen gegen einen Wandel auf den Meeren. Die Deutschen werden abgehängt
94.	<b>„Wir werden auf den Weltmarkt drängen“</b> Milch für Russland, China, Vietnam? Der Chef des größten deutschen Molkereikonzerns DMK sieht darin die Zukunft. Ein Gespräch mit Josef Schwaiger über die Überproduktion zuhause und den wachsenden Durst der Schwellenländer
95.	<b>Apple und Google verbündet</b>
96.	<b>Osram hat eine Sorge weniger</b>
97.	<b>Zeuge schildert Korruption</b>
98.	<b>„Keine Geschäfte mit Duz-Freunden“</b> Stefan Wolf ist erfolgreicher Manager in der Automobilbranche und gut vernetzt in Politik und Wirtschaft. Angesichts der EnBW-Affäre, die sein Weggefährte Dirk Notheis ausgelöst hat, warnt er vor zu viel Nähe im Geschäft
99.	<b>Deutschland muss weniger Schulden machen</b> Die Bundesregierung nimmt im ersten Halbjahr elf Milliarden Euro mehr als im Vorjahr. Die wirtschaftliche Lage entwickelt sich besser als befürchtet
100.	<b>Sieg für Bedürftige</b> Ein Bäckermeister musste für Spenden an Tafeln Steuern zahlen – das ist nun vorbei

Die Süddeutsche Zeitung, 2012, Sport:

NR.65, 1-15

NR.208, 16-30

NR.202, 31-41

NR.196, 42-61

NR.190, 62-74

NR.167, 75-92

NR.185, 93-100

1.	<b>Marseille, Madrid, München</b>  Der FC Bayern kennt jetzt den Weg ins Finale der Champions League – denkt aber erst mal an Berlin
2.	<b>Unter zehn Sekunden</b>  Dank Sergio Pintos Tempo-Pässen bleibt Hannover 96 auch gegen Atletico Madrid zuversichtlich
3.	<b>Die Sonne scheint weiter</b>  Jermaine Jones` Leiden ist vorbei, Schalke freut sich auf Bilbao
4.	FCB-Gegner Olympique Marseille  <b>Ohne Torwart, mit Präsidentin</b>
5.	<b>Sakko oder Sporthose</b>  Die aktuelle Suche des 1. FC Köln wirft zwei Grundsatzfragen auf: Was ist überhaupt ein Sportdirektor? Und wo kriegt man den her?
6.	Neue Sorgen um Innenverteidiger  <b>Mertesacker fehlt länger</b>
7.	Offene Torwartfrage in Kaiserslautern  <b>Sippel oder Trapp</b>
8.	<b>Knapp vorbei am Zeltlager</b>  Schulden, Abstiegssorgen und eine teilweise unrühmliche Fan-Szene: der

	Zweitliga-Letzte Hansa Rostock sorgt sich um seine Zukunft
9.	<b>Die Geister, die er rief</b> Die Alpensaison geht zu Ende – die Frage, was für Maria Höfl-Riesch davon bleibt, führt unweigerlich zu ihrem Mann und Manager
10.	<b>Kämpfe im roten Bereich</b> Vor dem Start der Formel-1 Saison in Melbourne stemmt sich Ferrari gegen Anzeichen der Krise
11.	Sprintsieg beim Biathlon-Finale <b>Befreite Neuer</b>
12.	Eishockey-Idol Sidney Crosby <b>Gelungenes Comeback</b>
13.	<b>Ian Thorpes Albtraum</b>
14.	<b>Am Ende der Schaffenskraft</b>
15.	<b>Prominenz gegen den Abstieg</b> Die Basketball- Nationalspieler Ohlbrecht und Staiger haben gerade einen Doppeljob in erster und dritter Liga
16.	<b>Deckel drauf</b> Der Unfall von Spa hat eine Sicherheitsdebatte in der Formel 1 ausgelöst, die an diesem Wochenende in Monza weitergeführt wird. Zum besseren Schutz der Fahrer könnten die Cockpits bald geschlossen werden, das würde das Gesicht dieses Sports verändern. Bleibt nur die Frage, ob die Branche das will
17.	<b>Für die Familie</b> Die Klitschkos inszenieren sich gerne als das Gute im Boxen – dabei hilft ihnen Bernd Bönnte. Doch der Manager der Schwergewichts-Brüder geht in einem harten Geschäft besonders hart vor
18.	<b>Im Sog des Staatsapparats</b>

	China dominiert die Medaillenwertung der Paralympics – weil das Land seine Athleten als Sportler drillt
19.	<b>Der bessere Schattenmann</b> David Ferrer nutzt die Abwesenheit von Rafael Nadal, um sich bei den US Open ins Rampenlicht zu kämpfen. Im Halbfinale fordert er Novak Djokovic heraus
20.	<b>Zweite Niederlage</b> Englischer Sprinter schneller als Pistorius
21.	<b>Sperre aufgehoben</b> Badminton-Doppel dürfen wieder spielen
22.	<b>Wie ein Bumerang</b> Baseball-Profi McCarthy mit Schädelbruch
23.	<b>Mit Totilas nach Rio</b> Dressurreiter Rath kontert Beerbaum-Kritik
24.	<b>Neukunde Nordkorea</b>
25.	<b>Rensings Premiere</b>
26.	<b>„Die Reden waren für den Papierkorb“</b> Videoüberwachung? Stehplatzverbot? Höhere Eintrittspreise? Hannover-Präsident Martin Kind über mögliche Maßnahmen gegen gewalttätige Fußballfans – und warum er sich trotzdem gerne mit den Ultras trifft.
27.	<b>„Wir brauchen sie“</b> DOSB-Ethikpreis für den Fanforscher Pilz
28.	<b>Leipziger Ärger</b> Kapitän bedroht, Testspiel abgesagt
29.	<b>Platinis Problem</b> Komplizierte Qualifikation für EM 2016
30.	<b>Stuttgarter Stresstest</b>

	Samstags-spiel nach der Europa League
31.	<p><b>Dä Mischael</b></p> <p>Am Sonntag wird Michael Schumacher sein 300. Rennen in der Formel 1 bestreiten. Immer noch dreht sich alles um eine Frage: Macht er weiter? Die Suche nach der Antwort beschäftigt die ganze Branche, sie führt zurück bis in die Zeit, als er noch in Kerpen-Manheim fuhr</p>
32.	<p><b>Manchmal gibt es keinen Trost</b></p> <p>Die Südafrikanerin Natalie du Toit ist in die traurige Königin der Paralympics. Wie 2008 wäre sie gerne auch bei Olympia angetreten – es blieb ihr verwehrt</p>
33.	<p><b>Die Zwillinge</b></p> <p>Das Judo-Gold von Carmen und Ramona Brussig</p>
34.	<p><b>Nervenstark am Ballermann</b></p> <p>In einem elektrisierenden Nacht-Spiel bezwingt die Deutsche Angelique Kerber bei den US Open die einstige Turniersiegerin Venus Williams. Am Ende gibt es sogar Beifall vom parteiischen Publikum</p>
35.	<p><b>Der Held der Hürden</b></p> <p>Erinnerung an die Olympischen Spiele 1972: John Akii-Bua, der die Herzen des Münchner Publikums erobert hatte, starb bereits 1997 verarmt in seinem Heimatland Uganda</p>
36.	<p><b>Ohne Schweinsteiger</b></p> <p>DFB-Kader für erste Qualifikationsspiele</p>
37.	<p><b>Lösbare Aufgaben</b></p> <p>Deutsche Gegner in der Europa League</p>
38.	<p>Zweiter Spieltag der Fußball-Bundesliga: Kreuz und quer durch die Republik sorgen Derbys für Brisanz</p> <p><b>Clasico nach dem Mittagsschlaf</b></p>

	<p>Der HSV fährt mit dem eingeflogenen Rafael van der Vaart nach Bremen, in Wolfsburg stecken die Lokalrivalen noch in der Pubertät, Düsseldorfer und Gladbacher feiern Wiedersehen – und wie heißt es eigentlich, wenn München gegen Stuttgart spielt?</p>
39.	<p><b>Die Schwäche der Anderen</b></p>
40.	<p><b>Hund und Schwanz</b></p> <p>Boxer Felix Sturm tritt am Samstag zu einer Titelvereinigung gegen Daniel Geale an – als sein eigener Promoter denkt er aber bereits an die nächsten Kämpfe</p>
41.	<p><b>„Doping war wie Sauerstoff“</b></p> <p>Der frühere Radprofi Tyler Hamilton erneuert seine Vorwürfe gegen Lance Armstrong</p>
42.	<p><b>„Höchstwahrscheinlich werden wir nicht wieder Vize-Meister“</b></p> <p>FC-Bayern-Trainer Jupp Heynckes über sein bewegtes Leben in fast fünf Jahrzehnten Fußball-Bundesliga, über Tore für Borussia Mönchengladbach, Telefonate mit Mario Gomez, Doppelpässe mit Matthias Sammer, Strategien gegen die Vorherrschaft von Borussia Dortmund – und seine heimliche Sehnsucht nach Stachelbeeren</p>
43.	<p><b>Leerstelle</b></p> <p>Nach dem Weggang von Raul hat Schalke 04 einen Sommer ohne Schlagzeilen erlebt. Die Frage bleibt, ob das junge Personal den Herausforderungen standhält</p>
44.	<p><b>Wild wie die Mücken</b></p> <p>Hannovers 5:3 in Breslau erfreut die Zuschauer und quält den Trainer</p>
45.	<p><b>Schildkröten sind viel älter</b></p> <p>Mit 35 feiert Düsseldorfs Jens Langeneke seine Erstliga-Premiere</p>
46.	<p><b>Poker um Nuri Sahin</b></p> <p>FC Liverpool wähnt sich im Vorteil</p>

47.	<b>„Sabotageakt“</b> Spiel in Zwickau wird nachgeholt
48.	<b>Viertligist contra Fifa</b> Wilhelmshaven legt sich mit Verbänden an
49.	<b>Endgültig entzaubert</b> Lance Armstrong gibt den Kampf gegen Dopingvorwürfe auf und wird lebenslang gesperrt. Seine Tour-Siege verliert er wohl
50.	<b>Symbole im Wüstenland</b>
51.	<b>Gegen das Trauma</b> Boxer Arthur Abraham erhält gegen Weltmeister Robert Stieglitz eine weitere Chance, sich in der neuen Gewichtsklasse zu etablieren – womöglich seine letzte
52.	<b>Glänzende Zahlen</b> Blake sprintet in 9,69 Sekunden, Barshim überspringt 2,39 Meter
53.	<b>Das große Melodram</b> Italiens Serie A startet in eine Saison, die vom Manipulationsprozess überlagert wird. Juve-Trainer Conte ist gesperrt, geriert sich aber als eine Art Robin Hood
54.	<b>Brand rügt THW Kiel</b> Früherer Bundestrainer vermisst Talente
55.	<b>Rendezvous mit Venus</b> Schwere US-Open-Auslosung für Kerber
56.	<b>Neue Wege</b> Werner von Moltke hört nach 15 Jahren als Volleyball-Präsident auf
57.	<b>Vilanovas erster Clasic-Sieg</b>
58.	<b>Bundesliga distanziert Serie A</b>
59.	<b>„Klose wieder der Alte!“</b>
60.	<b>Schwere Randalen in Saloniki</b>

61.	<b>Ungarn bedauert</b>
62.	<p><b>„Der Verein braucht so einen Typen wie mich“</b></p> <p>Helmut Hack, Präsident und prägende Figur der SpVgg Greuther Fürth, steht mit seinem Verein vor der historischen Premierensaison in der ersten Bundesliga. Vor der ersten Pokalrunde spricht er über die Notwendigkeit von Quartalsberichten, kreative Tricks auf dem Transfermarkt – und einen neuen Harry Koch</p>
63.	<p><b>Die seltsamen Prioritäten der Fifa</b></p> <p>Ethik-Kommission beschränkt sich auf den Fall Bin Hammam</p>
64.	<p><b>Kaufrausch gegen die Seufzer</b></p> <p>Debatten um Anstand und olympischen Geist, mehr Geld vom Fernsehen, 313 Millionen Euro für neue Spieler: Englands Fußball-Liga startet in die Saison</p>
65.	<p><b>Erfolg für Stuttgart</b></p> <p>Auftaktspiel gegen Wolfsburg wird verlegt</p>
66.	<p><b>Scharner verbannt</b></p> <p>Österreich suspendiert HSV-Verteidiger</p>
67.	<p><b>Pilar fällt aus</b></p> <p>Kreuzbandriss bei VfL-Zugang befürchtet</p>
68.	<b>Fußball first</b>
69.	<p><b>Zeitenwende</b></p> <p>Das Abschiedsspiel der Gille-Brüder markiert eine Zäsur für die Bundesliga-Handballer des HSV Hamburg: Von Titeln und Trophäen redet beim früheren deutschen Meister und Pokalsieger derzeit keiner mehr</p>
70.	<p><b>Generationswechsel</b></p> <p>Basketballer starten unter Bundestrainer Pesic in die EM-Qualifikation</p>
71.	<b>„Falsches Programm“</b>



	ARD/ZDF weisen Hartings Vorwürfe zurück
72.	<b>Weitere Zeugen</b> Prozess gegen deutschen Schwimmtrainer
73.	<b>Friedrichs Blessuren</b> Hochspringerin beendet Wettkampfsaison
74.	<b>Herr Rossi flieh nach Japan</b> Der Wechsel des neunmaligen Motorrad-Weltmeisters zu Yamaha bedeutet das Ende eines großen Traumes der Italiener. Ob er in Zukunft wieder konkurrenzfähig ist, stellt Valentino Rossi erstmals selbst in Frage
75.	<b>Auf Schatzsuche im Keller</b> Ein einziges Mal in der Olympia-Geschichte haben sich Athleten geweigert, die Medaillen anzunehmen, die ihnen zugedacht waren: 1972 in München. 40 Jahre später fühlen sich die amerikanischen Basketballer immer noch um Gold betrogen – und ihre Silberplaketten sind verschollen
76.	<b>Zuflucht am Fluss</b> Trotz aller Turbulenzen in ihrer Heimat haben es die ägyptischen Ruderinnen Engy Hassan el-Din und Sara Aschraf Mohamed geschafft, sich für Olympia zu qualifizieren
77.	<b>Für die Schweigeminute</b> Washington unterstützt Israels Wunsch
78.	<b>Steroide bei Fazekas</b> Auch B-Probe des Diskuswerfers ist positiv
79.	<b>Steger pausiert</b> Tischtennismeister sagt für letzten Test ab
80.	<b>Jetzt rechts abbiegen</b> Mit 17 saß Nico Rosberg zum ersten Mal in einem Formel-1-Auto, beherrschte

	<p>vier Sprachen und galt als der neue Schumacher. Zehn Jahre später ist er immer noch ein potenzieller Siegfahrer – aber er hat sein Profil verloren. Erkenntnisse einer Autofahrt zu weit</p>
81.	<p><b>Konter der Usada</b></p> <p>Anti-Doping-Agentur fordert Ablehnung der Armstrong-Klage</p>
82.	<p><b>Cavendishs zweiter Erfolg</b></p>
83.	<p><b>Eigentlich Erster</b></p> <p>Christopher Froome müsste die Tour gewinnen. Doch er hat den Erfolg dem Kapitän zu überlassen</p>
84.	<p><b>Grüns wie in Amerika</b></p> <p>Die Profis aus den USA haben derzeit die großen Golf-Turniere im Griff – auch die British Open</p>
85.	<p><b>Hier spricht der Chef</b></p> <p>Nach einer Woche mit viel Aufmerksamkeit für den neuen Sportvorstand Matthias Sammer hält FC-Bayern-Coach Jupp Heynckes zum Abschluss des Trainingslagers am Gardasee ein zorniges Plädoyer in eigener Sache. Seine Botschaft: Ich bin mächtig</p>
86.	<p><b>Früher Real, jetzt Rijnsburg</b></p>
87.	<p><b>Laux folgt Rangnick</b></p> <p>Sportpsychologe verlässt den FC Bayern</p>
88.	<p><b>Holländer der Woche</b></p> <p>Die Huntelaarisierung der Liga schreitet fort: Gladbachs Rekordtransfer Luuk de Jong ist ein realistischer Angreifer, der nicht zickt und nicht mal einen Mitspieler übersieht</p>
89.	<p><b>„Plan B der Fifa“</b></p> <p>Bin Hammam sieht Komplott gegen sich</p>

90.	<p><b>96 holt Huszti zurück</b></p> <p>Hannover steigt in die Europa League ein</p>
91.	<p><b>Auf Distanz zu Rajkovic</b></p> <p>HSV will Verteidiger aber nicht rauswerfen</p>
92.	<p><b>Neuanfang im Ausland</b></p> <p>Fußballerin Krahn zu Paris St. Germain</p>
93.	<p><b>Parade im Sand</b></p> <p>Julius Brink und Jonas Reckermann nutzen das Schaufenster, das ihnen Olympia bietet. Ihr Weg zu Gold wird von Millionen Menschen in der Heimat verfolgt. Nun hoffen sie, dass die Begeisterung für Beachvolleyball die Zeit der Spiele überdauert</p>
94.	<p><b>Salinger vor dem Schlafengehen</b></p> <p>Mit dem Finalleinzug der deutschen Hockey-Männer hat Markus Weise als erfolgreicher Olympia-Trainer eine weitere Stufe genommen</p>
95.	<p><b>Lieber pragmatisch</b></p> <p>Freiwasserschwimmer Thomas Lurz lobt sich für seine „clevere taktische Entscheidung“, den Tunesier Oussama Mellouli einen Kilometer vor dem Ziel wegziehen zu lassen. Der Deutsche sichert sich auf diese Weise die Silbermedaille</p>
96.	<p><b>Nach vorne, nach vorne!</b></p> <p>Die Athletinnen geben alles, die Zuschauer auch: die olympische Premiere des Frauenboxens wird zum Ereignis</p>
97.	<p><b>Wildes Rennen</b></p> <p>Im 800-Meter-Weltrekordler David Rudisha kreuzen sich Sprinttalent und Ausdauervermögen auf einzigartige Weise. Sein Triumphzug entspannt die kenianische Leichtathletik, die wegen der ausbleibenden Erfolge der Läufer schon beunruhigt war</p>

98.	<b>„Sonnt Euch in meinem Ruhm“</b> Doppel-Olympiasieger Usain Bolt sieht sich als lebende Legende
99.	<b>Man hört es wieder boomen</b> Die Speerwerferinnen Christina Obergföll und Linda Stahl tragen mit ihren Medaillen zur Rehabilitierung der deutschen Leichtathletik bei
100.	<b>Rache für Frankfurt</b> Die US-Fußballerinnen gewinnen mit einem 2:1 über Weltmeister Japan Gold und zeigen vor über 80 000 im Wembley-Stadion, dass der Frauenfußball auch ohne das lange dominante Deutschland ganz gut auskommt

Lietuvos rytas, 2012, rinkos pulsas:

NR.204, 1-5

NR.210, 6-11

NR.216, 12-14

NR.222, 15-22

NR.228, 23-29

NR.181, 30-32

NR.187, 33-37

NR.192, 38-40

NR.198, 41-43

NR.157, 44-47

NR.163, 48-52

NR.169, 53-59

NR.175, 60-65

NR.128, 66-73

NR.134, 74-79

NR.140, 80-86

NR.146, 87-100

1.	<b>Lietuviškas medus – vertingiausias</b>
2.	<b>Buvusiam prezidentui žada gerą atlygį</b>
3.	<b>Maisto kainos kelia pavojų</b>

4.	<b>Kliudė ir Lietuvą</b>
5.	<b>Deficitas mažėja</b>
6.	<b>Naujas biofarmacijos šuolis</b>
7.	<b>Išlaidos menksta</b>
8.	<b>Nauja įmonė</b>
9.	<b>Atgavo balsą</b>
10.	<b>Skolinsis frankais</b>
11.	<b>Ne viskas – žuvis, kas ja kvepia</b>
12.	<b>Į pieną – atidesnis žvilgsnis</b>
13.	<b>Briuselio taisyklės Maskvai primintos Vilniuje</b>
14.	<b>Iš maišo tebelenda ylos</b>
15.	<b>Kokteilis iš cukraus ir želatinos</b>
16.	<b>Pasimokys iš Izraelio</b>
17.	<b>„Vilkmergės kvietinis“ – tradiciškai gyvas</b>
18.	<b>Pavydėtina reakcija</b>
19.	<b>Pramonė stiebiasi</b>
20.	<b>Keičiasi vadovai</b>
21.	<b>Krovinių sumenko</b>
22.	<b>Graikai nesusitaria</b>
23.	<b>Prokurorai rausiasi šilumininkų urvuose</b>
24.	<b>Į kitas rankas</b>
25.	<b>Naujas telkinys</b>
26.	<b>Apribojo apetitą</b>
27.	<b>Taryboje – pats meras</b>
28.	<b>Atsidūrė ties bedugne</b>

29.	<b>Kaip išsirinkti pieninį šokoladą?</b>
30.	<b>Kaip išsirinkti juodą duoną?</b>
31.	<b>Alga – 100 tūkstančių litų per mėnesį</b>
32.	<b>Kinai Italijoje gerins įvaizdį</b>
33.	<b>Kofeino mėgėjams – tirpioji kava</b>
34.	<b>Kurorte – rietenos dėl reklamos</b>
35.	<b>Administratorius giriasi</b>
36.	<b>Siūlo lengvatų</b>
37.	<b>Įsūdė baudą</b>
38.	<b>Kelerius metus galiojanti sriuba</b>
39.	<b>Energetikų sandorį lydi dešiniųjų purkštavimai</b>
40.	<b>Omahos orakulas tiki spauda</b>
41.	<b>Talinas metė iššūkį įprastai tvarkai</b>
42.	<b>Vienas pirkėjas</b>
43.	<b>Kurie sausainiai netinka vaikams?</b>
44.	<b>Netikėkitė tuo, kuo norėtūsi tikėti</b>
45.	<b>Pramoginiams laivams iš užjūrio – užkardos</b>
46.	<b>Slopina įtampą</b>
47.	Net ir būdamas bedarbis turi nuolat studijuoti įstatymus ir teisės aktus <b>Per sunkmetį – skaudi patirtis</b>
48.	<b>Statybininkai virto baudžiauninkais</b>
49.	<b>Pažadai sumenko</b>
50.	<b>Skundžia suvalkiečius</b>
51.	<b>Ar sultyse gali būti alergenų?</b>
52.	<b>Šiauliečiai aiškinsis teisme</b>

53.	<b>Kokią mėsą galima kepti ant laužo?</b>
54.	<b>Į pinigines sukrito ir litai iš vokelių</b>
55.	<b>„Snoro“ nebeliks</b>
56.	<b>Meta bankams iššūkį</b>
57.	<b>Krovinių sumenko</b>
58.	<b>Plaukia užsieniečiai</b>
59.	<b>Patyrė nuostolių</b>
60.	<b>„Ryanair“ perskrenda Vilnių</b>
61.	<b>Toliau bylinėjasi</b>
62.	<b>Nesėkmių ruožas</b>
63.	<b>Naujas vadovas</b>
64.	<b>Kuris limonadas be konservantų?</b>
65.	<b>Turistų keliai jau driekiasi ir į krematoriumą</b>
66.	<b>Koks aliejus tinka salotoms?</b>
67.	<b>Tikrieji valdžios siekiai skiriasi nuo to, kas skelbiama</b>
68.	<b>Reguliuojami lošimai valsdybės pajamas padidintų po 15 milijonų litų kasmet</b>
69.	<b>Tąsosi po teismus</b>
70.	<b>Kongresas žlugo</b>
71.	<b>Siūlo susimokėti</b>
72.	<b>Kaunas nesutiko</b>
73.	<b>Bėgs iš Rusijos</b>
74.	<b>Klausimas – kokią girą gera gerti?</b>
75.	<b>„Viči“ rusams tinka ne tik ketvirtadieniais</b>
76.	<b>„Arvi kalakutams“ – pasaulinis įvertinimas</b>

77.	<b>Madridas ties ranką</b>
78.	<b>Kainos vis kyla</b>
79.	<b>Kengvatų prašymai - choru</b>
80.	<b>Pakaunėje iškils „Vičiūnų“ žuvies fabrikas</b>
81.	<b>Kaip išsirinkti kepenų paštetą?</b>
82.	<b>Dėl klaidos teko minti kitur</b>
83.	<b>Nedarbas traukiasi</b>
84.	<b>Pajamos auga</b>
85.	<b>Ispanija grimzta</b>
86.	<b>Rūsti bausmė</b>
87.	<b>Prašys dar pinigų</b>
88.	<b>Išvengė baudos</b>
89.	<b>Dar skolinsis</b>
90.	<b>Svetur išlaidesni</b>
91.	<b>Pardavė daugiau</b>
92.	<b>Labiau sekėsi</b>
93.	<b>Skaičiai didėjo</b>
94.	Pagaliau pradėjęs dirbti pelningai Lietuvos paštas ieško naujų versko nišų <b>Tikslas – veržtis į banko plotus</b>
95.	<b>Atsisakė naftos</b>
96.	<b>Sumažino reitingus</b>
97.	<b>Reikės dar paramos</b>
98.	<b>Nutiesė naftotekį</b>
99.	<b>Kritikuoja ACTA</b>
100.	<b>Nėrė į nuostolius</b>



Lietuvos rytas, 2012, sporto arena:

NR.128, 1-4

NR.134, 5-10

NR.140, 11-15

NR.146, 16-21

NR.152, 22-27

NR.157, 28-33

NR.163, 34-37

NR.169, 38-43

NR.175, 44-48

NR.181, 49-52

NR.187, 53-57

NR.192, 58-61

NR.198, 62-65

NR.204, 66-68

NR.210, 69-72

NR.216, 73-78

NR.222, 79-80

NR.228, 81-82

NR.234, 83-87

NR.240, 88-92

NR.246, 93-98

NR.252, 98-100

1.	K. Kemzūra nebēgs nuo atsakomybės nesėkmės olimpinėse atrankos varžybose Venesueloje atveju <b>Treneris – paskui olimpinę svajonę</b>
2.	<b>Italus kerį žiniomis apie futbolą</b>
3.	<b>Iš stadiono - prie knygų</b>
4.	<b>Diskas skriejo toli</b>
5.	<b>Visi susivienijo prieš Ispanijos rinktinę</b>
6.	<b>Misija – vėliavnešys</b>
7.	<b>Trauma neprivertė sustoti</b>

8.	<b>Ar krepšininkus prablaškys futbolas?</b>
9.	<b>Bebaimis L. Jamesas siautėjo Bostone</b>
10.	<b>Sugrįžimas į elitą – ilgas ir duobėtas</b>
11.	<b>Anglai sulaukė savo moterų</b>
12.	<b>Pajuto veiksmo alkį</b>
13.	<b>Milžinų marškinėliai</b>
14.	<b>S. Jasaitis suka į Krasnodarą</b>
15.	<b>Kauniečiai taikosi į kroatą</b>
16.	<b>Dar kankina nežinia</b>
17.	<b>Aferos šešėlis – ir Lietuvoje</b>
18.	„Lietuvos ryto“ naujoko N. Nedovičiaus siekis – NBA <b>Karjeros šuolis – į Eurolygą</b>
19.	<b>Ką prancūzų puolėjų badas žada ispanams?</b>
20.	<b>Abu pažįstami, bet nenuspėjami</b>
21.	„Heat“ žaidimas šį sezoną mažiau rėmėsi paskirais lyderių veiksmiais, atsirado daugiau bendrumo <b>Karalius Jamesas – pagaliau karūnuotas</b>
22.	Ar „Euro 2012“ nors vienas futbolininkas pelnys daugiau nei tris įvarčius? <b>SuperMario išgelbėjo puolėjų garbę</b>
23.	<b>Ar įsibėgėję italai išvers ispanus iš sosto?</b>
24.	<b>Į Venesuelą – su nerimu ir viltimis</b>
25.	<b>Atvyks kroatas</b>
26.	<b>Gimtadienį sujaukė trauma</b>
27.	<b>Palangoje virs rimtos kovos</b>
28.	<b>Sužibo auksu</b>

29.	<b>Tankai, „Facebook“ ir krepšinis</b>
30.	<b>V. Chomičius: „Sporte nieko negali nuspėti“</b>
31.	<b>Po Eurolygos burtų lietuvių laukia čempionai</b>
32.	<b>Flirtas tęsiasi</b>
33.	<b>Maldose prašo vėjo ir laivo</b>
34.	Iki olimpiados keli garsūs Lietuvos krepšinininkai pasirašys naujus kontraktus <b>Rinka įsuks ir rinktinės žaidėjus</b>
35.	<b>Pasijuto tarsi našlaičiai</b>
36.	<b>Į Londoną – 63 atletai</b>
37.	KGB buvo parengusi planą, kaip nužudyti V. Korčnojų, jeigu jis būtų tapęs pasaulio šachmatų čempionu <b>Sovietų melo imperijai – legendinio didmeistro V. Korčnojaus matas</b>
38.	<b>Nušlavė graikus</b>
39.	„Reo“ klubas traukiasi iš A lygos čempionato <b>Vėl – drabstymasis purvais</b>
40.	<b>Sena svajonė tebegyva</b>
41.	<b>Tylus aukštaūgis užsidirbo bilietą į Londoną</b>
42.	<b>Atletams – nuotykių metas</b>
43.	<b>Liko 62 olimpiečiai</b>
44.	<b>Kitoks maršrutas</b>
45.	<b>Rinktinė sieks paneigti prognozes</b>
46.	Krepšinininkai Londone startuos maču su varžovais, kuriems pralaimėjo kovą dėl bronzos Pekine <b>Nesenstantys argentiniečiai smogs patirtimi</b>
47.	<b>Olimpinė dvikova: Londono gyventojų optimizmas – prieš pesimizmą</b>
48.	<b>Ar plaukikai pagaliau sublizgės?</b>

49.	<p>Vyriausia Lietuvos olimpinės rinktinės narė šaulė D. Gudzinevičiūtė Londono žaidynėse pirmadienį savo akimis iš baseino tribūnos matė pergalingą jauniausios mūsų šalies olimpietės R. Meilutytės plaukimą</p> <p><b>Olimpinis auksas – akimirka, kuri pakeičia gyvenimą</b></p>
50.	<b>Iš didelių norų – šnipštas</b>
51.	<b>NBA žvaigždės prisimena lietuvius</b>
52.	<p>Vokiečiams net mintis nekilo dukart pasaulio disko metimo čempioną R. Hartingą siūlyti vėliavnešiu</p> <p><b>Vokiečiui energijos suteikia ir pyktis</b></p>
53.	<p>Mokslininkų teigimu, iki vėlyvojo brendimo mergaitės turi tinkamiausias plaukimui kūno proporcijas</p> <p><b>Iš kur atsiranda sporto vunderkindai?</b></p>
54.	<p>Ar penkis olimpinis aukso medalius jau iškovojusiam U. Boltui Londone pavyks laimėti šeštąjį estafetėje?</p> <p><b>Jamaikos bėgikai šėlsta ir vakarėliuose, ir stadione</b></p>
55.	<b>Tėvai tiki: dukra gali peršokti 200 cm</b>
56.	<b>J. Šuklinas taikosi į medalių</b>
57.	<b>Kelias iki pakyls – gerai žinomas</b>
58.	<b>Kitose žaidynėse jų nebebus</b>
59.	<b>Į Rio de Žaneirą – su viltimis</b>
60.	<b>Nusitaikė į medalius</b>
61.	<p>Pastarąjį sezoną Miuncheno „Beyern“ klubas krepšinio projektui plėtoti jau skyrė 8 milijonus eurų</p> <p><b>Bavarijos futbolo milžinas veržiasi į krepšinį</b></p>
62.	<p>LKF vykdomąjį komitetą sudaro 18 žmonių, bet tarp jų nėra krepšinio trenerių</p> <p><b>Šalies krepšinyje bręsta sukilimas</b></p>

63.	<b>Likimo daužytas žaidėjas verčia kitą lapą</b>
64.	<b>Mokėsi iš svetimų klaidų</b>
65.	<b>Iškėlė baltą vėliavą</b>
66.	<b>Atėnuose J. Mačiulis laukia naujų iššūkių</b>
67.	Sportininkai tikisi iš dėstytojų daugiau palaikymo <b>Olimpiečiai grįžta į mokslus</b>
68.	Karalius – be karūnos, bet sosto neatsisako
69.	<b>D. Šemberas: „Norisi pergalių, tačiau abejoju, ar pavyks“</b>
70.	Prieš 35 metus R. Juškos sprendimas po futbolo rungtynių Tbilisyje sukėlė masines riaušes <b>Teisėjas sulaukė ir padėkų, ir grasinimų</b>
71.	<b>Liko tik septyni kelialapiai</b>
72.	<b>Tapo ramesnis</b>
73.	Ar rinkimų kova nesuskaldys sporto bendruomenės? <b>Atvėrė duris naujai valdžiai</b>
74.	<b>Laimikis – ženkliukai</b>
75.	<b>Kuri olimpinio krepšinio pergalė buvo saldesnė?</b>
76.	<b>„FIBA Europe“ vadas nesusikalba su lietuviais</b>
77.	<b>Gina J. Kvedarą</b>
78.	Po Hilsboro tragedijos buvo atsisakyta stovimųjų vietų didžiausiuose Didžiosios Britanijos stadionuose <b>Britų policiją kaltė pavijo po 23 metų</b>
79.	Portugalų „Gestifute“ bendrovei priklauso 90 garsių futbolininkų ir trenerių <b>Futbolo pasaulį valdo agentas</b>
80.	<b>Snaiperiui iš Latvijos lietuviai tapo savi</b>
81.	Lietuvos rinktinės treneris žaisdamas pasižymėjo nepaprastai taiklia ranka

	<b>J. Kazlauskas aikštėje: gudrus ir patikimas</b>
82.	Rankininkai įtariami lažinėsi už savo pralaimėjimą <b>Įkliuvo olimpiniai čempionai</b>
83.	<b>Kliūtis – ir pilietybė</b>
84.	<b>Olimpiečiai sėdo prie vairo</b>
85.	A. Pavilonis komisaro pareigomis neapsiribos ir Lietuvoje žvalgysis veiklos <b>Lietuvis taip ir nepriprato prie Ukrainos</b>
86.	<b>Čempionei – linksmiau</b>
87.	<b>Pergalės raketų šešėlyje</b>
88.	<b>Čempionų snaiperio taikinyš – nauji iššūkiai</b>
89.	<b>A. Džikičius perdavė savo pareigas D. Maskoliūnui</b>
90.	<b>Pagaliau - pergalė!</b>
91.	<b>Olimpinis vairas – į šaulės rankas</b>
92.	Koks iš tikrųjų buvo LTOK ketvirtį amžiaus vadovavęs prezidentas? <b>A. Poviliūnas: matomas ir nematomas</b>
93.	LTOK prezidente tapusios šaulės charakterį gludino ir drausmę ugdė ketveri metai braižytojos darbo Elektrografijos mokslinio tyrimo institute <b>Olimpinės šlovės pamokos pravers ir naujame poste</b>
94.	<b>NBA duris pravėręs lietuvis rado savo svajonių darbą</b>
95.	<b>Istorinė misija</b>
96.	<b>Eurolygos traukinys pamažu įsibėgėja</b>
97.	<b>Krizė apkarpė ispanų galią</b>
98.	<b>Žaidimas teikia vilčių</b>
99.	<b>„Žalgiris“ ir stengėsi, ir sugebėjo</b>
100.	L. Armstrongo įsteigta kovos su vėžiu organizacija „Livestrong“ per 15 metų surinko per 500 mln. eurų

	<b>Po čempiono kauke – ciniškas melagis</b>
--	---