

In:

Kosta, Peter / Weiss, Daniel (2008):
Slavistische Linguistik 2006/2007.
Referate des XXXII. und XXXIII.
Konstanzer Slavistischen Arbeitstreffens,
München (Slavistische Beiträge 464), 11-34.

**Wer „dunkel“ hört, muss nicht „hell“ sagen:
Wortassoziationen in slavischen und germanischen Sprachen**

1. Einleitung

Laut einer verbreiteten Ansicht (ausführlich v.a. RAIBLE 1981; NOVIKOV 1973, 19) spielen bei Wortassoziationen Kontrastrelationen eine dominierende Rolle. Als Paradebeispiel für die überragende Rolle der Kontrast-Assoziationen nennt Raible das Paar *dark* > *light*: Auf das Stimuluswort *dark* antworteten in einer Studie zum amerikanischen Englischen 83% aller Probanden mit der Assoziation *light* (JENKINS 1970); von britischen Englischsprechern gaben diese Antwort immerhin noch 68% (MILLER 1970). Auch die folgenden Antworten, die die meistgenannten deutschsprachiger Probanden sind, (RUSSELL 1970), bestätigen dieses Bild:

<i>dunkel</i>	>	<i>hell</i> (44%) ¹
<i>weiß</i>	>	<i>schwarz</i> (39%)
<i>hungrig</i>	>	<i>durstig</i> (19%)

Diese zentrale Rolle des Kontrastes gilt laut Raible übereinzelsprachlich – aber gilt sie tatsächlich auch für die slavischen Sprachen? Ein Blick in das Assoziationswörterbuch zum Russischen von Karaulov et al. (1994ff.) zeigt ein ganz anderes Bild:

<i>temnyj</i> ‚dunkel‘	>	<i>les</i> ‚Wald‘ (20%)
<i>belyj</i> ‚weiß‘	>	<i>sneg</i> ‚Schnee‘ (25%)
<i>golodnyj</i> ‚hungrig‘	>	<i>volk</i> ‚Wolf‘ (29%)

In diesem Artikel werde ich der Frage nachgehen, ob es systematische Unterschiede zwischen den Assoziationen in slavischen und germanischen Sprachen gibt, wie es die eben genannten Beispiele nahe legen, und wie diese Unterschiede erklärt werden können. Dafür werde ich eine Auswertung von Assoziationen zu kontrastfähigen Wörtern vorstellen, also zu Wörtern wie *dunkel* oder *hungrig*, zu denen ein Gegensatz denkbar ist. Neben den bereits erwähnten Sprachen Deutsch, britisches Englisch² und Russisch beziehe ich als weitere slavische Sprache das Polnische ein.

¹ Stimulus-Response-Paare werden hier in der Form ‚*x* > *y*‘ dargestellt. Angegeben sind jeweils die meistgenannten Assoziationen, die Prozentzahlen nennen den Anteil der Probanden, die diese Antwort gaben.

² Ich habe das britische Englisch gewählt, um mich auf Europa als einen gemeinsamen Raum beziehen zu können.

2. Assoziationstests

Für die Untersuchung habe ich sog. freie Assoziationstests ausgewertet, die von verschiedenen Forschern in den letzten Jahrzehnten durchgeführt wurden. In freien Assoziationstests werden Probanden gebeten, zu einer Liste von Stimulus-Wörtern möglichst schnell ein beliebiges, frei assoziiertes Response-Wort zu nennen. Anhand dieser Tests, die mit großen Probandengruppen durchgeführt wurden, erarbeiteten Psychologen sogenannte Assoziationsnormen, d.h. es wurde ermittelt, wie die wichtigsten „normalen“ Reaktionen in den untersuchten Sprachen auf die jeweiligen Stimuluswörter aussehen. Grunderkenntnis dabei ist, dass die Assoziationen nicht willkürlich und unüberschaubar, sondern in gewissem Maße voraussagbar sind. Entwickelt und angewandt wurden diese Tests Ende des 19. Jh., ursprünglich mit dem Ziel, Abweichungen bei psychisch Kranken zu testen. 1910 publizierten die amerikanischen Psychopathologen Grace Helen Kent und Aaron Rosanoff eine von ihnen entwickelte Liste von 100 Stimulus-Wörtern, die seitdem unter dem Namen Kent-Rosanoff-Liste verbreitet ist und für verschiedene Sprachen angewendet wurde. Die Liste ist zwar knapp und hat einige Mankos (sie umfasst nur bestimmte wiederkehrende Sachbereiche und enthält nur Substantive, Adjektive und Verben jeweils in der Zitierform), durch sie steht aber Vergleichsmaterial zu verschiedenen Sprachen zur Verfügung. Die meisten Assoziationstests mit Kent-Rosanoff-Listen wurden in den 60er und 70er Jahren des 20. Jh. durchgeführt; die an verschiedenen Stellen veröffentlichten Testergebnisse zu germanischen und romanischen Sprachen wurden 1970 im Sammelband von Postman / Keppel zusammengefasst ediert. Für das Polnische führte die Psychologin Ida Kurcz einen Assoziationstest mit der Kent-Rosanoff-Liste durch, der 1967 (KURCZ 1967a) publiziert wurde. Nach den 70er Jahren kam das Interesse an Assoziationstests offenbar in vielen Ländern zum Erliegen. In Russland aber wurde das Verfahren der Assoziationstests bekanntermaßen in der Psycholinguistik aufgegriffen und weiterentwickelt. Zunächst erschien 1977 das Assoziationswörterbuch von Leont'ev, seit den 90er Jahren arbeitet ein Kreis um den Moskauer Psycholinguisten Karaulov an dem breit angelegten „Russkij asociativnyj slovar“³.

Für den vorliegenden Artikel wurde eine Auswahl von Stimuli aus der Kent-Rosanoff-Liste verwendet, da nur zu den Wörtern dieser Liste in allen vier zu untersuchenden Sprachen Assoziationstests zur Verfügung stehen. Tab. 1 gibt einen Überblick über die verwendeten Assoziationstests. Die Rahmenbedingungen sind für alle vier Tests im Wesentlichen gleich: die Tests wurden schriftlich

³ Vgl. dazu auch Keipert (1996). Bisher sind 3 Bände (jeweils mit zwei Teilbänden, wobei der zweite die umgekehrte Richtung, vom Response zum Stimulus, angibt) mit Wortassoziationen zu mehreren Tausend Stimuli publiziert (im vorliegenden Artikel wurden nur Band 1 und 2 verwendet). Aus dem Forscherkreis um Karaulov stammt auch eine größere Anzahl von Arbeiten, die diese Assoziationen unter verschiedenen Aspekten untersuchen, u.a. die „Associativnaja grammatika“ (1993) von Karaulov selbst.

durchgeführt und jeder Proband musste möglichst schnell 100 Stimuluswörter bearbeiten. In allen Fällen waren die Probanden Studenten, also nach Alter und Bildungsgrad vergleichbare Gruppen. In Abschnitt 7.1. gehe ich auf bestimmte Unterschiede in den Verfahren der Assoziationstests ein. Erst dort wird der in der letzten Spalte genannte Test von Leont'ev zum Russischen eine Rolle spielen, ansonsten sind die zum Russischen angegebenen Assoziationen im Folgenden stets KARAULOV et al. 1994ff. entnommen.

Assoziations-test von	Russell 1970	Miller 1970	Kurcz 1967a	Karaulov et al. 1994/96	Leont'ev 1977
Sprache	Deutsch	Englisch (GB)	Polnisch	Russisch	Russisch
Zeitraum der Experimente	1957-58	1961-62	1964-65	1988-1990	1969-1970
Ort der Experimente	Würzburg	7 Universitäten in GB	Warschau	Div. russ. Städte	keine Angaben
Verfahren	schriftlich (Fragebogen), Anweisung: erstes Wort, das in den Sinn kommt, möglichst schnell aufschreiben				
Probanden	Studenten + Abiturienten, 16-30 J.	Studenten, Ø18,5 J.	Studenten, 16-34 J., Ø 18,8 J.	Studenten	überwieg. Studenten; alle zw. 16-50 J.
Gesamtzahl der Probanden	331 (31f, 300 m)	400 (200f, 200m)	1.000 (433f, 567m)	5.000	keine Angaben
Stimuli gesamt	100 (Kent-Rosanoff)	100 (Kent-Rosanoff)	100 (Kent-Rosanoff)	1.277 (Bd. 1), rd. 1.500 (Bd. 2)	ges. 500, publiziert 196
Probanden pro Stimulus	331	400	1.000	rd. 500 bzw. 200 (Bd. 1); rd. 100 (Bd. 2)	500-800, bei 64 Stimuli nur 200
Varianz der Fragebögen	alle gleich	alle gleich	alle gleich	alle 5.000 unterschiedlich	5 verschiedene
Stimuluswörter pro Fragebogen	100	100	100	100	100

Tab. 1: Verwendete Assoziationslisten

Für die zu den Stimuli angegebenen Responses ist typisch, dass bestimmte Assoziationen sehr oft genannt werden – oben wurden bereits Beispiele angeführt. In der Regel entfallen auf die ersten 3 Assoziationen mindestens 50% aller Responses. Diese wiederkehrenden häufigsten Antworten, die „Assoziationsnormen“, sind es, die von besonderem Interesse sind.

3. Assoziationstypen und semantische Relationen

Die meisten Responses, die in den Tests genannt werden, basieren auf vier grundlegenden Arten der Assoziation, die grundsätzlich wichtige Wahrnehmungsfiler des Menschen sind. Es sind dies die Assoziationen nach Gleichheit (Similarität), Kontrast, gemeinsamer Kategorie und Berührung (Kontiguität) der genannten Dinge oder Erscheinungen. Genau diese Assoziationstypen liegen den in der Semantik seit LYONS (1977) bekannten sog. semantischen Relationen zugrunde (s. dazu ANSTATT i. Dr.), so dass sich die Assoziationen jeweils den verschiedenen semantischen Relationen zuordnen lassen. Hier eine Liste der Assoziationstypen mit der entsprechenden semantischen Relation und Beispielen aus dem polnischen Assoziationstest:

- A. Gleichheit (Similarität): Synonymie oder Quasisynonymie
 (1) *złość* ‚Wut‘ > *gniew* ‚Zorn‘, *praca* ‚Arbeit‘ > *trud* ‚Mühe‘
- B. Kontrast: Antonymie und Konverse
 (2) *kobieta* ‚Frau‘ > *mężczyzna* ‚Mann‘
 (3) *kwaśny* ‚sauer‘ > *słodki* ‚süß‘, *radość* ‚Freude‘ > *smutek* ‚Traurigkeit‘
 (4) *dziecko* ‚Kind‘ > *matka* ‚Mutter‘

Bei den antonymischen Relationen werden gewöhnlich einige Untertypen unterschieden (s. NOVIKOV 1973, APRESJAN 1995, 284ff., PATZKE 2000, ANSTATT i. Dr.): Bei der komplementären Antonymie gibt es zwischen einem Kontrastpaar nur ein Entweder – Oder, d.h. jeder Sachverhalt lässt sich einem der beiden Kontraste zuordnen (‚x‘ oder ‚nicht x‘) (Bsp. 2). Die skalare Antonymie bezieht sich hingegen auf graduierbare Eigenschaften mit Zwischenstufen (es gibt ‚mehr x‘ oder ‚weniger x‘) (Bsp. 3). Vektorielle Antonymie, die sich auf einander entgegengesetzt gerichtete Handlungen bezieht (*kommen* – *gehen*) tritt im Kent-Rosanoff-Korpus nicht auf, da keine entsprechenden Stimuli vorkommen. Eine weitere Relation, die auf Kontrast basiert, ist die Konverse, bei ihr geht es um die Benennung desselben Sachverhaltes aus unterschiedlichen Perspektiven; oft handelt es sich dabei um Verblexeme (etwa *kaufen* – *verkaufen*). Im untersuchten Korpus könnte Bsp. 4 den Konversen zugeordnet werden.

- C. Beziehungen innerhalb einer Kategorie: Hypo-/Hyperonymie, Kohyponymie u.ä.:
 (5) *motyl* ‚Schmetterling‘ > *owad* ‚Insekt‘

- (6) *rzeka* ‚Fluss‘ > *Wisła* ‚Weichsel (Eigennamen)‘, *owoc* ‚Frucht‘ > *jabłko* ‚Apfel‘

Die Assoziation kann vom Mitglied einer Kategorie zur Bezeichnung der ganzen Kategorie führen (5) oder umgekehrt (6); im letzteren Fall geht es oft um die Nennung eines besonders prototypischen Vertreters einer Kategorie.

D. Berührung (Kontiguität): Meronymie und andere Beziehungen

- (7) *ręka* ‚Hand‘ > *palce* ‚Finger (Pl.)‘
 (8) *wódka* ‚Wodka‘ > *pijak* ‚Trinker‘
 (9) *ksiądz* ‚Priester‘ > *sutanna* ‚Soutane‘
 (10) *żołądek* ‚Magen‘ > *jedzenie* ‚Essen‘

Im Rahmen der semantischen Relationen hat sich nur für Teil-Ganzes-Beziehungen (Bsp. 7) eine eigene Bezeichnung eingebürgert, nämlich Meronymie. Es gibt daneben aber auch andere Arten der Kontiguitätsbeziehungen, die den Untertypen der Metonymie⁴ ähneln, etwa Produkt > Konsument (Bsp. 8) oder Träger > Kleidungsstück (9). Oft besteht die Kontiguität zwischen Stimulus und Response in der Zugehörigkeit zu einem gemeinsamen Vorstellungskreis, ohne dass die semantische Beziehung einem wiederkehrenden Typ angehört; man könnte diesen Untertyp allgemeiner als Frame-Relationen bezeichnen (Bsp. 10).

D. Formale Kontiguität: Syntagmatische Relationen

- (11) *dom* ‚Haus‘ > *rodzinny* ‚Eltern-‘, *ciężki* ‚schwer‘ > *kamień* ‚Stein‘
 (12) *spać* ‚schlafen‘ > *łóżko* ‚Bett‘, *krzesło* ‚Stuhl‘ > *stół* ‚Tisch‘
 (13) *kwaśny* ‚sauer‘ > *ocet* ‚Essig‘, *kobieta* ‚Frau‘ > *piękna* ‚schön (f.)‘

Bei syntagmatischen Beziehungen, die bei den Assoziationen ebenfalls eine wichtige Rolle spielen, geht es um eine Kontiguität auf der Ebene der Form: Es werden zwei Wörter miteinander assoziiert, da sie im Text oft nebeneinander auftreten (Bsp. 11).

Es gibt allerdings viele Fälle, in denen sich nicht eindeutig bestimmen lässt, ob die Antwort auf einer syntagmatischen Assoziation oder auf einer inhaltlichen Kontiguitätsbeziehung beruht; oft geht ja auch tatsächlich beides miteinander einher (12). Umgekehrt sind die syntagmatischen Assoziationen oft mit einer Prototypen-basierten Beziehung verbunden, etwa wird zu einem Adjektiv ein prototypischer Vertreter dieser Eigenschaft genannt oder umgekehrt (13).

Schließlich ist als weitere, aber seltener auftretende formale Assoziation die Wortbildungsassoziation zu nennen (*ciemny* ‚dunkel‘ > *ciemność* ‚Dunkelheit‘). RAIBLE stellt in seinem oben erwähnten Aufsatz auf der Basis der Assoziations-tests zu einigen romanischen Sprachen und dem amerikanischen Englischen eine

⁴ Der zentrale Unterschied zur Metonymie besteht darin, dass diese zwischen Bedeutungen desselben Wortes auftritt (*ręka* ‚1. Hand, 2. Arm‘), die semantischen Relationen hingegen zwischen verschiedenen Wörtern (s. dazu Anstatt i.Dr.).

Hierarchie der Assoziationen auf (1981, 12f.) (wobei er allerdings die oben angesprochenen Probleme nicht weiter thematisiert):

1. Kontrast-Assoziation
2. Assoziation nach semantischer Kontiguität
- 3a. Assoziation nach Similarität (Synonymie) oder nach taxonomischer Beziehung (Hyponymie / Hyperonymie)
- 3b. Assoziation nach syntagmatischer Kontiguität

Diese nach RAIBLE übereinzelsprachlich gültige Hierarchie würde beim Assoziieren sozusagen abgearbeitet: Wenn irgend möglich, wird laut RAIBLE nach Kontrast assoziiert. Wenn die Bedeutungsstruktur des Stimulus dies nicht zulässt, basiert die Assoziation auf semantischer Kontiguität; ist dies auch nicht möglich, dann folgen gleichberechtigt die unter 3a. und 3b. genannten Assoziationstypen.

Hier soll nun RAIBLES Hauptannahme auf den Prüfstein gestellt werden: Gilt auch für das Russische und das Polnische, dass nach Kontrast assoziiert wird, wann immer dies möglich ist? SUPRUN (1983) bemerkte bereits, dass in den slavischen Sprachen die Neigung zu paradigmatischen Assoziationen schwächer ausgeprägt sei als im Englischen (das Polnische stellt hier allerdings seiner Ansicht nach eine Ausnahme dar).

4. Korpus: 40 kontrastfähige Wörter

Für die Untersuchung von Kontrastassoziationen im Deutschen, Englischen, Polnischen und Russischen habe ich aus den oben genannten Assoziationslisten (zum Russischen wurde KARAULOV et al. 1994 ff. verwendet) ein Korpus von 40 kontrastfähigen Stimuluswörtern zusammengestellt. Dieses Korpus umfasst die in Tabelle 1 dargestellten Stimuluswörter mit jeweils den drei meistgenannten Assoziationen.

Anzumerken ist, dass die 40 Stimuluswörter nicht beliebig ausgewählt wurden; vielmehr wurden alle Stimuluswörter einbezogen, zu denen ein Kontrast im oben unter 3. genannten Sinne denkbar ist und zu denen Ergebnisse aus Assoziationstests in allen vier zu untersuchenden Sprachen zur Verfügung stehen. Bestimmte Probleme, etwa abweichende Wortarten, werden in Abschnitt 7.1. thematisiert.

	Deutsch	Englisch	Polnisch	Russisch
1.	<i>bitter</i>	<i>bitter</i>	<i>gorzki</i>	<i>gor'kij</i>
2.	<i>dunkel</i>	<i>dark</i>	<i>ciemny</i>	<i>temnyj</i>
3.	<i>durstig</i>	<i>thirsty</i>	<i>spragniony</i>	<i>žažda</i>
4.	<i>glatt</i>	<i>smooth</i>	<i>gladki</i>	<i>gladkij</i>
5.	<i>hart</i>	<i>hard</i>	<i>twardy</i>	<i>tverdyj</i>
6.	<i>hoch</i>	<i>high</i>	<i>wysoki</i>	<i>vysokij</i>
7.	<i>hungrig</i>	<i>hungry</i>	<i>głodny</i>	<i>golodnyj</i>

	Deutsch	Englisch	Polnisch	Russisch
8.	<i>kalt</i>	<i>cold</i>	<i>zimny</i>	<i>chłodnyj</i>
9.	<i>kurz</i>	<i>short</i>	<i>krótki</i>	<i>korotkij</i>
10.	<i>lang</i>	<i>long</i>	<i>długi</i>	<i>dlinnyj</i>
11.	<i>langsam</i>	<i>slow</i>	<i>powolny</i>	<i>medlennyj</i>
12.	<i>laut</i>	<i>loud</i>	<i>głośny</i>	<i>gromkij</i>
13.	<i>rauh</i>	<i>rough</i>	<i>szorstki</i>	<i>šerochovatyj</i>
14.	<i>ruhig</i>	<i>quiet</i>	<i>spokojny</i>	<i>tichij</i>
15.	<i>sauer</i>	<i>sour</i>	<i>kwaśny</i>	<i>kislyj</i>
16.	<i>schnell</i>	<i>swift</i>	<i>prędki</i>	<i>bystryj</i>
17.	<i>schön</i>	<i>beautiful</i>	<i>piękny</i>	<i>prekrasnyj</i>
18.	<i>schwarz</i>	<i>black</i>	<i>czarny</i>	<i>černyj</i>
19.	<i>schwer</i>	<i>heavy</i>	<i>ciężki</i>	<i>tjaželyj</i>
20.	<i>süß</i>	<i>sweet</i>	<i>słodki</i>	<i>sladkij</i>
21.	<i>tief</i>	<i>deep</i>	<i>głęboki</i>	<i>glubokij</i>
22.	<i>weich</i>	<i>soft</i>	<i>miękki</i>	<i>mjagkij</i>
23.	<i>weiß</i>	<i>white</i>	<i>biały</i>	<i>belyj</i>
24.	<i>Berg</i>	<i>mountain</i>	<i>góra</i>	<i>gora</i>
25.	<i>Frau</i>	<i>woman</i>	<i>kobieta</i>	<i>ženščina</i>
26.	<i>Freude</i>	<i>joy</i>	<i>radość</i>	<i>radost'</i>
27.	<i>Fuß</i>	<i>foot</i>	<i>stopa</i>	<i>noga</i>
28.	<i>Gesundheit</i>	<i>health</i>	<i>zdrowie</i>	<i>zdorov'e</i>
29.	<i>Hand</i>	<i>hand</i>	<i>ręka</i>	<i>ruka</i>
30.	<i>Junge</i>	<i>boy</i>	<i>chłopiec</i>	<i>mal'čik</i>
31.	<i>Kind</i>	<i>child</i>	<i>dziecko</i>	<i>rebenok</i>
32.	<i>Kopf</i>	<i>head</i>	<i>głowa</i>	<i>golova</i>
33.	<i>Krankheit</i>	<i>sickness</i>	<i>choroba</i>	<i>bolezn'</i>
34.	<i>Licht</i>	<i>light</i>	<i>światło</i>	<i>svet</i>
35.	<i>Mädchen</i>	<i>girl</i>	<i>dziewczyna</i>	<i>devochka</i>
36.	<i>Mann</i>	<i>man</i>	<i>mężczyzna</i>	<i>mužčina</i>
37.	<i>Mond</i>	<i>moon</i>	<i>księżyc</i>	<i>luna</i>
38.	<i>arbeiten</i>	<i>working</i>	<i>praca</i>	<i>rabotat'</i>
39.	<i>essen</i>	<i>eating</i>	<i>jedzenie</i>	<i>est'</i>
40.	<i>schlafen</i>	<i>sleep</i>	<i>spać</i>	<i>spat'</i>

Tab. 2: Das „Kontrast-Korpus“: 40 kontrastfähige Stimuluswörter

5. Assoziationen im Korpus: Qualitative Auswertung

Ich möchte nun als ersten Schritt exemplarisch die Assoziationen zu einigen Stimuli in den vier Sprachen vorstellen.

	Deutsch	Englisch	Polnisch	Russisch
<u>Stimulus</u> Assoziation	<u>dunkel</u>	<u>dark</u>	<u>ciemny</u>	<u>temnyj</u>
Platz 1	<i>hell(e)</i> 44%	<i>light</i> 68%	<i>jasny</i> ‚hell‘ 31%	<i>les</i> ‚Wald‘ 20%
Platz 2	<i>Nacht</i> 11%	<i>night</i> 14%	<i>pokój</i> ‚Zimmer‘ 20%	<i>svetlyj</i> ‚hell‘ 10%
Platz 3	<i>Dunkelheit</i> 9%	<i>room</i> 4%	<i>noc</i> ‚Nacht‘ 7%	<i>ugol</i> ‚Ecke‘ 8%

Tab. 3: Assoziationen zum Stimulus ‚dunkel‘

Tabelle 3 stellt die drei meistgenannten Assoziationen zum Stimuluswort mit der Bedeutung⁵ ‚dunkel‘ in den vier untersuchten Sprachen dar. Zu jedem Response wird jeweils die Prozentzahl aller Probanden genannt, die mit dieser Assoziation reagiert haben. Es wird deutlich, dass die Kontrastassoziation ‚hell‘ im Deutschen und Englischen dominant ist, im Polnischen steht sie ebenfalls an erster Stelle, im Russischen aber erst an zweiter. Im Englischen ist die Kontrastassoziation mit zwei Dritteln aller Antworten ausgesprochen stark vertreten, im Polnischen nur mit einem Drittel; im Russischen hat lediglich ein Zehntel aller Befragten mit einer Kontrastassoziation reagiert. Im Russischen ist die meistgenannte Assoziation nach KARAULOV et al. (1994ff.) mit *les* ‚Wald‘ eine syntagmatische; auffällig ist aber, dass auf den ersten Platz nur eine eher niedrige Anzahl von Antworten entfällt. ‚Wald‘ als Assoziation ist im Polnischen, am Rande bemerkt, bei 3% aller Responses vertreten, im Deutschen bei lediglich 0,3% (was einem einzigen Probanden entspricht).⁶ Dies legt die Vermutung nahe, dass der Häufigkeit der russischen Assoziation ein kulturelles Phänomen zugrunde liegt. Bei den weiteren Assoziationen handelt es sich bis auf dt. *Dunkelheit* ebenfalls um syntagmatische Assoziationen⁷, sie sind aber im Deutschen und Englischen jeweils erheblich seltener als die Kontrastassoziation; im Polnischen ist der Unterschied nicht so ausgeprägt (31% für die Kontrastassoziation *jasny*, 20% für die syntagmatische Assoziation *pokój*).

⁵ Assoziiert wird in der Regel nur zu den Standardbedeutungen, die Frage der Polysemie kann hier daher unberücksichtigt bleiben.

⁶ Für das Englische wurden in der Liste von Miller (1970) nur die 5 meistgenannten Assoziationen angegeben, so dass sich hier nicht überprüfen lässt, wie oft ‚Wald‘ vertreten war.

⁷ Im Deutschen ist es allerdings aufgrund der fehlenden Kongruenz etwas problematisch, eine syntagmatische Assoziation anzusetzen.

	Deutsch	Englisch	Polnisch	Russisch
<u>Stimulus</u> Assoziation	<i>weiß</i>	<i>white</i>	<i>biały</i>	<i>belyj</i>
Platz 1	<i>schwarz</i> 39%	<i>black</i> 47%	<i>(jak) śnieg</i> ,(wie) Schnee‘ 25%	<i>sneg</i> ‚Schnee‘ 25%
Platz 2	<i>Schnee</i> 11%	<i>snow</i> 14%	<i>czarny</i> ,schwarz‘ 14%	<i>černyj</i> ,schwarz‘ 10%
Platz 3	<i>hell</i> 8%	<i>pure</i> 4%	<i>dom</i> ‚Haus‘ 7%	<i>cvet</i> ‚Farbe‘ 5%

Tabelle 4: Assoziationen zum Stimulus ‚weiß‘

Bei dem Stimuluswort mit der Bedeutung ‚weiß‘ ist der Unterschied zwischen den beiden germanischen Sprachen einerseits und den beiden slavischen andererseits noch ausgeprägter: im Deutschen und Englischen findet sich jeweils auf Platz 1 eine Kontrastassoziation, genannt von je knapp der Hälfte der Probanden; im Polnischen und Russischen steht der Kontrast an Platz 2, genannt von etwas mehr als einem Zehntel der Probanden. ‚Schnee‘ als syntagmatische Assoziation⁸ und gleichzeitig als typischer Träger der Eigenschaft ‚weiß‘ ist hingegen die meistgenannte Assoziation in den beiden slavischen Sprachen, genannt je von einem Viertel, und es ist die zweithäufigste Assoziation in den beiden germanischen Sprachen, auf die aber weniger als 15% der Nennungen entfallen.

	Deutsch	Englisch	Polnisch	Russisch
<u>Stimulus</u> Assoziation	<i>hungrig</i>	<i>hungry</i>	<i>głodny</i>	<i>golodnyj</i>
Platz 1	<i>durstig</i> 19%	<i>food</i> 25%	<i>(jak) wilk</i> ‚(wie) Wolf‘ 17%	<i>volk</i> ‚Wolf‘ 29%
Platz 2	<i>essen</i> 14%	<i>thirsty</i> 19%	<i>(jak) pies</i> ‚(wie) Hund‘ 13%	<i>pes</i> ‚Hund‘ 7%
Platz 3	<i>satt</i> 11%	<i>eat</i> 4%	<i>człowiek</i> ,Mensch‘ 11%	<i>god</i> ‚Jahr‘ 6%

Tab. 5: Assoziationen zum Stimulus ‚hungrig‘

⁸ Ein Problem ist allerdings, dass in der Darstellung der Testergebnisse zum Polnischen (Kurcz 1967a) gelegentlich verschiedene Antworten zusammengefasst wurden, hier etwa die Antworten ‚śnieg‘ und ‚jak śnieg‘, wieviele Nennungen auf welche der beiden Antworten entfallen, wird nicht genannt.

	Deutsch	Englisch	Polnisch	Russisch
<u>Stimulus</u> Assoziation	<i>ruhig</i>	<i>quiet</i>	<i>spokojny</i>	<i>tichij</i>
Platz 1	<i>laut</i> 14%	<i>loud</i> 16%	<i>ocean</i> ‚Ozean‘ 23%	<i>Don</i> (Fluss) 14%
Platz 2	<i>still</i> 9%	<i>peace</i> 18%	<i>człowiek</i> ‚Mensch‘ 14%	<i>večer</i> ‚Abend‘ 10%
Platz 3	<i>langsam</i> 5%	<i>noisy</i> 5%	<i>sen</i> ‚Traum‘ 6%	<i>omut</i> ‚Tiefe (im Wasser)‘ 7%

Tab. 6: Assoziationen zum Stimulus ‚ruhig‘

	Deutsch	Englisch	Polnisch	Russisch
<u>Stimulus</u> Assoziation	<i>süß</i>	<i>sweet</i>	<i>słodki</i>	<i>sladkij</i>
Platz 1	<i>sauer</i> 39%	<i>sour</i> 35%	<i>(jak) miód</i> ‚(wie) Honig‘ 21%	<i>sachar</i> ‚Zucker‘ 10%
Platz 2	<i>Zucker</i> 11%	<i>sugar</i> 11%	<i>cukierek</i> ‚Bon- bon‘ 14%	<i>pirog</i> ‚Pirogge‘ 9%
Platz 3	<i>Bonbon</i> 5%	<i>bitter</i> 9%	<i>cukier</i> ‚Zucker‘ 13%	<i>son</i> ‚Traum‘ 8%

Tab. 7: Assoziationen zum Stimulus ‚süß‘

Für die Stimuli ‚hungrig‘, ‚ruhig‘ und ‚süß‘ (Tabellen 5, 6 und 7) gelten sehr ähnliche Beobachtungen: Im Deutschen und Englischen sind jeweils Kontrastassoziationen relativ stark vertreten (in mehreren Fällen sogar durch zwei verschiedene Antonyme, z.B. dt. *hungrig* > *durstig*⁹/ *satt*, engl. *sweet* > *sour* / *bitter*), während in den polnischen und russischen Assoziationstests unter den drei meistgenannten Assoziationen keine einzige auf Kontrast basiert, vielmehr finden sich ausschließlich syntagmatische Relationen. Auffällig bei den bisher zu den Adjektiven genannten Beispielen ist, dass in den slavischen Sprachen dann eine Kontrastassoziation unter den drei häufigsten Assoziationen ist, wenn die entsprechende Kontrastassoziation beim englischen und deutschen Äquivalent einen sehr hohen prozentualen Anteil aufweist.

⁹ *Durstig* kann allerdings auch als Kohyponym von *hungrig* verstanden werden, wie überhaupt in verschiedenen Fällen die Grenzen zwischen Kohyponymie und Kontrast unscharf sind.

	Deutsch	Englisch	Polnisch	Russisch
<u>Stimulus</u> Assoziation	<i>Mädchen</i>	<i>girl</i>	<i>dziewczyna</i>	<i>devočka</i>
Platz 1	<i>Junge</i> 14%	<i>boy</i> 69%	<i>ładna</i> ‚hübsch (f.)‘ 14%	<i>malen’kaja</i> ‚klein (f.)‘ 12%
Platz 2	<i>Frau</i> 5%	<i>school</i> 3%	<i>chłopiec</i> ‚Junge‘ 12%	<i>mal’čik</i> ‚Junge‘ 11%
Platz 3	<i>Knabe</i> 5%	<i>hair</i> 2%	<i>piękna</i> ‚schön (f.)‘ 7%	<i>krasivaja</i> ‚hübsch (f.)‘ 4%

Tab. 8: Assoziationen zum Stimulus ‚Mädchen‘

Als Beispiel für Assoziationen bei einem Substantiv möchte ich das Stimuluswort ‚Mädchen‘ anführen. Im Deutschen finden wir auf allen drei ersten Plätzen Kontrastassoziationen, die Zahlen sind dafür pro Kontrast nicht sehr hoch. Im Englischen dominiert die Kontrastassoziation *boy*. In den beiden slavischen Sprachen finden wir auf Platz 1 und 3 syntagmatische und auf Platz 2 eine Kontrastassoziation.

	Deutsch	Englisch	Polnisch	Russisch
<u>Stimulus</u> Assoziation	<i>arbeiten</i>	<i>working</i>	<i>praca</i> ‚Arbeit‘	<i>rabotat’</i>
Platz 1	<i>faulenzeln</i> 9%	<i>hard</i> 13%	<i>ciężki/-a</i> ‚schwere (m/f)‘ 24%	<i>chorošo</i> ‚gut‘ 6%
Platz 2	<i>schlafen</i> 8%	<i>man</i> 12%	<i>dobra</i> ‚gute‘ 3%	<i>bystro</i> ‚schnell‘ 3%
Platz 3	<i>ruhen</i> 5%	<i>sleeping</i> 9%	<i>trud</i> ‚Mühe‘ 2%	<i>dolgo</i> ‚lang‘ 3%

Tab. 9: Assoziationen zum Stimulus ‚arbeiten (bzw. Arbeit)‘

Abschließend ein Beispiel für einen Verb-Stimulus; leider wurde für den polnischen Assoziationstest hier (wie auch im Fall von *essen / jedzenie*) eine substantivische Form gewählt, die den Vergleich in Bezug auf Wortarten-Aspekte unmöglich macht. Ein Vergleich ist jedoch mit dem Russischen möglich. Zunächst fällt auf, dass die Bündelung in allen Sprachen – mit Ausnahme des Polnischen – sehr niedrig ist, auch die meistgenannten Assoziationen liegen in der Gegend von einem Zehntel der Nennungen. Was die inhaltlichen Aspekte angeht, so ist der besonders der Unterschied zwischen dem Deutschen und dem Russischen augenfällig: im Deutschen finden sich auf den ersten drei Plätzen ausschließlich unterschiedliche auf Kontrast basierende Assoziationen, im Russischen ausschließlich Adverbien, die sich auf eine – positiv konnotierte – Art des Arbeitens beziehen.

6. Assoziationen im Korpus: Quantitative Auswertung

Mit dem vorausgegangenen Abschnitt habe ich exemplarisch gezeigt, wie die in den vier untersuchten Sprachen genannten Assoziationen zu kontrastfähigen Wörtern beschaffen sind. Es zeigte sich, dass in der Tat das Deutsche und das Englische stark zu Kontrastassoziationen tendieren, für das Russische und Polnische scheint das aber nicht zu gelten. In diesem Abschnitt möchte ich diese impressionistischen Aussagen quantitativ untermauern. Die in den folgenden drei Tabellen genannten Prozentzahlen beziehen sich für jede Sprache auf die 40 untersuchten Stimuluswörter des Kontrast-Korpus (s. Tab. 2).

	Deutsch	Englisch	Polnisch	Russisch
Kontrastassoziation auf Platz 1	85%	75%	38%	23%
Kontrast unter ersten 3 Assoziationen	98%	95%	70%	65%

Tab. 10: Auftreten von Kontrastassoziationen bei den je 40 (= 100%) untersuchten Stimuluswörtern des Kontrast-Korpus

Die Auszählung des Auftretens von Kontrastassoziationen ergibt das in Tabelle 10 dargestellte Bild: Die meistgenannte Assoziation zu den 40 untersuchten kontrastfähigen Stimuluswörtern basiert im Deutschen und Englischen weit überwiegend auf einem Kontrast; im Polnischen und Russischen ist dies erheblich seltener der Fall. Die Assoziationshierarchie von RAIBLE und seine kategorische Aussage „eine starke, d.h. eindeutige, Antonymie-Relation (Antonymie im erwähnten weiten Sinne) führt stets dazu, dass das am häufigsten genannte assoziierte Wort das korrespondierende Antonym ist“ (1981, 12) trifft also nur in den englischen und deutschen Assoziationstests zu, aber nicht in den polnischen und russischen.

Nehmen wir die drei meistgenannten Assoziationen in den Blick, so gilt für das Deutsche und Englische, dass praktisch immer eine Kontrastassoziation unter diesen vertreten ist; im Polnischen und Russischen kommt in rund einem Drittel aller Fälle auch unter den ersten drei Assoziationen keine auf einem Kontrast basierende vor.

	Deutsch	Englisch	Polnisch	Russisch
Syntagmatische Assoziation auf Platz 1	8%	5%	50%	73%
Andere Assoziationen auf Platz 1 (semant. Kontiguität, Gleichheit, taxonomische Relation)	7%	20%	12%	4%

Tab. 11: Auftreten von syntagmatischen und weiteren Assoziationen bei den je 40 (= 100%) untersuchten Stimuluswörtern des Kontrast-Korpus

Stellen wir die Frage, was im Polnischen und Russischen an die Stelle der in den beiden anderen Sprachen so häufigen Kontrastassoziation tritt, so ist die Antwort eindeutig: es sind syntagmatische Assoziationen. Sie sind im Polnischen in der Hälfte der Fälle, im Russischen gar fast in drei Vierteln der Fälle die meistgenannten Assoziationen – wohlgermerkt nur bei den kontrastfähigen Wörtern – während sie im Deutschen und Englischen auf dem ersten Platz fast nicht vorkommen. Alle weiteren Assoziationstypen, also die semantische Kontiguität sowie die Gleichheits- und Kategorieassoziationen, spielen bei den untersuchten kontrastfähigen Wörtern eine eher untergeordnete Rolle. Auch hier trifft RAIBLES Assoziationshierarchie im Fall der slavischen Sprachen nicht zu, denn nach dieser spielen syntagmatische Assoziationen nur eine untergeordnete Rolle. Neben den inhaltlichen Unterschieden ist noch eine zweite Tatsache auffällig: Die Assoziationen in den beiden slavischen Sprachen streuen breiter als im Deutschen und Englischen, oder andersherum formuliert: die Bündelung ist niedriger. Dies stellt Tabelle 12 dar.

	Deutsch	Englisch	Polnisch	Russisch
Erste Assoziation $\geq 50\%$ ¹⁰	5%	30%	0%	0%
Erste Assoziation $\geq 25\%$ ¹¹	58%	65%	23%	8%

Tab. 12: Häufigkeit der meistgenannten Assoziation bei den je 40 (= 100%) untersuchten Stimuluswörtern

Ich hatte eingangs RAIBLES Paradebeispiel erwähnt: von den amerikanischen Englischsprechern haben auf den Stimulus *dark* 85% mit der Assoziation *light* reagiert. Dies ist eine bemerkenswert ausgeprägte Bündelung; in den hier untersuchten Sprachen ist eine solche Stärke nicht belegt. Ein Wert von über 50%, wobei also mehr als die Hälfte aller befragten Probanden mit derselben Assoziation reagiert, kommt in den Tests zum britischen Englisch regelmäßig vor, in den deutschen selten, in den russischen und polnischen gar nicht. Setzen wir einen niedrigeren Schwellenwert für die Bündelung an, dann zeigt sich, dass in den deutschen und englischen Tests regelmäßig mehr als ein Viertel aller Probanden mit derselben Assoziation reagierten; im Polnischen und Russischen ist selbst diese geringe Übereinstimmung erheblich seltener gegeben (s. Tabelle 12, Zeile 2).

Interessant ist nun ein Blick darauf, bei *welchen* Assoziationen starke Bündelungen auftreten. Dies ist in Tabelle 13 dargestellt: die erste Zeile wiederholt die Prozentzahlen der letzten Zeile aus Tabelle 12; zusätzlich zu den Prozentzahlen sind hier auch die absoluten Zahlen genannt. Die zweite Zeile gibt – ebenfalls in

¹⁰ Lies: Bei wie vielen der untersuchten 40 kontrastfähigen Stimuluswörter nannte mehr als die Hälfte der Probanden dieselbe Assoziation?

¹¹ Lies: Bei wie vielen der untersuchten 40 kontrastfähigen Stimuluswörter nannte mehr als ein Viertel der Probanden dieselbe Assoziation?

absoluten Zahlen – an, wie viele der Assoziationen mit einer Bündelung über 25% Kontrastassoziationen sind.

	Deutsch	Englisch	Polnisch	Russisch
Erste Assoziation $\geq 25\%$	58%	65%	23%	8%
in absoluten Zahlen	23	26	9	3
davon Kontrastassoziationen	22	24	2	0

Tab. 13: Häufigkeit und Typ der meistgenannten Assoziation bei den je 40 (= 100%) untersuchten Stimuluswörtern

Tabelle 13 zeigt deutlich, dass dort, wo hohe Bündelungen auftreten, die Kontrastassoziation beteiligt ist – mit anderen Worten: der Kontrast schafft Einheitlichkeit. Fehlt die Dominanz der Kontrastassoziation wie im Polnischen und Russischen, dann zerfallen die Antworten der Testteilnehmer in verschiedene individuellere Assoziationen.

7. Erklärungsmöglichkeiten

Wie können diese Unterschiede zwischen den Sprachen, bzw. wenn man RAIBLE folgt, dieses abweichende Verhalten der slavischen Sprache erklärt werden? Ich möchte drei Typen von Erklärungsmöglichkeiten betrachten: 1. durch das Testverfahren verursachte Unterschiede, 2. innersprachliche Gründe, 3. kulturelle Gründe.

7.1. Verfahrensbedingte Unterschiede

Für die Betrachtung der verfahrensbedingten Unterschiede verweise ich noch einmal auf die in Abschnitt 2. angeführten Übersichten zu den verwendeten Assoziationstests. Während sich die Vorgehensweisen in den einzelnen Tests in vielen Parametern ähneln, etwa was das Verfahren oder die Auswahl der Probanden angeht, gibt es auch einen Unterschied, der für Divergenzen in den Ergebnissen verantwortlich sein könnte, nämlich die Varianz der Fragebögen. Für das Deutsche, Englische und Polnische wurden Assoziationstests ausgewertet, die mit der aus 100 Stimuluswörtern bestehenden Kent-Rosanoff-Liste arbeiten. Das bedeutet, dass die Listen für jeden Probanden der jeweiligen Sprache genau gleich waren: Sie enthielten immer dieselben 100 Stimuluswörter in immer derselben Reihenfolge. In den Kent-Rosanoff-Tests sind also Effekte der Reihenfolge, die eine vereinheitlichende Wirkung haben, denkbar: Wörter, die im Test bereits bearbeitet wurden, beeinflussen die Reaktion auf die weiteren Stimuli, weil bestimmte assoziative Felder aktiviert wurden. (Unter dem Schlagwort *semantisches Priming* macht sich die moderne Psycholinguistik genau dieses Phänomen sogar zunutze.) Dazu kommt, dass die Kent-Rosanoff-Liste von be-

stimmten Kontrastpaaren beide Partner enthält, beispielsweise kommt sowohl der Stimulus *hoch* als auch der Stimulus *tief* vor. Ein Proband, der bereits zu *hoch* die Assoziation *tief* hatte, wird beim Stimulus *tief* wohl eher geneigt sein, *hoch* zu antworten. Die grundsätzliche Präferenz für Kontrastassoziationen, die RAIBLE auf der Basis der Kent-Rosanoff-Tests konstatierte, muss also aus methodischen Gründen zumindest leicht relativiert werden.

Für das Russische wurden dagegen die Assoziationstests von KARAULOV et al. verwendet, die genau diese Effekte vermeiden: Hier wurde für jeden Probanden ein per Zufallsgenerator neu zusammengesetzter Test ausgegeben. Für das Russische existiert noch ein zweites Assoziationswörterbuch, nämlich das 1977 publizierte Assoziationswörterbuch von LEONT'EV. Dieses steht dem Verfahren nach zwischen dem der klassischen Kent-Rosanoff-Liste und dem Verfahren von KARAULOV: Hier wurde zwar nicht für jeden Probanden ein individueller Bogen verwendet, aber auch nicht immer derselbe, sondern insgesamt fünf verschiedene. Leider konnte es für einen Vergleich der Sprachen nicht verwendet werden, da es nur einige wenige Stimuluswörter der Kent-Rosanoff-Liste enthält. Um die Rolle der Varianz der Fragebögen zu ermitteln, habe ich fünf zufällig zusammengestellte kontrastfähige Stimuli, die sowohl bei KARAULOV et al. als auch bei LEONT'EV enthalten sind, miteinander verglichen. Die Ergebnisse sind in Tabelle 14 dargestellt; Kontrastassoziationen sind jeweils fett dargestellt.

Stimulus	Reaktionen nach Karaulov et al. 1994ff.	Reaktionen nach Leont'ev 1977
<i>bol'soj</i> ,groß'	1. <i>malen'kij</i> ,klein' 9% 2. <i>dom</i> ,Haus' 8% 3. <i>drug</i> ,Freund' 4%	1. <i>malen'kij</i> ,klein' 29% 2. <i>dom</i> ,Haus' 9% 3. <i>gorod</i> ,Stadt' 5%
<i>dorogoj</i> ,teuer'	1. <i>čelovek</i> ,Mensch' 23% 2. <i>drug</i> ,Freund' 17% 3. <i>ljubimyj</i> ,lieb' / <i>moj</i> ,mein' 7%	1. <i>čelovek</i> ,Mensch' 36% 2. <i>deševyj</i> ,billig' 8% 3. <i>drug</i> ,Freund' 6%
<i>čistyj</i> ,sauber'	1. <i>vozduch</i> ,Luft' 23% 2. <i>grjaznyj</i> ,schmutzig' 10% 3. <i>prud</i> ,See' 6%	1. <i>grjaznyj</i> ,schmutzig' 17% 2. <i>vozduch</i> ,Luft' 7% 3. <i>pol</i> ,Boden' / <i>drug</i> ,Freund' 5%
<i>polnyj</i> ,voll / dick'	1. <i>čelovek</i> ,Mensch' 7% 2. <i>tolstyj</i> ,dick' 6% 3. <i>idiot</i> ,Idiot' / <i>muščina</i> ,Mann' 4%	1. <i>čelovek</i> ,Mensch' 11% 2. <i>chudoj</i> ,dünn' 9% 3. <i>pustoj</i> ,leer' 9%
<i>otec</i> ,Va- ter'	1. <i>mat'</i> ,Mutter' 17% 2. <i>rodnoj</i> ,leiblich' 10% 3. <i>semejstva</i> ,Familie _{GEN} ' 6%	1. <i>mat'</i> ,Mutter' 25% 2. <i>rodnoj</i> ,leiblich' 10% 3. <i>moj</i> ,mein' 7%

ljubit' ,lieben‘	1. <i>čeloveka</i> ‚Mensch _{GEN} ‘ 6%	1. <i>nenavidet</i> ‚hassen‘ 16%
	2. <i>nenavidet</i> ‚hassen‘ 5%	2. <i>krepko</i> ‚stark, innig _{ADV} ‘ 10%
	3. <i>žizn</i> ‚Leben‘ 4%	3. <i>kogo</i> ‚wen‘ 4%

Tab. 14: Vergleich der russischen Assoziationen zu 5 kontrastfähigen Stimuli bei KARAULOV und LEONT'EV

Der Vergleich zeigt, dass die Rolle des Kontrastes in den Assoziationstests von LEONT'EV größer ist als in denjenigen von KARAULOV et al. Sie ist aber dennoch kleiner als die stark kontrastorientierten Assoziationen im Deutschen und Englischen, vielmehr ähneln die Ergebnisse denen der polnischen Assoziationstests von KURCZ (1967a).

Damit bin ich bei einem zweiten Aspekt, der im Zusammenhang mit den Testverfahren auffällt: Die polnischen Assoziationstests von KURCZ sind mit demselben Verfahren durchgeführt wie die zum Deutschen und Englischen, und dennoch ist die Rolle des Kontrastes im Polnischen erheblich geringer als in den beiden germanischen Sprachen.

Dies zeigt, dass Unterschiede im Test-Verfahren als Erklärung alleine keinesfalls ausreichen: Es bleiben Differenzen zwischen den slavischen und den germanischen Sprachen bestehen, die *nicht* durch Verfahrenseffekte erklärt werden können. Verfahrensunterschiede liefern aber eine Teilerklärung: Das im Russischen nach KARAULOV et al. extrem seltene Auftreten der Kontrastassoziation kann damit erklärt werden, dass durch die hohe Varianz der Fragebögen bestimmte Priming-Effekte und Effekte der Wiederholung ausbleiben. So können die Unterschiede zwischen den polnischen und den russischen „Karaulov-Werten“ erklärt werden und auch die Unterschiede zwischen den beiden russischen Befragungen.

Fazit ist also, dass das Verfahren – wie immer in psycholinguistischen Tests – eine nicht unerhebliche Rolle spielt; als Erklärung für die unterschiedlichen Präferenzen in den slavischen gegenüber den germanischen Sprachen reicht es jedoch nicht aus.

7.2. Innersprachliche Ursachen

Als innersprachliche Ursachen kommen verschiedene Faktoren in Betracht. Oben bereits kurz angedeutet wurde die Wortartenproblematik: Während im Englischen und auch im Deutschen oft Wortartenhomonymien bestehen (z.B. bei *eat* bzw. *eating*, *essen*¹²), sind in den beiden slavischen Sprachen die Wortarten klar unterscheidbar. In den Tests wird das Stimuluswort überdies gelegentlich durch unterschiedliche Wortarten repräsentiert (z.B. dt. *essen*_{V/N} / engl. *eating*_{V/N} /

¹² In den deutschen Tests wurden offensichtlich alle Stimuli groß geschrieben (dies geht jedenfalls implizit aus den Angaben bei Russell 1970 hervor), so dass diese Disambiguierungsmöglichkeit entfällt.

poln. *jedzenie*_N / russ. *est'*_V). Ein weiterer Faktor sind zwischensprachliche Unterschiede bei Polysemien (vgl. engl. *woman* / poln. *kobieta* / russ. *ženščina* ‚weiblicher Mensch‘ vs. dt. *Frau* ‚1. weiblicher Mensch; 2. Ehefrau‘) und Homonymien (vgl. russ. *est'* I. ‚sein_{3SG}‘, II. ‚essen‘). Drittens können einzelne Sprachen lexikalische Lücken aufweisen. So gibt es im Russischen keine adjektivische Entsprechung zu ‚durstig‘¹³ (dies ist auch der Grund dafür, dass als entsprechender Stimulus nur das Substantiv *žadžda* ‚Durst‘ herangezogen werden konnte); im Polnischen ist zwar ein Adjektiv vorhanden, aber weniger gebräuchlich als sein deutsches und englisches Äquivalent. Alle diese Faktoren schlagen sich ohne Zweifel in den jeweils genannten Assoziationen nieder. Es handelt sich jedoch jeweils um Einzelfälle, die nicht ausreichen, um aus ihnen systematische Unterschiede abzuleiten.

Ein systematischer innersprachlicher Faktor ist hingegen die in den untersuchten Sprachen sehr unterschiedlich gestaltete Morphologie.¹⁴ In den slavischen Sprachen ist die morphologische Form eines Wortes – im Unterschied zum Deutschen und Englischen – sehr deutlich ausgeprägt. Besonders augenfällig ist dies bei den Adjektiven, und diese stellen das Gros der untersuchten kontrastfähigen Wörter. Adjektive sind in den beiden slavischen Sprachen stets genus-, numerus- und kasusmarkiert; als Stimuluswörter wurden sie mit der Markierung ‚Nominativ Singular maskulin‘ verwendet. Die Formen, die für das Deutsche und Englische getestet wurden, sind hingegen neutral: Im Englischen sind Adjektive ohnehin unveränderlich, für das Deutsche wurde die unflektierte Form (*dunkel* statt *dunkler* usw.) als Stimulus gewählt.

Hier zeichnet sich nun eine Erklärung der Präferenz der slavischen Sprachen für die syntagmatische Assoziation ab: Die morphologische Markierung scheint bei der Assoziation eine „horizontale“ Fortsetzung naheulegen. Und tatsächlich: Werten wir beispielsweise alle Assoziationen zu russ. *bystryj* ‚schnell‘ aus, dann zeigt sich, dass insgesamt 65% aller Probanden ein maskulines Substantiv im Singular als Assoziation nannten. Ein feminines Substantiv¹⁵ beispielsweise wurde nur von 2% aller Probanden assoziiert. KARAULOV (1993, 22f.) schließt allerdings aus der Tatsache, dass nichtkongruierende Formen überhaupt assoziiert werden, auf die fundamentale Stellung der maskulinen Singular-Form.

Einen Hinweis darauf, dass hier nicht nur die Genusmarkierung eine Rolle spielt, sondern eine starke Morphologie grundsätzlich die Neigung zur Syntagmatik erhöht, gibt die Tatsache, dass syntagmatische Assoziationen im Bulgari-

¹³ Statt dessen wird die umschreibende Konstruktion *ja choču pit'* (bzw. *mne chočetsja pit'*) ‚ich möchte trinken‘ (bzw. eine entsprechende unpersönliche Konstruktion) verwendet.

¹⁴ Die morphologische Struktur der Sprache als Erklärungsansatz wählt auch Suprun (1983, 38): Ihm zufolge liegen die Unterschiede zwischen den Assoziationen im morphologischen Analytismus des Englischen begründet.

¹⁵ Dies waren die Assoziationen *raketa* ‚Rakete‘, *strela* ‚Pfeil‘, die von je zwei Probanden genannt wurden, und *gonka* ‚Eile‘ sowie *lastočka* ‚Schwalbe‘, *lodka* ‚Boot‘, *molnija* ‚Blitz‘, *mašina* ‚Auto‘ und *reka* ‚Fluss‘, die je ein Proband angab.

schen deutlich seltener als im Russischen und Polnischen auftreten, paradigmatische dagegen häufiger.¹⁶ Zu diesem Ergebnis kommt A. KUCZMINSKI¹⁷, der das Kontrastkorpus der 40 Wörter für das Bulgarische auf der Basis von GERGANOV (1984) analysiert und die folgende Verteilung ermittelt (sie ist in Tab. 15 mit den o.g. Zahlen für die anderen vier Sprachen zusammengestellt):

	Deutsch	Engl.	Poln.	Russ.	Bulg.
Kontrastassoziation auf Platz 1	85%	75%	38%	23%	60%
Syntagmatische Assoziation auf Platz 1	8%	5%	50%	73%	18%

Tab. 15: Häufigste Assoziationen im Bulgarischen (nach Kuczminski, Seminararbeit 2007)

Wenn die morphologische Markierung der gegebenen Wortform die Erklärung für die Präferenz von syntagmatischen Assoziationen ist, dann müsste sie sich bei unmarkierten Wortformen, beispielsweise bei Verben im Infinitiv, nivellieren. Dies scheint jedoch nicht der Fall zu sein. Die Kent-Rosanoff-Liste enthält nicht genügend geeignete Stimuli, um hier einen quantitativen Vergleich anzustellen. Oben habe ich bereits das Beispiel *arbeiten* angesprochen, wo sich im Russischen wiederum die typische „Vorliebe“ für syntagmatische Assoziationen und im Deutschen diejenige für Kontrastassoziationen zeigt. Einige weitere Beispiele lassen sich durch einen Vergleich von verbalen Stimuli aus KARAULOV et al. (1994ff.) mit einem neueren Assoziationswörterbuch zum britischen Englisch (MOSS/OLDER 1996) gewinnen. Tab. 16 gibt die meistgenannten Assoziationen an und es zeigt sich, dass sich wiederum im Englischen eine Präferenz für Kontrastassoziationen (in der Tabelle fett dargestellt), im Russischen eine Vorliebe für syntagmatische Assoziationen manifestiert.

Stimulus und meistgenannte Assoziation im brit. Englischen (nach Moss/Older 1996)	Stimulus und meistgenannte Assoziation im Russischen (nach Karaulov et al. 1994)
<i>take</i> > give (19%)	<i>vzjat'</i> ‚nehmen‘ > <i>v ruki</i> ‚in die Hände‘ (6%)
<i>love</i> > hate (36%)	<i>ljubit'</i> ‚lieben‘ > <i>čeloveka</i> ‚Mensch _{AKK-SG} ‘ (6%)
<i>come</i> > go (21%)	<i>prijti</i> ‚kommen‘ > <i>domoj</i> ‚nach Hause‘ (18%)

¹⁶ Im Bulgarischen sind die Adjektive zwar genus- und numerusmarkiert, aber bekanntlich ist die Kasusmorphologie in dieser Sprache fast vollständig abgebaut.

¹⁷ Seminararbeit zu Normen der Wortassoziation im Deutschen und Slavischen, angefertigt im Rahmen des Hauptseminars „Semantische Relationen im Polnischen“, Ruhr-Universität Bochum, SS 2007.

<i>lose</i> > win (17%)	<i>poterjat'</i> ,verlieren > <i>druga</i> ,Freund _{AKK-SG} (14%)
-----------------------------------	---

Tab. 16: Meistgenannte Assoziationen zu englischen und russischen Verben

Licht auf die Frage, wie stark die Zugkraft der Morphologie ist, könnte auch die Untersuchung von Adverbien werfen, da es sich hierbei um eine morphologisch in Bezug auf Genus und Numerus neutrale Wortart handelt.¹⁸ In Tab. 17 gebe ich die drei meistgenannten Assoziationen zu einigen beliebig ausgewählten russischen Adverbien nach KARAULOV et al. an. Es zeigt sich, dass trotz größerer morphologischer Neutralität dennoch syntagmatische Assoziationen dominieren; Kontrastassoziationen (wieder mit Fettung markiert) sind erheblich seltener.

Stimulus	Reaktionen nach Karaulov et al. (1994ff.)
<i>chorošo</i> ,gut‘	1. <i>plocho</i> ,schlecht‘ 18% 2. <i>žit'</i> ,leben‘ 11% 3. <i>učit'sja</i> ,lernen‘ 4%
<i>cholidno</i> ,kalt‘	1. <i>zimoj</i> ,im Winter‘ 12% 2. <i>žarko</i> ,heiß‘ 9% 3. <i>zima</i> ,Winter‘ 9%
<i>často</i> ,oft‘	1. <i>byvaet</i> ,pfl egt zu sein‘ 9% 2. <i>redko</i> ,selten‘ 8% 3. <i>vstrečaetsja</i> ,ist anzutreffen‘ 5%
<i>ticho</i> ,leise‘	1. <i>govorit'</i> ,sprechen‘ 7% 2. <i>gromko</i> ,laut‘ 7% 3. <i>sidet'</i> ,sitzen‘ 5%
<i>smirno</i> ,sanft, ruhig‘	1. <i>stojat'</i> ,stehen‘ 30% 2. <i>vol'no</i> ,frei‘ 10% 3. <i>sidet'</i> ,sitzen‘ 8%
<i>sladko</i> ,süß‘	1. <i>spat'</i> ,schlafen‘ 26% 2. <i>gor'ko</i> ,bitter‘ 10% 3. <i>žit'</i> ,leben‘ 9%
<i>smelo</i> ,mutig‘	1. <i>tovarišči</i> ,Genossen‘ 11% 2. <i>v nogu</i> ,auf die Beine‘ 11% 3. <i>idti</i> ,gehen‘ 10%
<i>sil'no</i> ,stark‘	1. <i>lubit'</i> ,lieben‘ 9% 2. <i>udarit'</i> ,schlagen‘ 7% 3. <i>slabo</i> ,schwach‘ 6%
<i>ser'ezno</i> ,ernst‘	1. <i>govorit'</i> ,sprechen‘ 13% 2. <i>dumat'</i> ,denken _{IPF} ‘ 11% 3. <i>podumat'</i> ,denken _{PF} ‘ 9%

¹⁸ Ich greife damit einen Vorschlag von den Teilnehmern des Konstanzer Arbeitstreffens auf.

<i>mjagko</i> ‚weich‘	1. <i>stelit</i> ‚betten‘ 10% 2. <i>spat</i> ‚schlafen‘ 9% 3. <i>upast</i> ‚fallen‘ 8%
<i>krasivo</i> ‚schön‘	1. <i>žit</i> ‚leben‘ 21% 2. <i>vygljadet</i> ‚aussehen‘ 4% 3. <i>očen</i> ‚sehr‘ 4% ¹⁹
<i>krivo</i> ‚schief‘	1. <i>koso</i> ‚krumm‘ 19% 2. <i>pisat</i> ‚schreiben‘ 6% 3. <i>prjamo</i> ‚gerade‘ 5%
<i>dobro</i> ‚gut‘	1. <i>požalovat</i> ‚willkommen‘ ²⁰ 21% 2. <i>zlo</i> ‚böse‘ 14% 3. <i>delat</i> ‚machen‘ 10%

Tab. 17: Assoziationen zu russischen Adverbien

Insgesamt kann mit der innersprachlichen, morphologischen Begründung eine deutliche Tendenz im assoziativen Verhalten der russisch- und polnischsprachigen Probanden begründet werden: Die ausgeprägte Morphologie „zieht“ in Richtung syntagmatische Assoziation, was zu Lasten der Kontrast-Assoziation geht. Offenbar geht es aber um eine in Sprachen mit stark ausgeprägter Morphologie grundsätzlich erhöhte Neigung zu syntagmatischen Assoziationen, die dann auch bei morphologisch weniger markierten Stimulusformen zu Buche schlägt.

7.3. Kulturelle Erklärungen

Als eine letzte Gruppe von Erklärungsmöglichkeiten kommen kulturelle Unterschiede zwischen den verschiedenen beteiligten Ländern in Betracht. Ein möglicher Erklärungsansatz liegt insbesondere in den unterschiedlichen Lerntraditionen: Im russischen und polnischen Bildungssystem spielt ein gemeinsamer Textkanon eine deutlich größere Rolle als im westlichen Bildungssystem. Dieser Textkanon besteht z.B. aus Gedichten, die russische und polnische Schulkinder in erheblich größerer Zahl auswendig lernen als deutsche und englische (zumindest gilt das für den Zeitraum, in dem die in den fraglichen Untersuchungen beteiligten Probanden ihre Kindheit verbrachten). Weiter besteht der Textkanon aus Liedern, bestimmten Werken der Literatur, die einem Großteil der Sprecher bekannt sind sowie schließlich auch aus politischen Parolen. Hiermit könnte erklärt werden, dass es bestimmte syntagmatische Fügungen gibt, die fest im kollektiven Wissen verankert sind, z.B. in den russischen Assoziationstests nach KARAULOV et al.:

¹⁹ Sowie weitere syntagmatische Assoziationen mit ebenfalls 4%.

²⁰ Phraseologismus *dobro požalovat* ‚herzlich willkommen‘.

- (14) *tichij* ‚still‘ > *Don* (Platz 1, 14%)
=> Titel eines Romans von M. Šolochov (*Tichij Don* ‚Stiller Don‘);
- (15) *mal’čik* ‚Junge‘ > *s-pal’čik* ‚in der Größe eines Fingerchens‘ (Platz 1, 24%)
=> Märchen (*mal’čik s-pal’čik* ‚Däumling‘).

Auch weniger auffällige Syntagmen könnten durch Märchen, Parolen und dergleichen gestützt worden sein, etwa *temnyj les* ‚dunkler Wald‘ durch Märchen, *rabotat’ chorošo / bystro / dolgo* ‚gut / schnell / lange arbeiten‘ durch sowjetische Parolen usw.

Für eine kulturelle Gebundenheit der Assoziationen spricht auch, dass bilinguale Sprecher in ihren Assoziationen deutliche Unterschiede zu monolingualen aufweisen: M. KORDA²¹ führte Assoziationstests mit den 100 Wörtern der Kent-Rosanoff-Liste mit je 30 polnischen, monolingual aufgewachsenen Probanden in Polen und 30 bilingualen polnischen Probanden, die in Deutschland leben, durch (alle Probanden waren Studierende). In Bezug auf die 40 Wörter des Kontrastkorpus ergab sich ein verblüffender Unterschied in der Häufigkeit der Kontrastassoziation zwischen diesen beiden Gruppen (s. Tab. 18), der nahelegt, dass die kulturelle und / oder sprachliche Beeinflussung durch das deutsche Umfeld deutliche Auswirkungen hat.

	Polnisch in Polen	Polnisch in Deutschland
Kontrastassoziation auf Platz 1	28%	73%

Tab. 18: Kontrastassoziationen im Polnischen nach Korda 2007 (Seminararbeit)

Als letzten Aspekt möchte ich eine Untersuchung von Ida Kurcz (KURCZ 1967b) anführen – derselben Psychologin, die das Assoziationsexperiment für das Polnische durchführte. Sie stellte vergleichende Beobachtungen zwischen den polnischen Assoziationen und denen des amerikanischen Englisch an und bemerkte den auffälligen Unterschied der Sprachen in Bezug auf die Rolle der Kontrastassoziationen. KURCZ erklärte diesen Unterschied durch den Wunsch der Polen nach Originalität – sie nahm an, dass die polnischen Probanden solche Angaben mieden, von denen sie dachten, dass die Mehrheit sie nennen würde. KURCZ führte daher ein Zusatzexperiment durch: Von den 1.000 Probanden der ersten Testrunde lud sie 68 noch ein zweites Mal ein und legte ihnen 30 ausgewählte Wörter aus der Kent-Rosanoff-Liste vor. Die Anweisung lautete nun aber: „Schreiben Sie dasjenige Wort auf, von dem Sie glauben, dass es die Mehrheit der anderen Befragten angegeben hat.“ Das Ergebnis: Bei 29 der 30 Wörter war die meistgenannte Assoziation jetzt nicht mehr syntagmatisch, sondern paradigmatisch, und bei kontrastfähigen Wörtern war dies fast immer eine Kontrast-

²¹ Seminararbeit zu Wortassoziationen im Polnischen, angefertigt im Rahmen des Hauptseminars „Semantische Relationen im Polnischen“, Ruhr-Universität Bochum, SS 2007.

assoziation. Insgesamt gab es mit diesem Zusatzexperiment eine deutliche Annäherung an die Reaktionen der amerikanischen Probanden. In Tab. 19 sind einige Beispiele aus diesem Zusatzexperiment angegeben.

Stimulus	Meistgenannte Assoziation aus Kent-Rosanoff- Experiment	Meistgenannte Assoziation aus Zusatzexperiment (Aufgabe: „wie die Mehrheit reagiert“)
<i>biały</i> ‚weiß‘	<i>śnieg</i> ‚Schnee‘	<i>czarny</i> ‚schwarz‘
<i>twardy</i> ‚hart‘	<i>orzech</i> ‚Nuss‘	<i>miękki</i> ‚weich‘
<i>dziewczyna</i> ‚Mädchen‘	<i>ładna</i> ‚hübsch (f.)‘	<i>chłopiec</i> ‚Junge‘
<i>kwaśny</i> ‚sauer‘	<i>owoc</i> ‚Frucht‘	<i>śłodki</i> ‚süß‘

Tab. 19: Zusatzexperiment zum Polnischen (Kurcz 1967b)

Ob man nun die Interpretation von KURCZ bezüglich des Originalitätsstrebens der Polen akzeptiert oder nicht – ihr Zusatzexperiment liefert einige interessante Hinweise: Es belegt erstens eindrücklich die vereinheitlichende Kraft der Kontrastassoziation. Zweitens zeigt es, dass die syntagmatischen Assoziationen subjektiv als individueller wahrgenommen werden, was sie auch objektiv sind. Drittens zeigt es aber schließlich, dass Kontrastassoziationen auch für Sprecher des Polnischen (und somit wohl auch für die des Russischen) durchaus schnell abrufbar sind und damit keinen grundsätzlich anderen Status haben als im Englischen und Deutschen.

8. Fazit

Der Vergleich von polnischen und russischen mit deutschen und englischen Assoziationstests ergab deutliche Unterschiede zwischen den Reaktionen der Probanden der beiden Sprachgruppen. Für die Sprecher der beiden germanischen Sprachen gilt eine deutliche Präferenz für die Kontrastassoziation: wenn diese irgend möglich ist, wird sie – in Übereinstimmung mit der These von RAIBLE 1981 – auch genannt: zu *dunkel* wird überwiegend *hell* assoziiert. Für die slavischen Sprachen gilt dies gerade nicht – hier dominieren syntagmatische Assoziationen: zu russ. *temnyj* ‚dunkel‘ wird als häufigste Assoziation *les* ‚Wald‘ genannt. Gleichzeitig sind die Reaktionen in den beiden slavischen Sprachen breiter gestreut als in den germanischen, wo besonders die Kontrastassoziationen eine stärkere Einheitlichkeit herstellen.

Was sind die Ursachen dafür? Gründe für die Unterschiede zwischen den beiden Sprachgruppen liegen einerseits im innersprachlichen Bereich: Die ausgeprägte Morphologie der slavischen Sprachen ist hier ein starker Faktor. Die morphologische Markierung „zieht“ in Richtung einer horizontalen Fortsetzung, also der syntagmatischen Assoziation (Typ *temnyj* > *les*). Andererseits spielen offenbar auch außersprachliche, nämlich kulturelle Faktoren eine Rolle: Die im polnischen und russischen Sprachraum vergleichsweise starke Orientierung an einem

gemeinsamen Textkanon führt dazu, dass bestimmte syntagmatische Verbindungen sehr präsent und dadurch leichter aktivierbar sind.

Einen gewissen Anteil haben Unterschiede zwischen den Testverfahren zum Russischen einerseits und dem Polnischen, Deutschen und Englischen andererseits; sie sind dafür verantwortlich, dass das Russische von den beiden germanischen Sprachen noch um einiges stärker abweicht als das Polnische.

Literatur

- Apresjan, Ju. D. (1995) *Leksičeskaja semantika. Sinonimičeskie sredstva jazyka*. Moskva.
- Anstatt, T. (i. Dr.) Typen semantischer Relationen, erscheint in: Berger, T./Gutschmidt, K./Kempgen, S./Kosta, P. (eds.): *Die slavischen Sprachen. Ein internationales Handbuch zu ihrer Geschichte, ihrer Struktur und ihrer Erforschung*.
- Gerganov, E. (1984) *Bălgarski normi na slovesni asociacii*. Sofia.
- Jenkins, J. J. (1970) The 1952 Minnesota word association norms. In: Postman, L./Keppel, G. (eds.), 1-38.
- Karaulov, Ju. N. (1993) *Associativnaja grammatika russkogo jazyka*. Moskva.
- Karaulov, Ju. N./Sorokin, Ju. A./Tarasov, E. F./Ufimceva, N. V./Čerkasova, G. A. (1994ff) *Russkij asociativnyj slovar'. Associativnyj tezaurus sovremennogo russkogo jazyka*. Moskva.
- Keipert, H. (1996) Das neue Assoziationswörterbuch des Russischen. In: *Zeitschrift für Slawistik* 41/2, 171-187.
- Kurcz, I. (1967a) Polskie normy powszechności skojarzeń swobodnych na 100 słów z listy Kent-Rosanoff'a. In: *Studia Psychologiczne* 8, 122-255.
- Kurcz, I. (1967b) Porównanie powszechności skojarzeń w różnojęzycznych grupach studenckich. In: *Studia Psychologiczne* 8, 256-271.
- Leont'ev, A. A. (1977) *Slovar' asociativnych norm russkogo jazyka*. Moskva.
- Lyons, John (1977) *Semantics*. Cambridge.
- Miller, K. M. (1970) Free-association responses of English and Australian students to 100 words from the Kent-Rosanoff association test. In: Postman, L./Keppel, G. (eds.), 39-52.
- Moss, H./Older, L. (1996) *Birkbeck word association norms*. Hove.
- Novikov, L. A. (1973) *Antonimija v russkom jazyke*. Moskva.
- Patzke, U. (2000) *Antonyme Relationen und Text. Zur Neubestimmung einer Kategorie unter funktional-kommunikativem Aspekt*. München.
- Raible, W. (1981) Von der Allgegenwart des Gegensinns. In: *Zeitschrift für Romanische Philologie* 97, 1-40.
- Russel, W.A. (1970) The complete German language norms for responses to 100 words from the Kent-Rosanoff Word Association Test. In: Postman, L./Keppel, G. (eds.), 53-94.
- Postman, L./Keppel, G. (eds.) (1970) *Norms of Word Association*. New York / London.
- Suprun, A. E. (1983) *Leksičeskaja tipologija slavjanskich jazykov*. Minsk.

Резюме

В данной статье сравниваются ассоциативные лексические нормы русского и польского языков с соответствующими нормами немецкого и английского. Центральный вопрос касается роли контраста: Райбле 1981 утверждает, что ассоциативность по контрастам возникает у испытуемых везде, где это только возможно. Данный тезис весьма справедлив по отно-

шению к английскому и немецкому языкам (напр., на немецкий стимул *dunkel* самый частотный ответ – *hell*). Но этот тезис не соответствует результатам польского и русского тестов, в которых преобладают синтагматические ассоциации (самый частотный ответ на русский стимул *темный* – *лес*). Одновременно бросается в глаза, что немецкие и английские реакции довольно гомогенные, в то время как у польских и особенно у русских испытуемых наблюдается большая вариативность в ответах.

В качестве причин этих различий можно назвать три типа объяснений. Во-первых, роль внутриязыковых факторов: ярко выраженная морфология славянских языков ведет к синтагматической ассоциативности. Во-вторых, внеязыковые факторы: в синтагматической ассоциативности большую роль играют литературные произведения, сказки, пословицы и т.п., которые знает практически каждый носитель русского или польского языка и которые предоставляют огромное количество общеупотребительных синтагматических связей. В-третьих, важно упомянуть и факторы, связанные с самим методом сбора данных. Данные факторы во многом определяют разницу в ассоциативных нормах польского и русского языков.