

Skozi oči frazeologije III

**Zbornik študentskih strokovnih besedil s
področja frazeologije**

Durch die Augen der Phraseologie III

**Sammlung phraseologischer Fachtexte von
Studierenden**

Urška Valenčič Arh (ur. /Hrsg.)

LJUBLJANA 2025

Skozi oči frazeologije III

Zbornik študentskih strokovnih besedil s področja frazeologije

Durch die Augen der Phraseologie III

Sammlung phraseologischer Fachtexte von Studierenden

Urednica: Urška Valenčič Arh

Lektorici: Mateja Gaber, Corinna Katharina Herrmann

Tehnično urejanje in prelom: Irena Hvala

Slika na naslovnici: Nik Pušnik

Založila: Založba Univerze v Ljubljani

Za založbo: Gregor Majdič, rektor Univerze v Ljubljani

Izdala: Znanstvena založba Filozofske fakultete Univerze v Ljubljani

Za izdajatelja: Mojca Schlamberger Brezar, dekanja Filozofske fakultete

Tisk: Birografika Bori d. o. o.

Ljubljana, 2025

Prva izdaja

Naklada: 100

Publikacija je brezplačna.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License (except photographs). / To delo je ponujeno pod licenco Creative Commons Priznanje avtorstva-Deljenje pod enakimi pogoji 4.0 Mednarodna licenca (izjema so fotografije).

First e-edition. / Prva e-izdaja. Publication is available in open access at / Publikacija je v digitalni obliki prosto dostopna na: <https://ebooks.uni-lj.si/ZalozbaUL>

DOI: 10.4312/9789612975395

Kataložna zapisa o publikaciji (CIP) pripravili v
Narodni in univerzitetni knjižnici v Ljubljani

Tiskana knjiga
COBISS.SI-ID=227769859
ISBN 978-961-297-538-8

E-knjiga
COBISS.SI-ID 227805955
ISBN 978-961-297-539-5 (PDF)

Kazalo

Predgovor/Vorwort	5
<i>Urška Valenčič Arb</i>	
Phraseme in ausgewählten Märchen der Brüder Grimm und ihre Wiedergabe im Kroatischen	7
<i>Lejla Halilčević, Jelena Samočeta</i>	
Phraseologie in Märchen <i>Der kleine Prinz</i> und <i>Das hässliche junge Entlein</i>	15
<i>Nika Stanonik, Naja Vebar</i>	
<i>Vorstadtkrokodile</i>: Vergleich der Phraseme im Buch von Max von der Grün und im Film von Christian Ditter	23
<i>Janja Pogorelc, Ana Banovec</i>	
Phraseme in Kinderbüchern mit Thema „Fußball“	33
<i>Marjana Brus, Katja Kalin</i>	
Phraseme im Kinderroman <i>Am Montag ist alles ganz anders</i> von Christine Nöstlinger	39
<i>Zala Arb, Petra Sešek</i>	
Phraseme im Kinderbuch <i>Babygeschichten</i> von Franz von Christine Nöstlinger und ihre Übersetzungen ins Slowenische	49
<i>Zarja Nemec</i>	
Phraseme in Ramon Rosellys Alben <i>Träume leben</i> und <i>Lieblingsmomente</i>	59
<i>Tina Oman, Ana Šmerc</i>	
Deutsche Phraseme in Film- und Musikrezensionen	69
<i>Anja Ivančič, Aleks Šmid</i>	
Deutsche Phraseme in der Automobilwerbung	79
<i>Ana Miladinović, Nuša Šeruga, Evelina Virag</i>	
Kontrastive Analyse der Verwendung von Phrasemen in Werbeslogans im internationalen Marketing auf Basis des OWID-Portals	89
<i>Ana Piber Rant, Ida Piber Rant</i>	
Emotionaler Wert und Funktionalität der Phraseme in slowenischen und deutschen Horoskopen	99
<i>Nika Oblak</i>	
Phraseme in Titeln und Leads in Zeitschriften. Analyse von Phrasemen in der Süddeutschen Zeitung in den Rubriken Politik und Kultur	107
<i>Nika Topić, Anaja Urek</i>	

Phraseme in VICE Deutschland: Eine Analyse sprachlicher Muster im Mediendiskurs	117
<i>Anja Otašević, Jovana Jeremić</i>	
Phraseme in Fußballberichten in den Zeitungen <i>Delo</i> und <i>Die Welt</i>	127
<i>Lucija Janc Novak, Janja Žnidarčič</i>	

Predgovor/Vorwort

Zbornik študentskih strokovnih besedil *Skozi oči frazeologije III / Durch die Augen der Phraseologie III* je tretja večavtorska monografija, v kateri so predstavljeni članki študentk in študentov 1. in 2. letnika magistrskega študija na Oddelku za germanistiko z nederlandistiko in skandinavistiko. Vsi prispevki so plod raziskovalnega dela pri predmetu *Frazeologija v različnih besedilnih vrstah* v študijskem letu 2023/2024.

V pričujočem zborniku se 22 avtoric in en avtor lotevajo frazeologije z različnih zornih kotov, predvsem pa z različnim frazeološkim gradivom v raznovrstnih besedilih. Frazeologija je prikazana z besedilnotvornega, prenovitvenokreativnega, kontrastivnega in prevodoslovnega vidika. V tematskem smislu je zbornik razdeljen na štiri razdelke. Prvih šest člankov je namenjenih frazeologiji v literarnih delih, predvsem v delih otroške in mladinske literature. Naslednja dva članka v drugem razdelku raziskujeta frazeologijo v glasbi in filmu. Članka o frazeologiji v reklamnih besedilih izpostavljata avtomobilske reklame in reklamne slogane. Zadnji razdelek razkriva raziskave o frazeologiji v publicistiki oziroma medijih.

Raziskovanje frazeologije je perspektivno in priljubljeno med mladimi jezikoslovci. O tem nas prepriča že tretja publikacija, iz katere je razvidno, da so frazeološke teme priljubljen predmet prvih samostojnih raziskovalnih korakov pri študentih.

Ob koncu se želim iskreno zahvaliti vsem avtoricam in avtorju, ki so z raziskovalnim navdušenjem sodelovali pri nastajanju zbornika. Prav tako se

zahvaljujem Znanstveni založbi Filozofske fakultete Univerze v Ljubljani, vodji Juretu Preglau in urednici Evi Vrbnjak za spodbudo, podporo in prijaznost pri uresničitvi projekta.

Urška Valenčič Arb

Phraseme in ausgewählten Märchen der Brüder Grimm und ihre Wiedergabe im Kroatischen

Lejla Halilčević, Jelena Samočeta

Povzetek

Članek se ukvarja s frazemi v Grimmovih pravljicah *Rotkäppchen*, *Dornröschen*, *Der Hund und der Sperling*, *Die zwölf Brüder*, *Der Wolf und die sieben jungen Geißlein*, *Aschenputtel*, *Hänsel und Gretel*, *Schneewittchen*, *Brüderchen und Schwesterchen*, *Die drei Sprachen* (slov. *Rdeča kapica*, *Trnuljčica*, *Pes in vrabec*, *Dvanajst bratov*, *Volk in sedem kozličkov*, *Pepelka*, *Janko in Metka*, *Sneguljčica*, *Bratec in sestrica*, *Trije jeziki*). Namen raziskave je primerjati frazeme z njihovimi prevodi, ki so nastali v hrvaškem jeziku.

Ključne besede: frazemi, pravljice, prevajalski postopki

Schlüsselwörter: Phraseme, Märchen, Übersetzungsverfahren

1 Einleitung

Die folgende Arbeit setzt sich mit Phrasemen der ausgewählten Märchen der deutschen Autoren Jacob und Wilhelm Grimm sowie mit ihrer Wiedergabe im Kroatischen auseinander. Die Übersetzung von Phrasemen aus deutschen Märchen stellt eine besondere Herausforderung dar, da sprachliche Elemente und Strukturen in verschiedenen Sprachen oft stark voneinander abweichen. Wortwörtliche Übersetzungen sind häufig nicht möglich, da sie die metaphorische Tiefe und die idiomatische Bedeutung der Phraseme nicht vermitteln können. Es ist daher von großer Bedeutung, dass Phraseme auch in der Zielsprache beibehalten werden. Dies bedeutet nicht, dass sie wortwörtlich übersetzt werden sollen, sondern dass entsprechende Phraseme in der Zielsprache gefunden werden müssen. Das Ziel ist es zu untersuchen, inwiefern gut die Übersetzungen der ursprünglichen Bedeutungen und Gefühle eingefangen werden und welche Unterschiede festgestellt werden können.

2 Theoretische Vorüberlegungen

2.1 *Phraseologie*

Laut Burger (vgl. 2015: 11) ist Phraseologie eine Teildisziplin der Linguistik, die sich mit Phrasemen beschäftigt. „Das Phrasem ist als eine feste Wortverbindung zu verstehen, die als Gegenbegriff der freien Wortverbindung fungiert.“ (Brezner et al. 2022: 8)

Die lexikalischen Einheiten eines Phrasems nennt man Komponenten. Im Kontext eines Phrasems verlieren diese Komponente ihre wörtliche Bedeutung und bilden zusammen eine übertragene, fiktive bzw. phraseologische Bedeutung. Im Zusammenhang mit den Phrasemen, die Merkmale wie Festigkeit und Polylexikalität aufweisen, spricht man von Phraseologie im weiteren Sinne. Wenn dazu noch die dritte Eigenschaft Idiomatizität kommt, spricht man von Phraseologie im engeren Sinne (vgl. Burger 2015: 14).

2.2 *Übersetzungsverfahren*

Nach Schreiber (1993: 212; zitiert nach Valenčič Arh 2014: 116) sind bei der Textübersetzung Übersetzungsmethoden und konkrete Übersetzungsverfahren zu unterscheiden. Unter der „Übersetzungsmethode“ versteht man eine allgemeine Übersetzungsstrategie, die vom Texttyp und Übersetzungsintention

abhängt. Der Begriff „Übersetzungsverfahren“ umfasst ausschließlich Übersetzungstechniken, die auf die Bearbeitung kleinerer Textabschnitte ausgerichtet sind.

Die Übersetzungsverfahren der Phraseeme in Grimms Märchen und ihre Wiedergabe im Kroatischen werden in Anlehnung an Valenčić Arh (2014: 125) analysiert.

Tabelle 1: Übersetzungsverfahren (vgl. Valenčić Arh 2014: 125)

Substitution I	Wiedergabe des AS-Phrasems mit voll- oder teiläquivalentem ZS-Phrasem
Neutralisation I	Wiedergabe eines AS-Phrasems mit ZS-Lexem
Neutralisation II	Wiedergabe eines AS-Phrasems mit freier Wortverbindung in der ZS
Neutralisation III	Wortwörtliche Übersetzung des AS-Phrasems in der ZS
Auslassung	Auslassung des AS-Phrasems in der ZS

3 Vorgehensweise

Das Korpus wird aus zehn Märchen der Gebrüder Grimm (*Rotkäppchen, Dornröschen, Der Hund und der Sperling, Die zwölf Brüder, Der Wolf und die sieben jungen Geißlein, Aschenputtel, Hänsel und Gretel, Schneewittchen, Brüderchen und Schwesterchen, Die drei Sprachen*) zusammengestellt. Insgesamt werden 33 Phraseeme exzerpiert und mit ihren Übersetzungen von Viktor Kralj (vgl. 2018) in einer Tabelle gesammelt und analysiert.

Anhand der folgenden Tabellen ist es ersichtlich, dass zuerst der Satz mit einem Phrasem aus einem Märchen zitiert wird. Daneben werden die Nennform und die Bedeutung des Phrasems anhand des Portals *Redensarten-Index* bestimmt. Nach der deutschen Nennform und Bedeutung gibt es die Übersetzung von Viktor Kralj. Die Märchen *Hänsel und Gretel* und *Die drei Sprachen* werden nicht von Viktor Kralj übersetzt. Die Übersetzungen der deutschen Phraseeme aus diesen Märchen werden im online-zugänglichen phraseologischen Wörterbuch der kroatischen Sprache, das vom Institut für kroatische Sprache und Sprachwissenschaft publiziert wird, gefunden. Am Ende kommen in der Tabelle noch Übersetzungsverfahren vor. Unter der Tabelle werden mögliche Anpassungen einiger kroatischen Übersetzung genannt.

In dieser Arbeit wird für einige von Valenčič Arh (2014: 125) definierten Kategorien von Übersetzungsverfahren nur ein Beispiel vorgestellt, obwohl mehrere Beispiele analysiert wurden. Für die Kategorien wie Substitution II, Interpretation und Erweiterung konnten keine Beispiele gefunden werden.

4 Übersetzungsverfahren mit Belegen

<i>Die zwölf Brüder</i>				
„Obendrein taten ihm die Schwestern alles ersinnliche Herzeleid an [...].“	<i>jemandem etwas (an)tun (jemandem Herzeleid antun)</i>	„jemandem Schaden zufügen“	„Osim toga su joj sestre zadavale svakojakih <u>jada</u> [...].“	Substitution I

Sowohl das AS-Phrasem als auch ZS-Phrasem weisen auf eine negative Handlung, die Kummer verursacht. Das Wort *Leid* bedeutet auf Kroatisch *jad*, wobei *jad* eine tiefere Bedeutung als *Leid* hat. In dem AS-Phrasem erscheint die Zusammensetzung *Herzeleid*. Die Komponente *Herz* betont hier die Intensität des Wortes *Leid* und auf diese Weise wird eine tiefere Bedeutung wie beim *jad* erreicht.

<i>Rotkäppchen</i>				
„Rotkäppchen aber, war nach den Blumen herumgelaufen, und als es so viel zusammen hatte, dass es keine mehr tragen konnte, fiel ihm die Großmutter wieder ein, und es machte sich auf den Weg zu ihr.“	<i>sich auf den Weg machen</i>	„aufbrechen“	„Crvenkapića trčala za cvijećem, pa kad ga bijaše nabrala već toliko da više ne mogaše držati u ruci, sjeti se bake i <u>pohiti k njoj</u> .“	Neutralisation I

Das Phrasem *sich auf den Weg machen* ist ein neutrales Phrasem, die den Beginn der Bewegung beschreibt, ohne besondere Eile oder Dringlichkeit zu implizieren. In der Übersetzung wird „pohiti k njoj“ verwendet, was wörtlich ‚eilte zu ihr‘ bedeutet. Hier wird die Eile und Dringlichkeit der Bewegung betont, indem sie ausdrückt, dass jemand schnell zu einer anderen Person geht. Wir können vermuten, dass der Übersetzer „pohiti k njoj“ ausgewählt hat, um die plötzliche Erinnerung und die schnelle Reaktion von Rotkäppchen zu betonen. Es vermittelt, dass sie sich schnell auf den Weg machte, um ihre Großmutter zu besuchen, nachdem sie sich an sie erinnerte. Es gibt jedoch auch alternative Übersetzungen, die je nach Kontext und beabsichtigter Bedeutung gewählt werden können, zum Beispiel: „*krenuti na put*“ (*sich auf den Weg machen*), „*uputiti se*“ (*sich begeben*). Diese Beispiele würden besser passen, weil sie der deutschen Version ‚machte sich auf den Weg‘ ähnlicher und näher sind. Beide Ausdrücke betonen den Beginn einer Bewegung oder Reise, ohne die zusätzliche Bedeutung von Eile oder Dringlichkeit, was dem deutschen Ausdruck entspricht.

<i>Der Wolf und die sieben jungen Geißlein</i>				
„Liebe Kinder, ich will hinaus in den Wald, seid auf eurer Hut vor dem Wolf, [...].“	<i>(vor etwas/ jemandem) auf der Hut sein</i>	‚vorsichtig sein; aufpassen‘; ‚etwas / jemanden aus Vorsicht meiden‘	„Draga djeco, ja ću u šumu; <u>čuvajte se vuka</u> , [...].“	Neutralisation II

„Čuvajte se vuka“ ist eine direkte Übersetzung und bedeutet ‚seid vorsichtig vor dem Wolf‘. Es ist eine verständliche und korrekte Übersetzung, aber es fehlt die idiomatische Tiefe des deutschen Phrasems. Um das Phrasem im Kroatischen natürlicher klingen zu lassen und die gleiche konnotative Bedeutung zu vermitteln, können wir das Phrasem *budite na oprezu* verwenden, was ‚seid auf der Hut oder seid wachsam‘ bedeutet.

<i>Rotkäppchen</i>				
„Ich will schon alles richtig machen, sagte Rotkäppchen zur Mutter, und gab ihr die Hand darauf.“	<i>(jemandem) die/seine Hand drauf geben</i>	‚eine Zusage geben‘; ‚(jemandem) etwas versprechen‘	„Sve ću izvršiti kako treba – odgovori Crvenkapica i <u>pruži majci ruku</u> .“	Neutralisation III

Hier gibt es einen wichtigen Unterschied in der Bedeutung. Im Deutschen bedeutet „gab ihr die Hand darauf“ nicht, dass Rotkäppchen der Mutter physisch die Hand reicht, sondern es impliziert ein Versprechen oder eine Zusicherung. Die Übersetzung „pruži majci ruku“ bedeutet wörtlich ‚reichte der Mutter die Hand‘ und trägt diese Bedeutung des Versprechens nicht in sich. Die kroatische Übersetzung hat zwar den physischen Akt des Händereichens wiedergegeben, aber die zusätzliche Bedeutung des Versprechens, die im deutschen Ausdruck enthalten ist, geht dabei verloren. Eine mögliche Anpassung der kroatischen Übersetzung, um die Bedeutung des Versprechens besser zu erfassen, könnte sein: „Sve ću izvršiti kako treba – odgovori Crvenkapica i obeća majci.“ Dies bedeutet: ‚Ich werde alles richtig machen – antwortete Rotkäppchen und versprach es der Mutter.‘ Diese Anpassung würde die Bedeutung des Versprechens besser einfangen. Im Kroatischen gibt es ähnliche Phraseme, die die Bedeutung eines Versprechens oder einer Zusicherung ausdrücken, jedoch wurden diese in der Übersetzung nicht verwendet. Hier sind einige Beispiele: „*dati riječ*“ (*Wort geben*), „*položiti ruku na nešto*“ (*die Hand auf etwas legen*) – diese ist eine weniger gebräuchliche und ein bisschen formelles Phrasem, das konnte auch der Grund sein, warum sich der Übersetzer nicht dafür entschieden hat.

<i>Hänsel und Gretel</i>				
„Wer A sagt, muß B sagen, und weil er das erstmal nachgegeben hatte, so mußte er es auch zum zweitenmal.“	<i>Wer A sagt, muss auch B sagen</i>	‚wer eine Sache anfängt, muss sie auch vollenden‘	/	Auslassung

Da eine Übersetzung des Märchens *Hänsel und Gretel* von Viktor Kralj fehlte, versuchte man, in dem vom Institut für kroatische Sprache erstellten Wörterbuch die Entsprechung für das AS-Phrasem nachzuschlagen. In diesem online-zugänglichen phraseologischen Wörterbuch gibt es keinen Treffer dazu. Eine mögliche Entsprechung wäre *završi/dovrši započeto (to što (za)počneš, završi/dovrši)* oder metaphorischer ausgedrückt *tko se u kolo uhvati, mora i poigrati*.

Schlussbemerkungen

Die Analyse der Phraseme aus den Märchen und deren kroatische Wiedergabe zeigt, dass es oft schwierig ist, die vollständige Bedeutung und die kulturellen Nuancen eines Ausdrucks in eine andere Sprache zu übertragen. Die Untersuchung zeigt auch, dass es im Kroatischen oft äquivalente Phraseme gibt, die jedoch nicht immer verwendet werden, möglicherweise aufgrund von stilistischen Entscheidungen oder der formellen Natur des Textes. Die meisten festen Wortverbindungen wurden nach dem Verfahren der Substitution I (39, 4 %) übersetzt. Für die Kategorien Substitution II, Interpretation und Erweiterung konnten keine Beispiele gefunden werden, da diese spezifischen Übersetzungsverfahren in den betrachteten Märchen nicht vorkommen. Diese Abwesenheit von Beispielen könnte darauf hinweisen, dass diese Übersetzungsverfahren seltener angewendet werden oder dass sie in der spezifischen Auswahl der Märchen nicht relevant waren.

Insgesamt zeigt die Analyse, dass die Übersetzung von Phrasemen eine sorgfältige Abwägung zwischen wörtlicher Genauigkeit und kultureller Angemessenheit erfordert. Die Wahl der Phraseme in der kroatischen Version des Märchens spiegelt diese Komplexität wider und illustriert, wie Übersetzer versuchen, die Essenz des Originals zu bewahren, während sie gleichzeitig die sprachlichen und kulturellen Besonderheiten der Zielsprache berücksichtigen. Literarische und stilistische Aspekte spielen ebenfalls eine wesentliche Rolle.

Quellen- und Literaturverzeichnis

- BREZNER, Tina (et al.) (2022): „Es war einmal ...“ - Phraseme im Werk der Brüder Grimm In: Valenčič Arh, Urška (Hrsg.): *Durch die Augen der Phraseologie. Sammlung phraseologischer Fachtexten von Studierenden*. Ljubljana: Znanstvena založba FF, S. 7–13.
- BURGER, Harald (2015): *Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen*. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- VALENČIČ ARH, Urška (2014): „Ein Prinz auf der Erbse“. *Phraseologie und Übersetzung am Beispiel der Kinder- und Jugendliteratur von Christine Nöstlinger im Deutschen und Slowenischen*. Baltmannsweiler: Schneider Verlag Hohengehren.

Internetquellen

- Märchen der Brüder Grimm* (übersetzt von Viktor Kralj). Erhältlich unter: <https://fliphtml5.com/pgjaa/wrax/basic> (Zugriffsdatum: 3.6.2024).
- Märchen der Brüder Grimm*. Erhältlich unter: https://www.grimmstories.com/de/grimm_maerchen/index (Zugriffsdatum: 20.5.2024).

Redensarten-Index: Erhältlich unter: <https://www.redensarten-index.de/suche.php>.
(Zugriffsdatum: 20.5.2024).

Baza frazema hrvatskoga jezika: Erhältlich unter: <http://frazemi.ihjj.hr/> (Zugriffsdatum:
16.7.2024).

Phraseologie in Märchen *Der kleine Prinz* und *Das hässliche junge Entlein*

Nika Stanonik, Naja Vehar

Povzetek

V članku so predstavljeni rezultati analize frazemov iz pravljic *Der kleine Prinz* (slov. *Mali princ*) Antoina de Saint-Exupéryja in *Das hässliche junge Entlein* (slov. *Grdi raček*) Hansa Christiana Andersena. Raziskava se osredotoča na identifikacijo, kategorizacijo in pomen frazemov ter njihovo pogostost v besedilih. Izpostavili smo rabo in funkcije frazemov, kako ti prispevajo k oblikovanju pravljic in katere jezikovne posebnosti so pri tem pomembne. Analiza obsega nabor frazemov z različnih besedilnih področij, kot so deli telesa, izražanje čustev, narava, čas ...

Ključne besede: frazeologija, pravljice, *Mali princ*, *Grdi raček*, raba frazemov

Schlüsselwörter: Phraseologie, Märchen, *Der kleine Prinz*, *Das hässliche junge Entlein*, Gebrauch der Phraseme

1 Einleitung

Die vorliegende Untersuchung beschäftigt sich mit der Bedeutung und Verwendung von Phrasemen in den Märchen *Der kleine Prinz* von Antoine de Saint-Exupéry und *Das hässliche junge Entlein* von Hans Christian Andersen. Die Analyse umfasst die Identifizierung, Kategorisierung und Bedeutungsangabe der Phraseme sowie die Untersuchung ihrer Frequenz in den ausgewählten Texten. Ziel ist es, durch diese Analyse zu verstehen, wie Phraseme zur Gestaltung der Märchen beitragen.

Die Untersuchung wird in mehrere Abschnitte gegliedert. Zunächst werden die theoretischen Grundlagen zum Thema Phraseologie und Phraseme sowie zur Textsorte Märchen erläutert. Anschließend erfolgt die detaillierte Analyse der Phraseme in den beiden Werken, wobei jedes Märchen separat behandelt wird. Zum Schluss werden die Ergebnisse zusammengefasst und interpretiert, um einen umfassenden Einblick in die Verwendung von Phrasemen in diesen Märchen zu bieten.

2 Theoretische Vorüberlegungen

Burger (vgl. 2015: 11) definiert Phraseologie als Teilgebiet der Linguistik, das sich mit Phrasemen (festen Wortverbindungen) beschäftigt. Diese zeichnen sich durch Polylexikalität (bestehen aus mehreren Wörtern), Festigkeit (feste Wortkombinationen) und Idiomatizität (strukturelle und semantische Abweichungen) aus.

Diese Merkmale der Phraseme bilden die Grundlage für die Auswahl im Korpus zur weiteren Analyse. Der Artikel untersucht die Phraseologie in den Märchen *Der kleine Prinz* von Antoine de Saint-Exupéry und *Das hässliche junge Entlein* von Hans Christian Andersen. Beide Werke sind klassische Märchen mit fantasievollen Themen und symbolischen Figuren. Märchen zeichnen sich durch einfache Sprache, Wiederholungen, vage Zeit- und Ortsangaben aus und vermitteln oft eine Moral, wobei das Gute gefeiert und das Böse bestraft wird.¹

Phraseme in Märchen erfüllen bestimmte Funktionen, darunter die Fähigkeit, unsere Aufmerksamkeit zu erregen, da sie eine besondere Eigenschaft der Sprache darstellen. Nach Kühn (2004: 153, zit. nach Donalies 2009: 50)

1 Vgl. <https://studyliflix.de/deutsch/merkmale-eines-marchens-3157>.

werden Phraseme oft dazu verwendet, um Sachverhalte oder Handlungen „gewertet, vereinfacht, überzeichnet, zugespitzt, veranschaulicht, verschleiert, verstärkt, verwischt“ darzustellen. Diese Funktionen sind im Kapitel „Ergebnisse der Analyse“ beim Lesen der Kontexte sichtbar und erkennbar.

3 Vorgehensweise

Die Märchen *Der kleine Prinz* und *Das hässliche junge Entlein* wurden ausgewählt, weil sie sehr bekannt sind und eine gewisse Tiefe und Bedeutung aufweisen. Da *Der kleine Prinz* eine etwas längere Erzählung ist, wurde der Korpus auf die ersten fünf Kapitel beschränkt. Für *Das hässliche junge Entlein* wurde das gesamte Märchen als Korpus herangezogen.

Die Vorgehensweise umfasste mehrere Schritte: Zunächst wurden die Märchen gelesen, um alle Phraseme zu identifizieren. Um sicherzustellen, dass keine Phraseme übersehen wurden, erfolgte eine zweite Lesung der Texte. Alle identifizierten Phraseme wurden notiert und ihre Bedeutungen mithilfe der Internetseite *Redensarten-Index* recherchiert. Eine genaue Lektüre ergab auch, dass jedes Phrasem nur einmal vorkommt.

Neben der Bedeutung und der Zahl wurde auch der Kontext, in dem das Phrasem im Märchen vorkommt, detailliert dokumentiert. Abschließend wurden die Phraseme den entsprechenden Wortfeldern zugeordnet.

4 Ergebnisse der Analyse

Im Folgenden werden die Phraseme aus den Märchen *Der kleine Prinz* und *Das hässliche junge Entlein* aus verschiedenen Wortfeldern analysiert und kategorisiert. Die Phraseme werden in folgende Wortfelder aufgeteilt: Körperteile und Organe, Gemüt- und Gefühlsäußerung, Natur, Zeit und Dauer, Charakter und Verhalten und zuletzt noch Phraseme aus anderen Wortfeldern. Zuerst erfolgen die Phraseme aus dem Märchen *Der kleine Prinz* und danach noch aus dem Märchen *Das hässliche junge Entlein*. Im Folgenden wird für jedes Wortfeld nur ein Phrasem aufgeführt. An dieser Stelle sei noch erwähnt, dass am Ende des empirischen Teils eine Statistik aller analysierten Phraseme steht.

Der kleine Prinz

Körperteile und Organe:

1. den Kopf schütteln

- Bedeutung: ‚Ausdruck von Verneinung / Ablehnung‘
- Häufigkeit: kommt einmal vor
- Kontext: *Er antwortete aber nicht und **schüttelte** nur unwillig **den Kopf**, während er mein Flugzeug betrachtete: „Ehrlich! Mit diesem Ding kann man nicht von sehr weit her gekommen sein ...“*

Gemüt- und Gefühlsäußerung:

1. einer Sache Glauben schenken

- Bedeutung: ‚jemandem glauben; eine Sache für wahr halten‘
- Häufigkeit: kommt einmal vor
- Kontext: *Auf dem internationalen Kongress der Astronomen hatte er einen großen Vortrag über seine Entdeckung gehalten. Aber niemand hatte ihm **Glauben geschenkt**, allein seiner Tracht wegen. So sind die großen Leute.*

Natur:

1. wie vom Blitz getroffen sein

- Bedeutung: ‚schockiert / unangenehm überrascht werden; unvorbereitet eintreffen; eine heftige Gefühlsregung auslösen‘
- Häufigkeit: kommt einmal vor
- Kontext: *„Wie bitte? Zeichne mir ein Schaf ...“ Ich bin auf die Füße gesprungen, **als hätte mich der Blitz getroffen**. Ich rieb mir die Augen und schaute ganz genau hin. Da entdeckte ich einen kleinen außergewöhnlichen Mann, der mich ernst betrachtete.*

Charakter und Verhalten:

1. ein Faulpelz

- Bedeutung: ‚jemand, der faul ist‘
- Häufigkeit: kommt einmal vor
- Kontext: *„Aber bei einem Affenbrotbaum führt das immer zur Katastrophe. Ich kannte einmal einen Planeten, auf dem **ein Faulpelz** lebte. Er hatte drei Sträucher übersehen ...“*

Phraseme aus anderen Wortfeldern:**1. etwas bleiben lassen**

- Bedeutung: ‚etwas unterlassen / nicht tun‘
- Häufigkeit: kommt zweimal vor
- Kontext: *Die großen Leute rieten mir dann, das Zeichnen von offenen oder geschlossenen Boas **bleiben zu lassen** und mich mehr mit Geographie, Geschichte, Mathematik und Grammatik zu beschäftigen.*

Das hässliche junge EntleinKörperteile und Organe:**1. ein weiches / gutes / warmes Herz haben**

- Bedeutung: ‚mitfühlend / gutmütig / hilfsbereit / solidarisch sein‘
- Häufigkeit: kommt zweimal vor
- Kontext: *„Das geht nicht, Ibro Gnaden“, sagte die Entenmutter. „Es ist allerdings nicht hübsch, aber **es hat ein sehr gutes Herz** und schwimmt ebenso gut wie die andern, ja fast noch besser.“*

Gemüt- und Gefühlsäußerung:**1. es gut (mit jemandem) meinen**

- Bedeutung: ‚Gutes für jemanden wollen; hilfsbereit sein; etwas in bester / fürsorglicher Absicht tun‘
- Häufigkeit: kommt einmal vor
- Kontext: *Hat man dich nicht in eine warme Stube und in einen Familienkreis aufgenommen, von dem du etwas lernen kannst? Aber du bist ein Faselhans, und es ist keine Freude, mit dir umzugehen. Du kannst mir glauben, denn ich **meine es gut mit dir**. Ich tadle dich offen, und daran erkennt man seine wirklichen Freunde.*

Natur:**1. in voller Blüte stehen**

- Bedeutung: ‚auf dem Höhepunkt sein; sich in voller Entfaltung befinden‘
- Häufigkeit: kommt einmal vor
- Kontext: *Und ehe das Entlein recht wusste, wie ihm geschah, befand es sich in einem großen Garten, wo die Apfelbäume **in voller Blüte standen**, wo die Fliedersträucher dufteten und ihre langen grünen Zweige über die*

sich sanft dahinschlängelnden Bäche und Kanäle ausstreckten. O wie schön war es hier, wie lenzesfrisch!

Zeit und Dauer:

1. mit der Zeit

- Bedeutung: ‚allmählich; früher oder später; irgendwann; im Laufe der Zeit‘
- Häufigkeit: kommt einmal vor
- Kontext: *„Ich denke, es wird **mit der Zeit** schon in seine Größe hineinwachsen. Es hat nur zu lange im Ei gelegen und deshalb die rechte Gestalt nicht bekommen.“*

Phraseme aus anderen Wortfeldern:

1. eins nach dem anderen

- Bedeutung: ‚der Reihe nach; nicht alles gleichzeitig‘
- Häufigkeit: kommt zweimal vor
- Kontext: *Die anderen Enten schwammen lieber auf den Kanälen umher, anstatt bei ihr unter einem Klettenblatt zu sitzen und mit ihr zu plaudern. Endlich platzte **ein Ei nach dem anderen**. „Piep, piep!“ erklang es.*

Im Märchen *Der kleine Prinz* wurden insgesamt 17 Phraseme gefunden – 3 Phraseme gehören zum Wortfeld Körperteile und Organe, 2 zu der Gemüt- und Gefühlsäußerung, 2 zu der Natur, 1 zum Charakter und Verhalten, 1 zu der Zeit und Dauer, 8 zu den Phrasemen aus anderen Wortfeldern.

Im Märchen *Das hässliche junge Entlein* wurden insgesamt 23 Phraseme gefunden – 5 Phraseme gehören zum Wortfeld Körperteile und Organe, 6 zu der Gemüt- und Gefühlsäußerung, 2 zu der Natur, 0 zum Charakter und Verhalten, 1 zu der Zeit und Dauer, 9 zu den Phrasemen aus anderen Wortfeldern.

Aus den angegebenen Zahlen geht hervor, dass Phraseme in Märchen recht häufig vorkommen, was zu einer interessanteren und lebendigeren Sprache führt. Diese sprachliche Vielfalt bereichert die Erzählweise und verstärkt die emotionale Wirkung der Texte. Darüber hinaus ermöglichen Phraseme eine kreative und oft bildhafte Ausdrucksweise, die dazu beiträgt, komplexe Ideen und Emotionen prägnant und anschaulich darzustellen.

Zusammenfassung

Der Artikel analysiert detailliert die Verwendung von Phrasemen in den Märchen *Der kleine Prinz* von Antoine de Saint-Exupéry und *Das hässliche junge Entlein* von Hans Christian Andersen. Die Untersuchung basiert auf theoretischen Grundlagen der Phraseologie nach Burger (2015) und zeigt, dass *Das hässliche junge Entlein* eine größere Vielfalt und Anzahl an Phrasemen aufweist als *Der kleine Prinz*. Besonders deutlich wird dies in den Kategorien Gemüt- und Gefühlsäußerung sowie Phraseme aus anderen Wortfeldern. Märchen thematisieren oft emotionale und moralische Entwicklungen, weshalb eine reichhaltige Ausdrucksweise notwendig ist, um die inneren Zustände und Veränderungen der Figuren nachvollziehbar zu machen. Phraseme wie *wie vom Blitz getroffen sein* vermitteln starke emotionale Zustände und unterstreichen die Dramatik der Handlung.

Die häufige Verwendung von Phrasemen in Märchen erfüllt mehrere Funktionen. Erstens tragen sie zur Charakterisierung der Figuren bei. Durch idiomatische Wendungen wie *ein weiches Herz haben* wird das Wesen der Charaktere auf prägnante Weise beschrieben. Zweitens schaffen Phraseme eine einprägsame und vertraute Sprache, die vor allem Kinder anspricht und ihnen das Verstehen erleichtert. Die Wiederholung von Phrasemen unterstützt das Einprägen der Geschichte. Beispielsweise wird im Märchen *Das hässliche junge Entlein* das Phrasem *eins nach dem anderen* zweimal verwendet, um so den Ablauf der Geschehnisse klar zu strukturieren.

Zusammenfassend wecken Phraseme unsere Aufmerksamkeit, tragen zur Lebendigkeit der Sprache bei und fördern das emotionale und moralische Verständnis der Erzählungen.

Quellen- und Literaturverzeichnis

- ANDERSEN, Hans-Christian (2020): *Das hässliche Entlein*. Hannover: Bildschriftenverlag.
- BURGER, Harald (2015): *Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen*. Berlin: Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG.
- DE SAINT-EXUPÉRY, Antoine (2016): *Der kleine Prinz*. Stuttgart: Reclam.
- DONALIES, Elke (2009): *Basiswissen. Deutsche Phraseologie*. Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag GmbH + CO.

Internetquellen

Redensarten-Index. Erhältlich unter: <https://www.redensarten-index.de/suche.php>. (Zugriffsdatum: 19.5.2024).

Studyflix. Erhältlich unter: <https://studyflix.de/eutsch/merkmale-eines-marchesn-3157> (Zugriffsdatum: 19.5.2024).

***Vorstadtkrokodile*: Vergleich der Phraseme im Buch von Max von der Grün und im Film von Christian Ditter**

Janja Pogorelc, Ana Banovec

Povzetek

Članek se ukvarja s primerjalno analizo frazemov v mladinskem romanu *Vorstadtkrokodile* nemškega avtorja Maxa von der Grūna s frazemi iz istoimenskega filma, ki ga je po literarni predlogi režiral Christian Ditter. Analiza zajema preučitev frazemov, ki se pojavljajo v obeh medijih, določevanje tematskih polj frazemov in njihove idiomatičnosti ter morebitnih modifikacij.

Ključne besede: frazemi, *Vorstadtkrokodile*, modifikacije, idiomatičnost

Schlüsselwörter: Phraseme, *Vorstadtkrokodile*, Modifikationen, Idiomatizität

1 Einleitung

In der vorliegenden Arbeit wird die Rolle der Phraseologie in der Jugendliteratur untersucht. Besonders wird darauf eingegangen, wie Phraseme in dieser Literaturgattung verwendet und modifiziert werden. Der Forschungsstand zeigt, dass Jugendliteratur nicht nur einen hohen Anteil an sprachlicher Formelhaftigkeit aufweist, sondern auch einen reflektierten und potenzierten Umgang mit Phrasemen pflegt (Preußer 2013: 88). Dies macht sie zu einem relevanten Forschungsgegenstand, da sie sowohl die phraseologische Kompetenz der Kinder und Jugendlichen beeinflusst als auch ein Spiegelbild der phraseologischen Erwartungen der Autoren ist (Burger 1997: 234).

Um diese Aspekte zu beleuchten, wird eine vergleichende Analyse von Phrasemen in der literarischen Vorlage von Max von der Grün's *Vorstadtkrokodile* und deren filmischer Adaption von Christian Ditter durchgeführt. Dabei kommen sowohl quantitative als auch qualitative Methoden zum Einsatz, um Phraseme in beiden Medien zu untersuchen, ihre Modifikationen zu analysieren und Unterschiede in ihrer Idiomatizität festzustellen. Ziel dieser Untersuchung ist es, die spezifischen Merkmale der Phraseologie in der Jugendliteratur herauszuarbeiten und deren Beitrag zur sprachlichen Entwicklung der Zielgruppe zu zeigen.

2 Theoretische Vorüberlegungen

2.1 *Phraseologie*

Phraseologie ist die Wissenschaft von den Phrasemen, die sich im deutschen linguistischen Raum in den 70er Jahren etabliert hat (Donalies 2009: 3). Phraseme sind komplexe und feste Wortverbindungen, die „den Sprechenden einer Sprache genau in dieser oder eventuell noch in einer varianten Form bekannt sind“ (Jesenšek 2013: 9 f.). Sie erfüllen die Kriterien der Polylexikalität und Festigkeit und gehören zur Phraseologie im weiteren Sinne. In der vorliegenden Arbeit werden auch Einwort-Phraseme berücksichtigt, insbesondere solche, die im Redensarten-Index oder Duden 11 dokumentiert bzw. lexikalisiert sind. Wenn Phraseme auch Idiomatizität aufweisen, spricht man von Phraseologie im engeren Sinne, wobei die „phraseologische Bedeutung aus der Summe der Bedeutungen einzelner Bestandteile [...] nicht erschließbar ist“ (Jesenšek 2013: 15). „Idiomatisch

sein kann jeder Bestandteil, nur einer oder gar keiner. Entsprechend sprechen Linguisten von Voll-, Teil- und Nichtidiomatizität“ (Donalies 2009: 20). Das Merkmal der Festigkeit bedeutet, „dass Phraseme in ihrer formalen Struktur und [...] Bedeutung fest, stabil sind“ (Jesenšek 2013: 11). Jedoch ist die absolute lexikalische Festigkeit selten, da die meisten Phraseme gewisse Ersetzungsmöglichkeiten haben (Burger 2015: 22). Dabei sind zwei Begriffe zu unterscheiden: Variation und Modifikation, die verschiedene Aspekte der Relativierung der Festigkeit betreffen (Burger 2015: 22). Unter Varianten sind „usuelle, [...] häufig vorkommende Phrasem-Abwandlungen“ (Jesenšek 2013: 14) zu verstehen. Modifikationen auf der anderen Seite sind „einmalige, nur auf einen konkreten Text gebundene Umgestaltungen der phraseologischen Ausgangsformen“ (Jesenšek 2013: 14).

2.2 Phraseme in Kinder- und Jugendliteratur

Bücher und Jugendliteratur stellen in der Linguistik einen aufschlussreichen Gegenstand vor. Zur Kinder- und Jugendliteratur können sowohl geschriebene und gesprochene Literatur als auch Literatur ästhetischer und pragmatischer Art eingeordnet werden. Der Begriff umfasst somit alle veröffentlichte Literatur, die sich an heranwachsende Rezipienten richten (Eckhardt 1987: 26). Diese können einen reichen Gegenstand der Phraseologie vorstellen, da Phraseme in Kinder- und Jugendliteratur oft verwendet werden. Laut Preußner (2013: 88) erhalten alle Kinder- und Jugendgattungen eine generell hohe Frequenz an sprachlicher Formelhaftigkeit und zum anderen einen qualitativ reflektierbaren und potentierten Umgang mit Phrasemen im engeren Sinne. Laut Spracherwerbsforschungen erwerben Kinder zwar schon im Vor- und Grundschulalter in verschiedenen Kommunikationssituationen Phraseologie, das Verständnis für die Doppelsinnigkeit in sprachlichen Phänomenen entwickelt sich aber erst bis zur 7. Klasse allmählich. Das bedeutet, dass Kinder relativ lange nur über eine, die ihnen naheliegende Lesart eines Phrasems, verfügen (Richter-Vapaatalo 2010: 85). Die Autoren müssen deswegen bei der Verwendung von Phrasemen in Kinder- und Jugendliteratur die bestimmte Zielgruppe ansprechen können. Als Autor und Autorin muss man deswegen bei Phrasemen das Verständnis sichern und gleichzeitig die phraseologische Kompetenz bei den Kindern und Jugendlichen entwickeln können (Valencič Arh 2013: 180).

3 Projektdurchführung

Da der Schwerpunkt dieser Untersuchung auf der Phraseologie in Werken für Jugendliche liegt, besteht der Untersuchungskorpus aus dem Jugendroman *Vorstadtkrokodile* von Max von der Grün und deren Filmadaption *Vorstadtkrokodile* von Christian Ditter. Zunächst wurde eine Korpusanalyse durchgeführt, wobei sowohl quantitative als auch qualitative Methoden zum Einsatz kamen. Nach der Analyse beider Texte wurde ein Vergleich der Phraseme durchgeführt. Dabei wurden Phraseme, die die gleiche Bedeutung und/oder ein gemeinsames thematisches Feld haben, miteinander verglichen und tabellarisch eingeordnet. Anschließend folgte die Analyse der Modifikationen der Phraseme. Hierbei wurden die vorgenommenen Modifikationen untersucht und einschließlichs klassifiziert. Danach wurde noch die Idiomatizität der Phraseme analysiert.

4 Ergebnisse der Analyse

Die analysierten Phraseme wurden in neun thematische Felder eingeordnet: Angst, Weisheit, Schimpfwörter, Schweigen, Übel, Körperteile, Unsinn, Drohung und Aufforderung. Dies ermöglichte uns, die sprachlichen Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen Buch und Film zu systematisieren und die spezifischen Charakteristika und die Funktion der Phraseme besser zu verstehen. Insgesamt wurden 66 Phraseme analysiert und nach Bedeutung in thematische Felder eingeordnet. Dabei wurden noch die Modifikation und Idiomatizität festgestellt.

In beiden analysierten Korpora kommen viele Phraseme vor, wobei Abweichungen und Modifikationen festzustellen sind. Im Buch *Vorstadtkrokodile* von Max von der Grün wurden 128 Phraseme identifiziert, während im Film *Vorstadtkrokodile* nur 79 vorkommen. Die Analyse zeigt, dass das Buch eine größere Vielfalt an Phrasemen enthält, vermutlich aufgrund der unterschiedlichen Ausdrucksformen der beiden Medien. Im Gegensatz zum Buch kommen im Film keine Phraseme vor, die den Zustand, Gefühle oder Körperbewegungen der Figuren ausdrücken. Im Buch kommen auch viele Phraseme mit tierischen Bestandteilen vor (z. B. *Da lachen doch die Hühner*), sowie komparative Phraseme mit dem Bestandteil ‚wie‘ (z. B. *wie Sand am Meer*). Im Film sind sie jedoch nicht vorhanden. Das liegt wahrscheinlich an der Erzähltechnik des Autors, die Handlungen und Reaktionen der Figuren zu betonen. In Themenfeldern Angst, Weisheit, Körperteile, Unsinn, Drohung

und Aufforderung überwiegen Phraseme aus dem Buch, während im Film Phraseme in den Themenfeldern Schweigen und Übel überwiegen. Dies zeigt, dass das Buch eine größere Vielfalt an Phrasemen in bestimmten Feldern hat, was auf die detaillierte und umfangreiche sprachliche Darstellung zurückzuführen ist. Im Gegensatz dazu werden im Film spezifische Themenfelder betont, was auf die spezifischen medialen Erzähltechniken hindeuten könnte.

4.1 Thematisches Feld „Angst“

Im thematischen Feld „Angst“ kommen insgesamt sechs Phraseme vor, davon vier im Buch und zwei im Film. Ein Phrasem ist sowohl im Buch als auch im Film modifiziert. Dabei handelt es sich im Buch um die Verkürzung (z. B. *du Angsthase*) und im Film um die Erweiterung (z. B. *der ist voll der Schisser*). Alle Phraseme sind vollidiomatisch. Die Phraseme *ein Angsthase sein* und *Schiss haben* sind sich in ihrer Bedeutung und dem Satzbau ähnlich. Auch die Phraseme *ein Schlappschwanz* und *ein Schisser* weisen eine ähnliche Bedeutung auf. Es wird eine Vielzahl von idiomatischen Ausdrücken verwendet, die sowohl im Buch als auch im Film in leicht veränderter Form auftreten.

4.2 Thematisches Feld „Weisheit“

Im thematischen Feld „Weisheit“ gibt es insgesamt zehn Phraseme. Deutlich mehr Phraseme erscheinen im Buch. Modifikationen treten nur bei den Phrasemen im Buch auf, wobei es sich bei um Erweiterungen handelt (z. B. *du bist ja total plemplem*). Fünf Phraseme sind voll- und fünf teildiomatisch. Bei den Phrasemen *etwas im Kopf haben* und *jemandem haben sie ins Hirn/Gehirn geschissen* liegt eine Scheinäquivalenz vor: obwohl beide das Wort Kopf enthalten, unterscheidet sich ihre Bedeutung. Die Phraseme *ein Vollidiot sein* und *ein Schwachkopf* im Buch beziehen sich eher auf eine Person, die als dumm angesehen wird. Im Gegensatz dazu beziehen sich die Phraseme im Buch auf Klugheit, Taten und Weisheit im übertragenen Sinne.

4.3 Thematisches Feld „Schimpfwörter“

Im thematischen Feld „Schimpfwörter“ gibt es sechs Phraseme: vier im Buch und zwei im Film. Zweimal treten Verkürzungen (z. B. *diese Schweine* und *dieses Pack*) bei den Phrasemen im Buch auf. Ein Phrasem ist teildiomatisch, die übrigen sind vollidiomatisch. Die beiden Phraseme im Buch *ein Pisser* und

ein Penner beziehen sich auf eine bestimmte Person oder auf einen Mann, was auch der Fall bei dem Phrasem aus dem Buch *eine halbe Portion* ist. Ähnlichkeiten je nach Bedeutung lassen sich auch bei den Phrasemen *ein Schwein sein*, *(Schweine)pack* und *ein Penner ziehen*, da alle drei Abschaum, Widerlichkeit und Vulgarität ausdrücken.

4.4 Thematisches Feld „Schweigen“

Im thematischen Feld „Schweigen“ kommen dieselben Phraseme sowohl im Buch als auch im Film mehrfach vor, darunter *die Klappe halten* und *das Maul halten*. Bei diesen Phrasemen gibt es dreimal Modifikationen: zweimal werden sie erweitert (z. B. *halt deine Klappe* und *halt bloß dein Maul*) und einmal verkürzt (z. B. *hält's Maul*). Alle sind teildiomatisch und können je nach Kontext als Drohung interpretiert werden.

Zusammenfassend zeigt sich, dass die Verwendung dieser Phraseme sowohl im Buch als auch im Film eine gewisse Konstanz aufweist, jedoch durch Modifikationen im Kontext variiert. Dies deutet darauf hin, dass sie in verschiedenen Situationen oder Charakterkonstellationen verwendet werden, um unterschiedliche Aspekte des Schweigens oder der Drohung auszudrücken.

4.5 Thematisches Feld „Übel“

Im thematischen Feld „Übel“ gibt es insgesamt vier Phraseme, davon drei im Film. Ein Phrasem im Film wird durch eine Erweiterung (z. B. *ne schöne Scheiße*) modifiziert. Die Phraseme im Film sind teildiomatisch, während die im Buch vollidiomatisch sind. Alle Phraseme drücken etwas Schlechtes und Negatives aus und vermitteln das Konzept des Unangenehmen. Während im Buch die Formulierung *Übelsein* verwendet wird, greifen die Phraseme im Film auf die metaphorische Darstellung von (Hunde)kot zurück. Dies verdeutlicht, wie die Wahl der Sprache und der Ausdrucksweise in verschiedenen Medien oder Kontexten das Verständnis und die Wahrnehmung des Themas „Übel“ beeinflussen kann.

4.6 Thematisches Feld „Körperteile“

Im thematischen Feld „Körperteile“ gibt es dreizehn Phraseme, davon ganze elf im Buch. Einige dieser Phraseme sind vollidiomatisch, während andere teildiomatisch sind. Modifikationen, wie lexikalische Substitutionen (z. B.

Olaf sah mit offenem Mund nach Oben), Erweiterungen oder Verkürzungen, tragen zur Vielfalt der Ausdrücke bei. Einige Beispiele für vollidiomatische Phraseme sind *Ihm wurde schwarz vor Augen, ein paar hinter die Ohren* und *ich halte dir den Rücken frei*. Diese Ausdrücke werden in ihrer festen Form verwendet und haben eine klare, spezifische Bedeutung. Teilidiomatische Phraseme wie *die ist wieder schlecht auf den Beinen* kombinieren idiomatische und wörtliche Elemente zu einer spezifischen Bedeutung. Diese Phraseme zeigen keine gemeinsame Bedeutung oder gemeinsamen Ausdruck je nach Kontext. Jedes Phrasem drückt etwas Negatives oder Unangenehmes aus, nutzt aber unterschiedliche Metaphern oder Ausdrücke dafür. Das thematische Feld „Körperteile“ bietet insgesamt eine Vielfalt an Ausdrücken, die die Kreativität und Vielseitigkeit der Sprache zeigen und Gefühle, Zustände und Handlungen anschaulich beschreiben.

4.7 Thematisches Feld „Unsinn“

Im thematischen Feld „Unsinn“ gibt es fünf Phraseme, davon drei im Buch und zwei im Film. Bei vier Phrasemen gibt es Modifikationen: zweimal Erweiterung und einmal Wechsel Affirmation – Negation (z. B. *dass du hier irgendwie Stellung hältst und kein Mist baust*). Vier Phraseme sind vollidiomatisch und ein Phrasem ist teilidiomatisch. Das Phrasem *Quatsch* ist das einzige, das sowohl im Buch als auch im Film vorkommt und durch eine Erweiterung modifiziert ist. Das Phrasem *Mist bauen* unterscheidet sich von den anderen, da es vollidiomatisch ist und eine metaphorische Bedeutung hat. Zudem zeigt die Modifikation durch den Wechsel von Affirmation und Negation, dass diese Redewendung auch in negierter Form (*kein Mist bauen*) verwendet wird, was bei den anderen Phrasemen weniger ausgeprägt ist.

4.8 Thematisches Feld „Drohung“

Im thematischen Feld „Drohung“ gibt es sieben Phraseme, vier im Buch und drei im Film. Bei zwei Phrasemen aus dem Film gibt es Modifikationen: einmal Erweiterung, einmal Koordinierung und Verkürzung (z. B. *beiß ich euch alle in den Arsch*). Drei Phraseme sind teilidiomatisch, vier aber vollidiomatisch. Die Analyse zeigt, dass sowohl im Buch als auch im Film eine Vielzahl idiomatischer Ausdrücke verwendet wird, um Drohungen auszudrücken. Modifikationen im Film könnten das Verständnis und die kreative Anwendung von Phrasemen besonders fördern.

4.9 Thematisches Feld „Aufforderung“

Im thematischen Feld „Aufforderung“ gibt es neun Phraseme, davon fünf im Buch. Nur ein Phrasem im Film wird durch Verkürzung modifiziert. Die meisten Phraseme fordern zu konkreten Handlungen auf, wie Reden, Stillsein, Suchen, Aufgeben, Beeilen oder Schützen. Es ist auch zu bemerken, dass die Mehrheit von Phrasemen aus dem Buch vollidiomatisch ist, während die meisten im Film teilidiomatisch sind. Beide Medien ergänzen sich insgesamt durch verschiedene sprachliche Ansätze und Ausdrucksweisen, um Aufforderungen darzustellen. Dies trägt zur sprachlichen Vielfalt bei und fördert das Verständnis und die Anwendung von Phrasemen in verschiedenen Kontexten bei der jugendlichen Zielgruppe.

Zusammenfassung

Die Analyse der Phraseme hat gezeigt, dass im Buch mehr Phraseme vorkommen als im Film. Dies lässt sich darauf zurückführen, dass das Buch eine breitere Palette von sprachlichen Ausdrucksmöglichkeiten nutzt, um Handlungen, Verhaltensweisen und Reaktionen zu beschreiben, während der Film sich hauptsächlich auf Dialoge konzentriert. Die Analyse der Modifikationen ergab, dass der Anteil der modifizierten Phraseme in beiden Korpora fast gleich ist (ca. 36 %), wobei er im Buch etwas höher liegt. Die Verwendung von Phrasemen und deren Modifikationen unterscheidet sich zwischen Buch und Film, was auf die unterschiedlichen narrativen Techniken und Ausdrucksformen der beiden Medien zurückzuführen ist. Es wird deutlich, dass eine differenzierte Betrachtung der sprachlichen Eigenschaften in verschiedenen Medien notwendig ist, um ihre jeweiligen Besonderheiten zu verstehen und zu würdigen.

Die vorliegende Studie liefert somit wertvolle Einblicke in die sprachlichen Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen dem Buch und dem Film *Vorstadtkrokodile* und trägt zur Erweiterung des Verständnisses darüber bei, wie Phraseme in verschiedenen Medien eingesetzt werden. Insgesamt verdeutlicht die vorliegende Arbeit, dass sowohl das Buch als auch der Film *Vorstadtkrokodile* unterschiedliche sprachliche Ausdrucksmittel nutzen, um die jugendliche Zielgruppe anzusprechen. Diese Ergebnisse liefern einen Einblick in die Anwendung von Phrasemen in verschiedenen Medien und tragen zur sprachlichen Vielfalt bei.

Quellen- und Literaturverzeichnis

- BURGER, Harald (1997): *Phraseologie im Kinder- und Jugendbuch*. In: R. Wimmer (Hrsg.): *Wortbildung und Phraseologie*. Tübingen: Narr. 233–254
- BURGER, Harald (2015): *Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen*. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- DITTER, Christian (2009): *Drehbuch zum Film Vorstadtkrokodile*. Mülheim, München: Westside Filmproduktion GmbH, Rat Pack Filmproduktion.
- DONALIES, Elke (2009): *Basiswissen. Deutsche Phraseologie*. Tübingen: A. Francke Verlag.
- ECKHARD, Juliane (1987): *Phraseologismen in der Kinder- und Jugendliteratur am Beispiel von Peter Bichsels „Kindergeschichten“*. Rostock: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- JESENŠEK, Vida (2013): *Phraseologie. Kompendium für germanistische Studien*. Maribor: Filozofska fakulteta.
- PREUSSER, Ulrike (2013): *Phraseologismen in problemorientierter weiblicher Adoleszenzliteratur – ein Beispiel*. *Linguistik Online*, 47/3.
- RICHTER-VAPAATALO Ulrike (2010): *Zur Übersetzung von Phraseologie in Kinderliteratur, am Beispiel von Kästners „Pünktchen und Anton“*. Sprachabhängig, kulturabhängig oder abhängig von der Kompetenz des Übersetzers?, in: Korhonen J./Mieder W./Piirainen E./Piñel R. (Hg.), *EUROPHRAS 2008. Beiträge zur internationalen Phraseologiekonferenz vom 13.-16.8.2008 in Helsinki*, S. 207–216 (http://homepage.univie.ac.at/beata.trawinski/publications/europhras_08.pdf).
- VALENČIČ ARH, Urška (2013): *Rambazamba wird tum Tohuwabohu, wenn der Bär los ist: zur Paraphrasierung von Phrasemen in Kinder- und Jugendbüchern und ihrer Wiedergabe in den slowenischen Übersetzungen*. In: Fabčić, M./Fiedler, S./Szerszunowicz, J. (Hrsg.): *Phraseologie im interlingualen und interkulturellen Kontakt = Phraseology in interlingual and intercultural contact*, (Mednarodna knjižna zbirka Zora, 95). Maribor: Mednarodna založba Oddelka za slovanske jezike in književnosti, Filozofska fakulteta: 2013, str. 177–190.
- VON DER GRÜN, Max (1976): *Vorstadtkrokodile*. München: Bertelsmann.

Phraseme in Kinderbüchern mit Thema „Fußball“

Marjana Brus, Katja Kalin

Povzetek

V članku so predstavljeni frazemi, ki se pojavljajo v treh otroških knjigah, namenjenih otrokom v starosti od 3 do 10 let. Knjige so napisane v nemškem jeziku, glavna tema vseh treh zgodb je nogomet. Analiza frazemov se osredotoča na pogostnost frazemov v besedilu in stopnjo idiomatičnosti.

Ključne besede: frazemi, otroške knjige, nogomet

Schlüsselwörter: Phraseme, Kinderbücher, Fußball

1 Einleitung

In der vorliegenden Arbeit werden drei Kinderbücher analysiert – *Luis und die Großen Kicker* von Marlies Koenen, *Verrücktes Fußballspiel* von Ulf Blanck und Boris Pfeiffer und *FC Silberstadt und die Superkicker* von Sandra Grimm. Die Analyse konzentriert sich auf die Anzahl der Phraseme in jedem Buch und auf deren Grad der Idiomatizität, sowie auf den Vergleich zwischen den drei Büchern. Am Ende wird eine quantitative Analyse der Ergebnisse auch tabellarisch dargestellt.

2 Theoretische Vorüberlegungen

2.1 Phraseme

Phraseme als ein wichtiger Bestandteil der Sprache bereichern sie und geben manchmal Wörtern eine ganz neue Bedeutung. Dabei handelt es sich um mehrere Wörter, die in einer bestimmten Kombination eine ganz andere Bedeutung erhalten können. Um ein Phrasem als solches zu bestimmen, müssen drei Kriterien erfüllt sein: Polylexikalität, Festigkeit und Idiomatizität.

2.2 Grad der Idiomatizität

Ein Phrasem kann entweder vollidiomatisch, teilidiomatisch oder nichtidiomatisch sein. Bei vollidiomatischen Phrasemen ist es unmöglich, die Bedeutung durch Semantik der einzelnen Wörter zu verstehen, wie z. B. bei *Lügen haben kurze Beine*. Bei teilidiomatischen Phrasemen behält ein Teil des Phrasems seine ursprüngliche bzw. wortwörtliche Bedeutung, während der zweite Teil eine andere Bedeutung annimmt. Ein Beispiel dafür ist das Phrasem: *Es regnet Bindfäden*, wo nur Regen seine ursprüngliche Bedeutung behält und Bindfäden nicht wortwörtlich zu verstehen ist. Bei nichtidiomatischen Phrasemen ist keine zusätzliche Erklärung nötig, weil die Wörter ihre ursprüngliche Bedeutung behalten, z. B. *auf jeden Fall*.

3 Analyse der Phraseme

Marlies Koenen: *Luis und die Großen Kicker*

Das Buch hat 48 Seiten und enthält 6 Phraseme, darunter 1 vollidiomatisches, 2 teilidiomatische und 3 nichtidiomatische Phraseme. Man muss beachten, dass auf jeder vierten Seite verschiedene Rätsel und Aufgaben zu finden sind. Diese entsprechen dem Lesepublikum des Buches – Leseanfängern bzw. kleinen Kindern. Am Ende gibt es noch alle Lösungen und Belohnungsticker für gelöste Aufgaben. Außerdem werden im Text einzelne Wörter mit Bildern dargestellt.

Phrasem	Grad der Idiomatizität
<i>Leine ziehen</i>	vollidiomatisch
<i>den Kopf schütteln</i>	teilidiomatisch
<i>kreuz und quer</i>	nichtidiomatisch
<i>der Reihe nach</i>	nichtidiomatisch
<i>einen Patzer machen</i>	nichtidiomatisch
<i>mit offenem Mund dastehen/dasitzen</i>	teilidiomatisch

Ulf Blanck und Boris Pfeiffer: *Verrücktes Fußballspiel*

Das Buch hat 63 Seiten und enthält 5 Phraseme, darunter kein vollidiomatisches, 2 teilidiomatische und 3 nichtidiomatische Phraseme. Darin findet man noch viele Zeichnungen und verschiedene Aufgaben und Rätsel. Diese behalten die Aufmerksamkeit des Zielpublikums, dienen als Motivation und Wiederholung. Am Ende gibt es noch ein Fußball-Quiz und die Lösungen für alle Aufgaben.

Phrasem	Grad der Idiomatizität
<i>in Ordnung gehen/sein</i>	nichtidiomatisch
<i>auf jeden Fall</i>	nichtidiomatisch
<i>an der Spitze stehen¹</i>	teilidiomatisch
<i>hinter etwas stecken; dahinterstecken</i>	nichtidiomatisch
<i>den Kopf hängen lassen</i>	teilidiomatisch

1 Im Text kommt *an der Spitze sein* vor, dabei handelt es sich aber um eine formale Modifikation ohne semantische Modifikation von *an der Spitze stehen*. Die lexikalische Struktur des ursprünglichen Phrasems wird verändert, was einen schwächeren bzw. keinen Effekt auf semantischer Ebene hat. Das Phrasem lässt sich in Korpora einfach finden.

Sandra Grimm: *FC Silberstadt und die Superkicker*

Das Buch hat 59 Seiten und enthält 16 Phraseme, darunter 3 vollidiomatische, 12 teildiomatische und 1 nichtidiomatisches Phrasem. Im Gegensatz zu den anderen zwei Büchern gibt es hier keine besonderen Aufgaben zur Überprüfung des Leseverstehens. Das Zielpublikum sind nämlich ältere Kinder als bei den anderen zwei Büchern.

Phrasem	Grad der Idiomatizität
<i>jemandem läuft ein/jagt es einen Schauer/Schauer über den Rücken</i>	teildiomatisch
<i>sich nichts daraus/draus machen</i>	teildiomatisch
<i>ein Rad schlagen</i>	teildiomatisch
<i>jemanden in Frieden/Ruhe lassen</i>	nichtidiomatisch
<i>von wegen</i>	vollidiomatisch
<i>etwas/jemanden nicht aus den Augen/aus dem Auge lassen</i>	teildiomatisch
<i>sich (viel) Zeit lassen</i>	teildiomatisch
<i>sich an die Stirn tippen</i>	teildiomatisch
<i>sich wie Kaugummi ziehen</i>	teildiomatisch
<i>sich (für jemanden/etwas) (schwer/mächtig) ins Zeug legen/werfen</i>	vollidiomatisch
<i>jemanden abklatschen</i>	teildiomatisch
<i>jemandem die Hand reichen</i>	teildiomatisch
<i>Pfeffer im Hintern/Arsch haben</i>	vollidiomatisch
<i>jemandem um den Hals fallen</i>	teildiomatisch
<i>den Kopf schütteln</i>	teildiomatisch
<i>mucksmäuschenstill sein</i>	teildiomatisch

4 Ergebnisse

In der folgenden Tabelle werden alle analysierten Phraseme dargestellt.

Titel des Buches	Luis und die Großen Kicker	Verrücktes Fußballspiel	FC Silberstadt und die Superkicker	Zusammen
Seitenanzahl	48	63	59	170
Anzahl von Phrasemen	6	5	16	27
vollidiomatische Phraseme	1	/	3	4
teildiomatische Phraseme	2	2	12	16
nichtidiomatische Phraseme	3	3	1	7

Auf 170 Seiten aller untersuchten Bücher kommen insgesamt 27 Phraseme vor, in den ersten zwei Büchern viel weniger als im dritten Buch. Aus Erfahrungen, die Marjana beim Schreiben ihrer Diplomarbeit machte, erwarteten wir mehrere Phraseme. Im Knisters Kinderbuch *Hexe Lilli im Fußballfieber*, das auch Fußball thematisiert, werden nämlich auf ungefähr 110 Seiten 76 Phraseme gefunden, was erheblich mehr als in diesen drei Büchern ist. Das kann am unterschiedlichen Umfang der Bücher sowie am unterschiedlichen Zielpublikum liegen. Obwohl sich alle vier Bücher an jüngere Kinder richten, ist das Buch *Hexe Lilli im Fußballfieber* für Kinder ab 8 Jahren bestimmt, während die drei Bücher, die in dieser Arbeit untersucht werden, für Kinder auf einem niedrigeren Niveau bestimmt sind. Im Vergleich zu den Büchern mit demselben Thema, die aber für Fremdsprachenlerner geeignet sind, befinden sich jedoch mehrere Phraseme in den drei untersuchten Büchern.

In den Büchern kommen formal gesehen noch 3 Phraseme vor, die aber im Kontext wortwörtlich zu verstehen sind – das Kriterium Idiomaticität wird nicht erfüllt, deswegen können sie nicht als Phraseme verstanden werden. Das sind: *jemandem wieder auf die Beine helfen, den Ball (an jemanden) abgeben* und *etwas/jemanden ins Spiel bringen*. Noch ein Phrasem, das man nicht als Phrasem betrachten kann, ist *trotten*. In Redensarten-Index wird *trotten* als Phrasem dargestellt, weil aber das Kriterium Polylexikalität nicht erfüllt wird, haben wir *trotten* in unser Korpus nicht eingeschlossen.

Die in den Büchern gefundenen Phraseme sind in der Mehrheit teildiomatische Phraseme. Diese stellen 59 Prozent aller Phraseme dar. Die nichtidiomatischen Phraseme nehmen mit 26 Prozent aller Phraseme den zweiten Platz ein. Von 27 Phrasemen haben nur vier eine übertragene Bedeutung und sind somit vollidiomatisch. Sie stellen 15 Prozent aller analysierten Phraseme dar.

Zusammenfassung

Auch in Kinderbüchern kommen Phraseme vor. In drei untersuchten Kinderbüchern tauchen unterschiedlich viele Phraseme auf. In *Luis und die Großen Kicker* von Marlies Koenen kommen 6 vor, *Verrücktes Fußballspiel* von Ulf Blanck und Boris Pfeiffer enthält 5 Phraseme und *FC Silberstadt und die Superkicker* von Sandra Grimm hat 16 Phraseme. Analyisierte Phraseme unterscheiden sich auch im Grad der Idiomatizität – von den analysierten Phrasemen sind die meisten teildiomatisch (59 %), dann folgen nichtidiomatische Phraseme (26 %) und zuletzt nur wenige vollidiomatische Phraseme (15 %), was angemessen für Kinder im Alter von 3 bis 10 Jahren ist.

Quellen- und Literaturverzeichnis

- BLANCK, Ulf, PFEIFFER, Boris (2022): *Verrücktes Fußballspiel*. Stuttgart: Kosmos.
- BRUS, Marjana (2023): *Phraseme in Knisters Kinderbuch „Hexe Lilli im Fußballfieber“ und ihre Entsprechungen im Slowenischen*. Diplomsko delo. Ljubljana: Filozofska fakulteta.
- BURGER, Harald (1997): *Phraseologie im Kinder- und Jugendbuch*. In: R. Wimmer (Hrsg.): *Wortbildung und Phraseologie*. Tübingen: Narr. 233–254.
- BURGER, Harald (2015): *Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen*. 5., neu bearbeitete Auflage. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- GRIMM, Sandra (2016): *FC Silberstadt und die Superkicker*. Bindlach: Loewe Verlag.
- KOENEN, Marlies (2009): *Luis und die Großen Kicker*. München: arsEdition.
- VALENCIČ ARH, Urška (2024): *Študijsko gradivo pri predmetu Frazzeologija v različnih besedilnih vrstah*. Ljubljana: Oddelek za germanistiko z nederlandistiko in skandinavistiko, Filozofska fakulteta.

Internetquellen

Redensarten-index. Erhältlich unter: <https://www.redensarten-index.de/suche.php> (Zugriffsdatum: 7.5.2024).

Phraseme im Kinderroman *Am Montag ist alles ganz anders* von Christine Nöstlinger

Zala Arh, Petra Sešek

Povzetek

V članku so predstavljeni frazemi v knjigi *Am Montag ist alles ganz anders* (slov.: *V ponedeljek je vse zelo drugače*) nemške pisateljice Christine Nöstlinger. Namen analize je določiti ter argumentirati morebitne modifikacije in semantična polja frazemov ter potrditi oz. ovreči določene hipoteze, ki smo jih postavili v uvodu.

Ključne besede: frazeologija, modifikacije, otroška in mladinska književnost, idiomatičnost, Christine Nöstlinger

Schlüsselwörter: Phraseologie, Modifikationen, Kinder- und Jugendliteratur, Idiomatizität, Christine Nöstlinger

1 Einleitung

Der Artikel beschäftigt sich mit 48 Phrasemen aus dem Roman *Am Montag ist alles ganz anders* der österreichischen Schriftstellerin Christine Nöstlinger. Es wird untersucht, wie oft die einzelnen Phraseme im Buch vorkommen. In unserem Beitrag wollen wir feststellen, wie die Phraseme im Satz positioniert sind, wie oft bestimmte Phraseme wiederholt werden, zu welchem Wortfeld sie gehören und wie stark die Idiomatizität bei den einzelnen Phrasemen ausgeprägt ist. Abschließend folgt das dazugehörige semantische Wortfeld. In diesem Artikel soll gezeigt werden, dass es in dem Buch mehr als 40 Phraseme gibt. Die zweite Hypothese ist, dass voll- und teilidiomatische Phraseme überwiegen, weil die Geschichte für Teenager verfasst ist und sie die Bedeutung dieser Phraseme schon verstehen. Die dritte Hypothese ist, dass kein Phrasem mehr als fünfmal wiederholt wird. Mit der vierten Hypothese soll bestätigt werden, dass es mindestens fünf Phraseme gibt, die zweimal wiederholt werden. Die Liste der Phraseme wird auf der Webseite Redensarten-Index nachgeprüft.

2 Theoretische Vorüberlegung

Nach Palm (1997: 1) ist die Phraseologie die Wissenschaft oder die Lehre von den festen Wortverbindungen einer Sprache, die im System und Satz die Funktion und die Bedeutung einzelner Wörter (Lexeme) übernehmen können. Die Phraseologie als Teildisziplin der Linguistik entstand vor mehr als hundert Jahren und wird im deutschsprachigen Raum seit den siebziger Jahren des 20. Jahrhunderts erforscht.

Ein Phrasem wird als eine bestimmte Reihenfolge der Wörter, die genau in dieser Kombination bekannt sind, definiert (vgl. Burger 2015: 11). Zur Bestimmung eines Phrasems werden drei Kriterien herangezogen: Polylexikalität, Festigkeit und Idiomatizität. Polylexikalität bedeutet, dass ein Phrasem aus mehr als einem Wort besteht. Festigkeit bedeutet, dass die Wörter und die Reihenfolge nicht verändert werden können. Idiomatizität bedeutet, dass die Wörter im Phrasem nicht wortwörtlich zu verstehen sind, sondern als Ganzes behandelt werden sollten. Das Kriterium der Festigkeit wird durch zwei Faktoren beeinflusst: Variationen und Modifikationen. Eine Variation bezeichnet eine phraseologische Verbindung, die durch verschiedene Varianten eines Phrasems gekennzeichnet ist. Diese Varianten haben meist eine sehr ähnliche Bedeutung. Es gibt verschiedene Typen der Variation, abhängig davon, welche

Komponente des Phrasems variiert und auf welche Weise dies geschieht. Variationen werden in zwei Gruppen gegliedert: grammatische und lexikalische Variationen. Phraseologische Variationen sind bekannt, anerkannt und häufig in Wörterbüchern verzeichnet, während Modifikationen gelegentliche, spezifische Anpassungen und Verwendungen darstellen.

Es werden verschiedene Grade der Idiomatizität definiert. Für nichtidiomatische Phraseme sind keine weiteren Erläuterungen erforderlich. Im Gegensatz ist es bei vollidiomatischen Phrasemen unmöglich, die Bedeutung durch Semantik der Wörter zu verstehen, und bei teilidiomatischen Phrasemen ist das nur für einen Teil möglich. Ein Beispiel für vollidiomatische Phraseme ist: *das Kind mit dem Bade ausschütten*. Dieses Phrasem bedeutet, dass man etwas übertreibt. Anhand von diesem Beispiel kann man sehen, dass man die Bedeutung dieses Phrasems kennen muss, um es zu verstehen. Ohne Vorwissen ist es unmöglich die Bedeutung dieses Phrasems anhand von Wörtern zu verstehen. Unter teilidiomatischen Phrasemen versteht man diejenige Phraseme, wo man ein Teil des Phrasems wortwörtlich versteht, den anderen Teil aber nicht. Deswegen ist es schon ein bisschen leichter die Bedeutung des Phrasems herauszufinden, weil man ein Teil schon kennt. Ein Beispiel von solchen Phrasemen ist: *fleißig wie eine Ameise sein*. Dieses Phrasem bedeutet, dass man sehr fleißig ist. In diesem Beispiel hat das Wort *fleißig* wortwörtliche Bedeutung, was bedeutet, dass man anhand von diesem Wort schneller und einfacher die Bedeutung des Phrasems finden kann. In die letzte Gruppe gehören nicht-idiomatische Phraseme, wohin auch das Phrasem *Geschirr spülen* gehört. Alle Komponenten dieses Phrasems haben wortwörtliche Bedeutung und deswegen braucht man kein Wörterbuch, um die Bedeutung des Phrasems nachzuschlagen.

3 Empirischer Teil

3.1 Methodologie

In diesem Kapitel soll gezeigt werden, wie Phraseme untersucht wurden. Zuerst haben wir das Buch gelesen und den Inhalt kurz zusammengefasst. Dann haben wir alle Phraseme aufgeschrieben, sie gezählt und überprüft, wie oft einige wiederholt werden.

Wenn wir uns nicht sicher waren, ob es sich um ein Phrasem handelt oder nicht, haben wir das Phrasem im Online-Wörterbuch Redensarten-Index

eingetragen und überprüft, ob es sich tatsächlich um ein Phrasem oder nur um eine feste Wortverbindung handelt.

Für eine übersichtliche Analyse der Phraseme werden Tabellen benutzt. Für jedes Phrasem wird der ganze Beispielsatz aus dem Buch ausgeschrieben. In der nächsten Reihe steht die lexikalisierte Form des Phrasems. Danach wird die Bedeutung nach Redensarten-Index hinzugefügt. Schließlich gibt es noch den Grad der Idiomatizität und die Einordnung in das semantische Wortfeld. Bei eventuellen Kommentaren folgt in der letzten Spalte noch ein Kommentar.

3.2 *Christine Nöstlinger: Am Montag ist alles ganz anders*

3.2.1 *Phraseme*

Im Buch wurden 48 Phraseme auf 150 Seiten identifiziert. Einige werden in den Tabellen unten vorgestellt.

BELEG: Kathi schüttelte den Kopf . (Nöstlinger 1988: 50)
Phrasem: den Kopf schütteln (14x)
Bedeutung: Kopf abwechselnd nach rechts und links drehen. Bedeutung: „nein“. Auch Ausdruck von Verständnislosigkeit / Ablehnung
Semantisches Wortfeld: Körperteile und Organe
Grad der Idiomatizität: teildiomatisches Phrasem
Dieses Phrasem kommt am häufigsten vor. Interessant ist, dass es in einem anderen Beispiel mit diesem Phrasem, das so lautet: Die Lady schüttelte <i>bekümmert</i> den Kopf, eine Expansion durch Adjektive gibt, denn das Adjektiv <i>bekümmert</i> ist hinzugefügt.

BELEG: „Nur keine Panik, nur keine Panik, es ist alles nicht so schlimm, davon geht die Welt nicht unter! “ (ebd.: 102)
Phrasem: Davon geht die Welt nicht unter! (1x) Ergänzungen: umgangssprachlich
Bedeutung: Das ist kein großes Unglück
Semantisches Wortfeld: Phraseme aus anderen Wortfeldern
Grad der Idiomatizität: vollidiomatisches Phrasem
Dieses Beispiel ist ein Beispiel für die Paraphrasierung bzw. die Bedeutung wird mit noch ein paar zusätzlichen Wörtern nochmal (neben dem Phrasem) geschrieben.

BELEG: Und dann hatte die Kathi eine Idee! Eine, von der sie ganz aufgeregt wurde. Sie tuschelte mit der Renate, und die Renate machte zuerst riesige Kulleraugen , und dann kicherte sie und flüsterte: „Das ist Spitze, das ist gut!“ (ebd.: 124).
Phrasem: große Kulleraugen machen (3x)
Bedeutung: die Augen weit öffnen Ergänzungen: umgangssprachlich
Semantisches Wortfeld: Körperteile und Organe
Grad der Idiomatizität: teildiomatisches Phrasem

BELEG: Die Lady runzelte die Stirn und holte die Brille aus ihrer Handtasche (ebd.: 36).
Phrasem: die Stirn runzeln (2x)
Bedeutung: die Stirn in Falten legen; Ausdruck von Verständnislosigkeit / Ratlosigkeit / Verärgerung
Semantisches Wortfeld: Körperteile und Organe
Grad der Idiomatizität: teildiomatisches Phrasem

BELEG: „Die Huber ist im großen und ganzen zufrieden mit dir“, sagte die Mama. „Wieso nur im großen und ganzen ?“ Kathi grapschte sich die letzte Nudel vom Teller (ebd.: 5).
Phrasem: im Großen und Ganzen (2x)
Bedeutung: im Allgemeinen; insgesamt S ; von Einzelheiten abgesehen
Semantisches Wortfeld: Phraseme aus anderen Wortfeldern
Grad der Idiomatizität: teildiomatisches Phrasem

BELEG: „Servus Oliver, mein Knabe“, begrüßte die Lady die Kathi zu Mittag vor der Schule. „ Alles in Butter , mein Engel?“ (ebd.:145)
Phrasem: Alles in Butter! (1x)
Bedeutung: Alles in Ordnung!
Semantisches Wortfeld: Phraseme aus anderen Wortfeldern
Grad der Idiomatizität: teildiomatisches Phrasem
Interessant ist die Herkunft von diesem Phrasem: Eine Angabe bezieht sich auf den Transport von Murano Gläsern über die Alpen zu deutschen Fürstenthäusern. Als der Adel im Mittelalter von Hof zu Hof zog, musste der gesamte Hausrat mitgenommen werden. Dabei wurden wertvolle Porzellane und Gläser in Butter getaucht. Und wenn die Pferdekarren über die holprigen Wege am Ziel ankamen, lautete die erste Frage: „Ist noch alles in Butter?“ (vgl. Redensarten-Index).

4 Diskussion

In der folgenden Tabelle werden alle analysierten Phraseme dargestellt.

Seitenanzahl	150
Anzahl von Phrasemen, die im Buch vorkommen	48
vollidiomatische Phraseme	4
teilidiomatische Phraseme	44
nicht-idiomatische Phraseme	/
Phraseme, die umgangssprachlich verwendet werden	3
Phraseme, die nur einmal vorkommen	19
Phraseme, die zweimal vorkommen	4
Phraseme, die mehr als zweimal vorkommen	2
Wortfeld: Körperteile und Organe	28
Wortfeld: Phraseme aus anderen Wortfeldern	11
Wortfeld: Gemüts – und Gefühlsäußerungen	6
Wortfeld: Tiere	3

Die Tabelle zeigt, dass im Buch auf 150 Seiten insgesamt 48 Phraseme vorkommen. Das bedeutet, dass es 0,32 eines Phrasems pro Seite gibt. Unsere erste Hypothese lautet, dass es im ganzen Buch mehr als 40 Phraseme gibt, was wir bestätigen können. Wir haben 48 Phraseme gefunden, das sind sogar 8 mehr als wir am Anfang vorgesehen haben. Viele von diesen Phrasemen kommen im Buch auch mehrmals vor. Das Phrasem *den Kopf schütteln* kommt im Buch am meisten vor und zwar 14-mal. Es hängt mit dem Charakter der Hauptfigur Kathi zusammen, denn sie ist ein rebellisches Mädchen und deswegen schüttelt sie oft den Kopf. Das zweite Phrasem, das auch mehr als zweimal vorkommt, heißt *große Kulleraugen machen*. Wir haben es dreimal gefunden. Nur diese zwei Phraseme wiederholen sich mehr als zweimal, alle anderen wiederholen sich nur zweimal. Wir haben vier solche Phraseme gefunden, das sind: *die Stirn runzeln*, *im Großen und Ganzen*, *eine Gänsehaut bekommen* und *sich an die Stirn tippen*. Alle anderen Phraseme, die wir im Buch gefunden haben, kommen nur einmal vor. Die Anzahl solcher Phraseme ist 19.

Unsere dritte Hypothese lautet, dass kein Phrasem öfter als fünfmal vorkommt, was wir widerlegen müssen. Es gibt nur ein Phrasem, das öfter als fünfmal vorkommt und dieses heißt *den Kopf schütteln*. Es kommt vierzehnmal

vor. Die vierte Hypothese wird genauso wie die dritte widerlegt. Im Buch gibt es nur vier Phraseme, die zweimal wiederholt werden und nicht fünfmal, was wir am Anfang vorgesehen haben. So können wir sagen, dass wir uns dieser Hypothese angenähert haben.

Unsere zweite Hypothese bezieht sich auf den Grad der Idiomatizität. Im Text gibt es 44 teildiomatische Phraseme und 4 vollidiomatische Phraseme. Es gibt kein Phrasem, das als nicht-idiomatisch bezeichnet wird, denn nur die im Redensarten-Index lexikalisierten Phraseme wurden für den Korpus und die Analyse ausgewählt. Die im Buch gefundenen Phraseme sind in der Mehrheit teildiomatische Phraseme. Diese stellen 92 % aller Phraseme dar. Den zweiten Platz nehmen die vollidiomatischen Phraseme mit nur 8 % aller Phraseme ein. Die Hypothese, dass im Text die teil- und vollidiomatischen Phraseme überwiegen, wird bestätigt, obwohl es viel mehr teildiomatische als vollidiomatische Phraseme gibt.

Nach der Redensarten-Index werden im Roman drei Phraseme als umgangssprachlich bezeichnet. Diese drei Phraseme sind: *bis zum letzten Atemzug*, *große Kulleraugen machen* und *davon geht die Welt nicht unter*.

Wir haben die Phraseme nicht nur nach dem Grad ihrer Idiomatizität klassifiziert, sondern sie auch semantischen Wortfeldern zugeordnet. Die Phraseme werden vier semantischen Wortfeldern zugeordnet: (1) Körperteile und Organe, (2) Gemüts- und Gefühlsäußerungen, (3) Tiere und (4) Phraseme aus anderen Wortfeldern. Die meisten Phraseme werden der Gruppe Körperteile und Organe zugeordnet, dann folgen Phraseme aus anderen Wortfeldern, und die wenigsten Phraseme gehören mit nur drei Phrasemen zu dem Wortfeld Tiere.

Schluss teil

Die Analyse der Phraseme in diesem Buch hat interessante Einblicke in den Gebrauch von Phrasemen und deren Grad der Idiomatizität geliefert. Unsere erste und zweite Hypothese wurden bestätigt, aber die dritte und vierte wurden widerlegt.

Die erste Hypothese, dass es in dem Buch mehr als 40 Phraseme gibt, wurde durch die Analyse bestätigt, weil im ganzen Buch 48 Phraseme gefunden wurden. Das sind sehr interessante Ergebnisse. Wir erwarteten, dass das Buch viele Phraseme enthält, denn wir kannten die Autorin und einige ihrer Bücher, aber wir hatten nicht erwartet, dass es mehr als 40 Phraseme geben wird.

Unsere zweite Hypothese bezog sich auf den Grad der Idiomatizität der Phraseme im Text. Die Analyse ergab, dass 44 der Phraseme teildiomatisch und vier vollidiomatisch sind.

Unsere dritte Hypothese besagt, dass kein Phrasem mehr als fünfmal vorkommt. Wie es sich in unserer Analyse erwiesen hat, gibt es ein Phrasem, das 14-mal vorkommt. Das ist das Phrasem *den Kopfschütteln*, mit der Bedeutung Kopf abwechselnd nach rechts und links drehen bzw. Nein sagen.

Mit der vierten Hypothese soll gezeigt werden, dass es mindestens fünf Phraseme gibt, die sich zweimal wiederholen. Diese Hypothese wurde auch widerlegt, denn es gibt nur vier Phraseme, die zweimal vorkommen. Wir haben erwartet, dass es mehrere geben wird, denn wir haben bemerkt, dass es schon auf der ersten Seite das Phrasem *Im großen und ganzen* zweimal vorkommt. Deswegen wurde erwartet, dass es noch mehrere solche Beispiele (in der Bedeutung Frage-Antwort und so wiederholt sich das Phrasem) geben wird.

Zusätzlich gibt es vier Phraseme, die jeweils zweimal vorkommen: *die Stirn runzeln*, *im Großen und Ganzen*, *eine Gänsehaut bekommen* und *sich an die Stirn tippen*. Alle anderen Phraseme, insgesamt 19, kommen nur einmal im Text vor. Dies zeigt eine große Vielfalt an Phrasemen, obwohl viele nur einmal verwendet werden.

Die Klassifikation der Phraseme nach semantischen Feldern ergab, dass die Mehrheit der Phraseme dem Feld *Körperteile und Organe* zuzuordnen sind. Insgesamt 28 Phraseme gehören zu diesem Feld, was darauf hindeutet, dass körperbezogene Ausdrücke eine zentrale Rolle im Text spielen. Dies könnte mit der physischen Ausdruckskraft und den direkten Reaktionen der Figuren zusammenhängen, die oft durch Körperbewegungen und -teile vermittelt werden.

Für zukünftige Untersuchungen könnte es interessant sein, ähnliche Analysen auf andere literarische Werke für Jugendliche anzuwenden, um Vergleiche zu ziehen und die Verwendung von Phrasemen in der Jugendliteratur weiter zu erforschen.

Quellen- und Literaturverzeichnis

- BURGER, Harald (2015): *Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen*. 5., neu bearbeitete Auflage. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- FLEISCHER, Wolfgang (1997): *Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag.
- PALM, Christine (1997): *Phraseologie. Eine Einführung*. Tübingen: Narr Francke Attempto.
- NÖSTLINGER, Christine (1988): *Am Montag ist alles ganz anders*. Wien-München: Wiener verlag.
- VALENČIČ ARH, Urška (2014): *Ein Prinz auf der Erbse*. Phraseologie und Übersetzung Am Beispiel der Kinder- und Jugendliteratur von Christine Nöstlinger im Deutschen und Slowenischen. Ettenheim: Schneider Verlag.
- VALENČIČ ARH, Urška (2024): *Študijsko gradivo pri predmetu Frazzeologija v različnih besedilnih vrstah*. Ljubljana: Oddelek za germanistiko z nederlandistiko in skandinavistiko, Filozofska fakulteta.

Internetquellen

- Redensarten-Index*. Erhältlich unter: <https://www.redensarten-index.de/suche.php> (Zugriffsdatum: 2.5.2024).

Phraseme im Kinderbuch *Babygeschichten* von Franz von Christine Nöstlinger und ihre Übersetzungen ins Slowenische

Zarja Nemec

Povzetek

V članku predstavljamo rabo frazemov, ki se pojavljajo v otroškem romanu *Babygeschichten von Franz* avstrijske pisateljice Christine Nöstlinger in njihove prevodne ustreznice v slovenščini. Namen analize je preučiti prevodne postopke in jih primerjati tako z uslovarjenimi variantami v slovenskih slovarjih kot tudi z rabo v spletnih korpusih.

Ključne besede: frazemi, otroška literatura, Christine Nöstlinger, prevodni postopki

Schlüsselwörter: Phraseme, Kinderliteratur, Christine Nöstlinger, Übersetzungsverfahren

1 Einleitung

Für die Untersuchung wurden zwei Hauptaufgaben gestellt: Sammeln und Erforschen der Phraseme im Roman für Kinder und Analyse der Übersetzungsverfahren in der slowenischen Sprache. Ausschlaggebend waren die phraseologischen Einheiten in der Ausgangssprache Deutsch, zu denen die entsprechenden Übersetzungen in der Zielsprache Slowenisch genauer evaluiert werden.

Wir konzentrierten uns auf die Phraseologie im engeren Sinne, also auf die Einheiten mit den Eigenschaften der Polylexikalität, Reproduzierbarkeit und Festigkeit sowie Idiomatizität (vgl. Burger 2015: 14). Beim Überprüfen der Lexikalisierung von slowenischen phraseologischen Entsprechungen stützten wir uns auf folgende Quellen:

- a) Portal *Fran*, die nationale Belegsammlung, die am Institut Fran Ramovš für die slowenische Sprache aus verschiedenen Texten exzerpiert wurde. Im Portal *Fran* befindet sich unter anderem das phraseologische Wörterbuch *Slovar slovenskih frazemov* von Janez Keber aus 2011.
- b) *Gigafida 2.0*, das gegenwärtige elektronische Korpus der slowenischen Standardsprache, in dem die Verwendung der Phraseme aus der slowenischen Übersetzung geprüft wurden.

2 Theoretische Vorüberlegung

Phraseme sind feste Wortverbindungen, die drei Eigenschaften aufweisen: Polylexikalität, Festigkeit und Idiomatizität. Polylexikalität bedeutet, dass sie aus mindestens zwei Wörtern zusammengesetzt sind, jedoch ziehen einige Phraseologen auch monolexikale phraseologische Einheiten in ihre Untersuchungen ein. Besonders dann, wenn Ein-Wort-Phraseme sog. Ableitungen von polylexikalischen Einheiten sind (*blitzschnell* <- *schnell wie der Blitz*). Auch in unserer Untersuchung werden Ein-Wort-Phraseme berücksichtigt, insofern sie im *Redensarten-Index* verzeichnet sind.

2.1 Übersetzen von Kinder- und Jugendliteratur

Der gesamte Übersetzungsprozess wird von einem Erwachsenen geführt, der die Übersetzung als Vermittler beeinflussen kann. Die Besonderheit des kinderliterarischen Übersetzens liegt in der Tatsache, dass sich die sprachliche

Kompetenz beim Zielpublikum noch in einem Entwicklungsstadium befindet. Es gibt einen enormen Unterschied in Erfahrung und Wissen und dafür kommen auf der sprachlichen Ebene Vereinfachungen in der Lexik und Syntax in Betracht (vgl. Valenčič Arh 2014: 114).

2.2 Übersetzungsverfahren

In unserer Untersuchung wurde analysiert, ob die Übersetzerin bei ihrer Suche nach dem äquivalenten zielsprachlichen Phrasem (ZS-Phrasem) bestrebt war, das ausgangssprachliche Phrasem (AS-Phrasem) möglichst auch in der ZS zu erhalten und bei der Äquivalenzsuche die einzelnen Merkmale des AS-Phrasems in seiner textuellen Funktion auch in der Zielsprache zu berücksichtigen (vgl. Valenčič Arh 2014: 119). Für die konfrontative Untersuchung, ausgehend von den Äquivalenzrelationen zwischen Deutsch und Slowenisch, übernehmen wir die folgenden in der Tabelle 1 präsentierten Übersetzungsverfahren.

Tabelle 1: Übersetzungsverfahren in Anlehnung an Valenčič Arh (2014: 125) und mit einem zusätzlichen Verfahren

Übersetzungsverfahren	Beschreibung
1. Substitution I (S I)	Wiedergabe des AS-Phrasems mit voll- oder teil-äquivalentem ZT-Phrasem
2. Substitution II (S II)	Wiedergabe des AS-Phrasems aus einem verwandten Bildbereich mit Änderung des ZS-Phrasemtyps
3. Neutralisation I (N I)	Wiedergabe eines AS-Phrasems mit ZS-Lexem
4. Neutralisation II (N II)	Wiedergabe eines AS-Phrasems mit freier Wortverbindung in der ZS
5. Neutralisation III (N III)	Wiedergabe eines AS-Phrasems mit einer nichtlexikalisierten, jedoch im <i>Gigafida 2.0</i> registrierten Wortverbindung

Während der gesamten Analyse war ein besonderes Problem für uns das potenzielle Fehlen eines Übersetzungsverfahrens, mit dem die nichtlexikalisierten Phraseme, die laut dem Korpus *Gigafida 2.0* aber im Alltag häufig verwendet werden, erfasst würden. Deswegen schufen wir eine neue Kategorie: Neutralisation III (N III).

2.3 Christine Nöstlinger

Die österreichische Autorin Christine Nöstlinger zählt heute zu den bekanntesten zeitgenössischen AutorInnen der Kinder- und Jugendliteratur im deutschen Sprachraum. Sie setzt sich immer wieder mit ideologischen und gesellschaftskritischen Themen auseinander und setzt sich für die vielschichtigen Probleme der jungen Generation ein (vgl. Valenčič Arh 2014: 128). Sie schrieb über hundert Kinder- und Jugendromane sowie Bilderbücher, von denen viele in andere Sprachen übersetzt wurden. Ins Slowenische wurden über 40 von ihren Werken übersetzt. Für ihren Beitrag im Bereich der Kinder- und Jugendliteratur erhielt sie viele Preise. Unter anderem wurde sie mit dem Hans-Christian-Andersen-Preis und dem Astrid-Lindgren-Gedächtnis-Preis ausgezeichnet.

3 Korpus

Das Untersuchungskorpus besteht aus dem Kinderbuch *Babygeschichten von Franz* von Christine Nöstlinger und von seiner Übersetzung in die slowenische Sprache *Franceve dojenčkove zgodbe*. Im Weiteren wird die Korpusanalyse vorgestellt. Beim Lesen wurden zuerst die Phraseme aus dem Original herausgeschrieben. Um festzustellen, ob es sich um ein Phrasem handelt oder nicht, wurde die Webseite *Redensarten-Index* verwendet. Danach wurde der Satz, der das Phrasem im Original enthält, mit dem Satz in der Übersetzung verglichen. Um die Art des Übersetzungsverfahrens zu bestimmen, haben wir die Portale *Fran* und *Gigafida 2.0* verwendet.

4 Vorgehensweise

Die Methode unserer Analyse war zuerst das Aussuchen der Phraseme aus dem Roman. Danach wurden die Phraseme mit den lexikalisierten Nennformen im Wörterbuch verglichen, wobei die Bedeutungsangaben für die deutsche Sprache aus dem *Redensarten-Index* und für die slowenische Sprache aus *Fran* und *Gigafida 2.0* ausgenommen wurden. In der Analyse werden deutsche Phraseme in der Ausgangssprache mit den slowenischen Entsprechungen in der Zielsprache einem Vergleich unterzogen, aber nicht umgekehrt.

5 Ergebnisse der Analyse

In der Auswertung der Übersetzungen von Phrasemen werden die einzelnen Übersetzungsverfahren vermittelt, mit denen Phraseme in konkreten Realisierungen in der Zielsprache Slowenisch an den Leser adaptiert werden.

5.1 Inhaltliche Beschreibung

Der achtjährige Franz Fröstl stammt aus der traditionellen Familie. Er wohnt mit Mama, Papa und Josef, seinem älteren Bruder, in der Hasengasse in Wien und Gabi ist seine beste Freundin. Der Kinderroman *Babygeschichten von Franz* aus den Serienwerken über Franz richtet sich an junge Leser, die sich beim Lesen in die Kinderwelt der jungen Protagonisten hineinversetzt fühlen können. In diesem Roman erwartet Gabis Mutter ein Baby und Gabi redet von nichts anderem. Damit sie alles kann, wenn das Baby da ist, muss Franz ständig mit ihr ‚Baby‘ üben, Franz aber fühlt sich abgeschrieben. Die Ereignisse, Gespräche und Beziehungen der Kinderfiguren sind unkompliziert, doch geht es bei Nöstlinger inhaltlich um sensible Darlegung des realen Kinderlebens im Alltag.

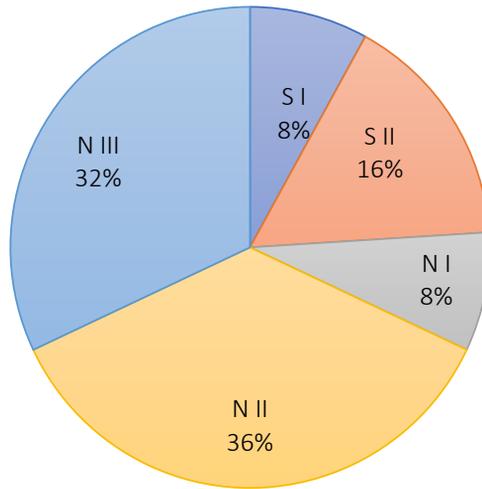
5.2 Phrasemvorkommen

Im gesamten Korpus in der AS wurden insgesamt 25 Phraseme gefunden. Von diesen 25 AS-Phrasemen in der deutschen Originalausgabe wurden in den slowenischen Übersetzungen 6 (24 %) als Phraseme übersetzt, d.h. dass AS-Phraseme durch ZS-Phraseme nach den Verfahren Substitution I und Substitution II ersetzt werden. Nach den anderen Übersetzungsverfahren (vgl. Tabelle 1) werden alle anderen 19 AS-Phraseme nicht als Phraseme in die ZS übertragen, sondern nach dem Verfahren Neutralisation I (2 Phraseme, 8 %) und Neutralisation II (9 Phraseme, 36 %) oder Neutralisation III (8 Phraseme, 32 %) neutralisiert.

Tabelle 1: Ergebnisse in Zahlen

Übersetzungsverfahren	Zahl der Belege
1. Substitution I (S I)	2
2. Substitution II (S II)	4
3. Neutralisation I (N I)	2
4. Neutralisation II (N II)	9
5. Neutralisation III (N III)	8

Diagramm 1: Übersetzungsverfahren in Prozent



Im Folgenden werden einige Belege und die Übersetzungsverfahren erläutert.

Tabelle 2: Neutralisation I

			prevodni postopek	<i>Fran</i>	<i>Gigafida 2.0</i>
1	<i>nicht lockerlassen</i>	ne odnehati	N I	/	/
	‚nicht nachgeben; auf etwas beharren‘				
AS	O Gott, dachte der Franz, sie lässt nicht locker , jetzt geht die Raterei auf dem Heimweg weiter! (Seite 18)				
ZS	O, bog, je pomislil Franc, sploh ne bo odnehala , ugibanje se bo nadaljevalo vso pot domov!				

Tabelle 3: Neutralisation II

			prevodni postopek	<i>Fran</i>	<i>Gigafida 2.0</i>
2	<i>die Klappe halten</i>	biti tiho	N II	/	/
	,schweigen; nichts sagen‘				
AS	„Du hast vom Leben keine Ahnung“, rief der Josef. „ Halt also die Klappe! “ (Seite 57)				
ZS	„O življenju se ti niti ne sanja,“ je zaklical Jožef. „Zato bodi raje tiho! “				

In diesen Beispielen ist es deutlich, dass die Phraseme in der Zielsprache nur die nicht-phraseologischen adäquaten Entsprechungen ausdrücken. Beim Übersetzungsverfahren Neutralisation I wird das nur mit einem Wort bzw. mit einem Lexem hergestellt, während bei der Neutralisation II das AS-Phrasem mit einer Wortverbindung oder einem Syntagma übersetzt wird.

Tabelle 4: Neutralisation III

			prevodni postopek	<i>Fran</i>	<i>Gigafida 2.0</i>
3	<i>jemandem das Herz brechen</i>	zlomiti srce	N III	/	304
	,jemanden sehr unglücklich machen; jemandem sehr großen Kummer bereiten; jemanden, der einen liebt, verlassen‘				
AS	Mit einer Gabi, die ihn nicht mehr lieb hätte, könnte der Franz nicht so lange und so oft zusammen sein. Das würde ihm das Herz brechen! (Seite 11)				
ZS	Z Gabi, ki ga ne bi marala, Franc ne bi mogel biti skupaj tako dolgo in tako pogosto. To bi mu zlomilo srce!				

Das neu geschaffene Übersetzungsverfahren Neutralisation III enthält die nichtlexikalisierten Phraseme, die laut dem Korpus *Gigafida 2.0* im Slowenischen häufig verwendet werden. Die Übersetzungen klingen bekannt und als ob die Wortverbindungen fest wären, aber laut dem Portal *Fran* sind sie dennoch nicht lexikalisiert und daher keine echten Phraseme. Man könnte sagen, dass dieses Übersetzungsverfahren eine Übergangsphase darstellt, bevor ein Phrasem tatsächlich zu einem Phrasem wird.

Tabelle 5: Substitution I

		prevodni postopek	Fran	Gigafida 2.0
4	<i>ein Gesicht machen / schneiden / ziehen</i>	S I	<i>obraz se je podaljšal komu</i>	138
	‚einen bestimmten Gesichtsausdruck machen, um ein bestimmtes Gefühl auszudrücken‘		‚ostre podolgovate poteze na obrazu so pokazale razočaranje, neprijetno prese- nečenje koga‘	
AS	Die Gabi zog ein Gesicht , aber sie widersprach nicht. (Seite 44)			
ZS	Gabi je naredila dolg obraz , vendar ni ugovarjala.			

Im Beispiel (4) geht es um ein in der Zielsprache volläquivalentes Phrasem, das in der Struktur, Bedeutung, Stilordnung und im konnotativen Mehrwert dem AS-Phrasem gleichwertig ist. In solchen Idealfällen geht es auch um mögliche Übereinstimmungen hinsichtlich der textuellen Einbettungen.

Tabelle 6: Substitution II

		prevodni postopek	Fran	Gigafida 2.0
5	<i>jemandem schnuppe sein</i>	S II	<i>biti [kot] lanski sneg</i>	411
	‚jemandem egal sein‘		‚ne biti več zanimiv, aktualen‘	
AS	Sie schrie: „Meine Eltern haben ein Baby, und ich bin ihnen schnuppe! Nicht mal angerufen haben sie, als es da war!“ (Seite 50)			
ZS	Kričala je: »Moji starši imajo dojenčka in jaz sem jima lanski sneg! Niti poklicala nista, ko je prišel na svet!«			

Wie aus dem Beispiel (5) hervorgeht, ist die Substitution II die Verwendung eines anderen Phrasems in der Zielsprache. Es gibt Unterschiede im Bildbereich und in der Struktur, aber Konnotationen und Textualität werden adäquat wiedergegeben.

Zusammenfassung und Ausblick

Die vorliegende Studie beschäftigt sich mit der Übersetzung der Phraseme in der Kinderliteratur, konkret im Kinderbuch von Christine Nöstlinger: *Babygeschichten von Franz*.

Nachdem im theoretischen Teil die Grundlagen der Projektarbeit erläutert und die Grundbegriffe erklärt wurden, folgt ein empirischer Teil, in dem diese Grundlagen anhand einiger Beispiele aus den Büchern dargestellt und die Ergebnisse tabellarisch beschrieben wurden.

Wichtig für diese Studie war es, eine neue Kategorie des Übersetzungsverfahrens zu schaffen, da die meisten Phraseme in der Geschichte mit genau diesem Verfahren übersetzt wurden. Der Grund dafür liegt natürlich bei der Übersetzerin selbst. Es gab auch ein paar Fälle in der Geschichte, in denen die Übersetzerin ein anderes Phrasem hätte wählen können, der lexikalisch dem Original ähnlicher ist. Die Art und Weise des Übersetzens beeinflusst auch die Tatsache, dass die Zielgruppe Jugendliche und Kinder sind.

Ein weiterer Forschungsansatz wäre es, zu analysieren, an welchen Textstellen Phraseme in der Übersetzung auftauchen, die im Ausgangstext nicht vorkommen. Ein Beispiel dafür gibt es auf der Seite 14: Dem Franz war das Hin und Her schon sehr **langweilig**. - Franc je **imel** ugibanja že **čez glavo**. Das slowenische Phrasem *imeti česa čez glavo* in der Bedeutung ‚von etwas die Nase voll haben‘ ersetzt hier die deutsche nichtphraseologische Verbindung *langweilig sein*.

Quellen- und Literaturverzeichnis

- BURGER, Harald (2015): *Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen*. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- NÖSTLINGER, Christine (1998): *Babygeschichten vom Franz*. Hamburg: Friedrich Oetinger.
- NÖSTLINGER, Christine (2002): *Franceve dojenčkove zgodbe*. Celovec: Mohorjeva družba.
- VALENČIČ ARH, Urška (2014): „Ein Prinz auf der Erbse“. *Phraseologie und Übersetzung am Beispiel der Kinder- und Jugendliteratur von Christine Nöstlinger im Deutschen und Slowenischen*. Baltmannsweiler: Schneider Verlag Hohengehren.

Internetquellen

Christine Nöstlinger. Erhältlich unter: <https://www.bralnotekmovanje.si/avtorji/christine-nostlinger> (Zugriffsdatum: 30.7.2024).

Fran, slovarji Inštituta za slovenski jezik Frana Ramovša ZRC SAZU, 2014–, različica 8.0, Erhältlich unter: www.fran.si (Zugriffsdatum: 24.7.2024).

Gigafida 2.0: Korpus pisne standardne slovenščine. Erhältlich unter: <http://viri.cjvt.si/gigafida> (Zugriffsdatum: 24.7.2024).

Keber, Janez (2011): *Slovar slovenskih frazemov* [Elektronski vir]. Ljubljana : Založba ZRC, Znanstvenoraziskovalni center SAZU, 2015. Erhältlich unter: <http://www.fran.si/192/janez-keber-frazeoloski-slovarslovenskega-jezika> (Zugriffsdatum: 24.7.2024).

Redensarten-Index. Erhältlich unter: <https://www.redensarten-index.de/suche.php> (Zugriffsdatum: 24.7.2024).

Phraseme in Ramon Rosellys Alben *Träume leben* und *Lieblingsmomente*

Tina Oman, Ana Šmerc

Povzetek

V prispevku obravnavamo rabo frazemov v izbranih pesmih pevca Ramona Rosselyja. Pri tem smo izpostavili pogostnost frazemov, njihov pomen in ustreznike v slovenskem jeziku, stopnjo idiomatičnosti in prenovitev. Cilj raziskave je odkriti pogostnost frazeologije v izbranih besedilih *Träume leben* in *Lieblingsmomente*, zato da bi ugotovili, katere lastnosti zaznamujejo frazeologijo v glasbenih popevkah.

Ključne besede v slovenščini: frazeologija, frazemi, modifikacije, šlager, Ramon Roselly

Schlüsselwörter auf Deutsch: Phraseologie, Phraseme, Modifikationen, Schlager, Ramon Roselly

1 Einleitung

Das Thema des vorliegenden Artikels sind Phraseme in Ramon Rosellys neusten Alben *Träume leben* und *Lieblingsmomente*. Als Erstes werden Begriffe erklärt, die für das Verständnis der Phraseme wie auch für die weitere in dem Artikel beschriebene Untersuchung notwendig sind. Des Weiteren werden die Sprache und Themen des Musikgenres Schlager beschrieben. Zur besseren Einführung ins Thema werden einige Worte auch dem Autor der analysierten Alben gewidmet. Es wird untersucht, ob und wie viele Phraseme es heute in dem Musikgenre Schlager gibt, was sie bedeuten, wie ihre slowenischen Äquivalente lauten – wenn es sie überhaupt gibt. Phraseme werden auch nach semantischen Kriterien in Wortfelder eingeteilt, mit den Äquivalenten in der slowenischen Sprache verglichen und in voll-, teil-, und nicht-idiomatische Phraseme eingeteilt. Schließlich werden die usuellen Varianten und syntaktische Modifikationen behandelt.

Die zentrale These lautet, dass es in den Schlagerliedern viele Modifikationen gibt, aufgrund der Anpassung an den Rhythmus und Reim des Liedes.

Das Ziel ist es, die Verbindung zwischen Phrasemen und der Textsorte zu erforschen und wie Roselly Phraseme in seinen Texten verwendet.

2 Theoretische Vorüberlegungen

2.1 *Phraseme*

Phraseme werden als feste Wortverbindungen definiert, welche aus mindestens zwei Wörtern bestehen, sind mehr oder weniger idiomatisch und fest.

Polylexikalität bedeutet, dass Phraseme aus mehr als einem Wort bestehen, also bilden die untere Grenze mindestens zwei Wörter. Die obere Grenze reicht bis zu kurzen Texten. Einwortphraseme werden von den meisten Phraseologen abgelehnt, weil sie dem Kriterium der Polylexikalität nicht entsprechen. Einige betrachten sie jedoch als Teil der Phraseologie, aber sie müssen, so wie alle anderen Phraseme, die phraseologischen Eigenschaften der Idiomatizität, Lexikalisierung, Reproduzierbarkeit und Stabilität aufweisen. Die Einwortphraseme sind meistens Komposita.

Phraseme müssen das Kriterium der Idiomatizität erfüllen, was bedeutet, dass ihre Komponenten durch die semantischen und syntaktischen Regularitäten

sich nicht völlig erklären lassen. Dieses Merkmal ist unvorhersehbar bzw. zufällig. Laut Burger ist Idiomatizität als „[...] die nicht regulär interpretierbare Gesamtbedeutung“ (1973: 10) zu verstehen. Phraseme lassen sich in voll-, teil- und nichtidiomatische unterteilen. Für die vollidiomatischen (Idiome) gilt, dass keine Komponente des gegebenen Phrasems bei einer externen Verwendung zu seiner Gesamtbedeutung beiträgt. Bei teilidiomatischen Phrasemen gehen Komponenten eines teil-idiomatischen Phrasems in ihrer nicht-übertragenen Bedeutung in die phraseologische Bedeutung ein, obwohl die Basis des Phrasems dabei semantisch bleibt. Mit nichtidiomatischen Phrasemen (Kollokationen) sind die polylexikalischen Formulierungen gemeint, die nach Burger „[...] durch keine (oder nur minimale) semantische Differenzen zwischen phraseologischer und wörtlicher Bedeutung charakterisiert sind“ (2010: 30).

Das wichtigste Merkmal von Phrasemen ist ihre Festigkeit. Darunter versteht man das Vorkommen eines Phrasems in nur einer Kombination von Wörtern, und dessen Gebrauch in genau derselben Form in einer Sprachgemeinschaft.

2.2 *Modifikationen und usuelle Varianten*

Das Merkmal der Festigkeit der Phraseme kann in verschiedenen Verwendungen auch verletzt werden: in den usuellen Variationen/ Varianten oder in den okkasionellen Modifikationen. Es werden besonders diejenigen, die in Liedern vorkommen, theoretisch beleuchtet.

Usuelle Varianten, die in den Liedern vorkommen, sind einige der grammatischen Varianten in einer oder mehreren Komponenten (der Numerus, die Rektion, Gebrauch des Artikels u. a. determinierender Elemente, das Diminutivum, die Art der Negation, die Lautstruktur, der fakultative Charakter einiger Elemente oder eine kürzere und eine längere Variation) (vgl. Fleischer 1997).

Modifikationen beziehen sich auf die Veränderung eines Phrasems, die speziell für die Zwecke eines Textes erstellt wird. Laut Burger wird Modifikation „als ein textbildendes Verfahren aufgefasst, das zwar auf immanenten semantischen, „Potenzen“ des Phrasems beruht, das sich aber nur in konkreten Kontexten manifestiert und nur kontextuell verstehbar wird“ (2015: 162). Es werden zwei Arten von Modifikationen unterschieden: die Modifikationen in der äußeren Form des Phrasems und in der Bedeutung des Phrasems.

Die Modifikationen auf der syntaktischen Ebene sind lexikalische Substitution, Erweiterung, Abtrennung und Verkürzung. Bei der lexikalischen

Substitution wird ein Lexem gegen ein anderes getauscht. Bei der Erweiterung wird ein bestehendes Phrasem durch ein Adjektiv oder Genitiv-Attribut erweitert, aber die Bedeutung bleibt gleich. Bei der Abtrennung wird das Phrasem meist durch Nebensatzkonstruktionen getrennt. Bei der Verkürzung werden eine oder mehrere Komponenten ausgelassen (vgl. Burger 2015: 162 ff.).

3 Vorangehensweise

Die für unsere Studie ausgewählte Methode ist die Korpusanalyse. Die ausgewählten Alben *Träume leben* und *Lieblingsmomente* von Ramon Roselly werden detailliert nach Phrasemen durchgesucht. Bei der Bestimmung von Phrasemen und ihren Bedeutungen haben wir uns mit dem *Redensarten-Index* und *Duden 11* geholfen. Es werden alle Phraseme im weiteren Sinne zur Analyse herangezogen, das heißt, nicht alle sind idiomatisch, aber entsprechen anderen Kriterien der Phraseme wie Festigkeit und Polylexikalität. In den folgenden Tabellen wird eine Auswahl der analysierten Beispiele angezeigt.

4 Ramon Roselly und sein Musikgenre

Ramon Roselly hat sich als moderner Vertreter des deutschen Schlagers etabliert. Der Schlager, eine seit Jahrzehnten populäre Musikrichtung in Deutschland, zeichnet sich durch eingängige Melodien, leicht verständliche Texte und emotionale Themen aus. Rosellys musikalischer Stil ist tief in der Tradition des Schlagers verwurzelt, gleichzeitig aber spiegelt sich seine Authentizität in den Texten wider, die oft von persönlichen Erfahrungen und echten Gefühlen inspiriert sind. Dadurch entsteht eine glaubwürdige und berührende Musik, die Menschen erreicht und berührt.

Ramon Rosellys Lieder sind ein klassisches Beispiel für die Textsorte Schlager. Auf der einen Seite greifen die Lieder oft die Themen wie Liebe, Sehnsucht, Freude, Glück, Hoffnung und das Vermissen eines geliebten Menschen auf. Der Sänger drückt häufig seine Liebe und Bewunderung für eine Person aus. In einigen Liedern steht der Glaube an ewige Liebe im Vordergrund. Auf der anderen Seite vermitteln die Lieder auch die Gefühle wie Schmerz, der die Folge der unerfüllten Liebe ist und Entfremdung in der Liebe bzw. Veränderung in der Beziehung.

Die Sprache in Liedern von Ramon Roselly ist einfach, leicht verständlich, direkt und emotional. Die Sätze sind kurz und einfach. Typisch für die Lieder ist die Sprachökonomie, was bedeutet, dass die Sätze und auch einige Wörter (z. B. *hab*⁶) verkürzt sind. Die Sprache ist sehr bildlich. Die Lieder sind voll von Metaphern (z. B. *Du bist mein Sonnenstrahl am Tag*), manchmal werden auch Vergleiche verwendet (z. B. *Sehnsucht ist so weit wie das Meer*) und andere unkomplizierte rhetorische Figuren. In vielen Liedtexten kommen Reime vor, die den Rhythmus und den Fluss der Lieder unterstützen. Die Reime folgen traditionellen Mustern (z. B. *mir – dir*). Was auch typisch für diese Textsorte ist, sind Wiederholungen in Refrains oder am Ende der Verse. Die erste Person Singular macht die Lieder persönlicher.

5 Ergebnisse

5.1 Phraseme und ihre Bedeutungen

Träume leben

Im Album gibt es 14 Lieder mit 17 verschiedenen Phrasemen, wobei ein Phrasem zweimal vorkommt. Viele sind modifiziert. In vier Liedern gab es keine Phraseme.

Tabelle 1: Phraseme im Album *Träume leben*

	Titel des Liedes	Songtext	Phrasem	Bedeutung
1.	Ich will gern mein Herz verlieren	„Ich will gern mein Herz verlieren Wenn ich dich dabei gewinn“,	<i>sein Herz an jemanden verlieren</i>	‚sich verlieben‘
2.	Bella Vita	Heut umarm ich mit dir die ganze Welt	<i>die ganze Welt umarmen können</i>	‚fröhlich/glücklich sein‘
3.	Komm steig ein	keine Wolke über mir verdirbt den Spaß	<i>jemandem den Spaß verderben</i>	‚jemandem die Freude nehmen; eine Sache vereiteln‘
		Ich werfe Seitenblick zu dir	<i>einen Blick auf jemanden / etwas werfen</i>	‚jemanden / etwas kurz ansehen‘

Lieblingsmomente

Im Album gibt es 13 Lieder. Insgesamt wurden 13 verschiedene Phraseme gefunden, wobei ein Phrasem zweimal vorkommt. Phraseme sind ungleichmäßig verteilt. In sieben Liedern kommen sie vor und in sechs Liedern gibt es keine. In einem Lied gibt es z. B. ein Phrasem und in einem anderen vier. In einigen Liedern gibt es Wiederholungen der Phraseme in Refrains. Die Phraseme sind meistens nicht so lang, was auf die Textsorte des Liedes zurückzuführen ist.

Tabelle 2: Phraseme im Album *Lieblingsmomente*

	Titel des Liedes	Songtext	Phrasem	Bedeutung
1.	Du warst du bist wirst immer sein	Mein Augensterne	<i>ein Augensterne</i>	‚liebevolles Kosewort für die Partnerin / den Partner‘
2.	Komm und bedien dich	Ist nun klipp, ist nun klar	<i>klipp und klar</i>	‚deutlich; ausdrücklich; klar; unmissverständlich‘
3.	Du bist alles was ich will	Gibst du mir deine Liebe nicht, verlier‘ ich den Verstand	<i>den Verstand verlieren</i>	‚verrückt werden; Unsinniges tun‘
4.	So darfst du nicht gehen	Ich bin doch nicht aus Holz	<i>nicht aus Holz sein</i>	‚auf sinnliche Reize reagieren; Gefühle haben‘

5.2 *Äquivalenz und Idiomatizität**Träume leben*

Im Hinblick auf Äquivalente gibt es von den 17 gefundenen Phrasemen für zwei Phraseme keine passenden Äquivalente im Slowenischen. Am häufigsten (neunmal) kommen solche mit Volläquivalenz vor, und bei sechs gibt es solche, die nur teiläquivalent sind.

In Bezug auf Idiomatizität gibt es acht Phraseme, die teildiomatisch sind, fünf, die nicht idiomatisch sind, und vier vollidiomatische Phraseme.

Tabelle 3: Phraseme im Album *Träume leben* im Hinblick auf Kategorie, slowenisches Äquivalent und Idiomatizität

Phrasem	Kategorie	slow. Äquivalent	Äquivalenz	Idiomatizität
<i>der Stimme des Herzens folgen</i>	Gefühle	<i>slediti svojemu srcu/ poslušati svoje srce</i>	teiläquivalent	teildiomatisch
<i>etwas lässt einem keine Ruhe</i>	Geist/Vernunft	nekaj nekomu ne pusti miru	volläquivalent	teildiomatisch
<i>felsenfest</i>	Natur	trden kot skala	teiläquivalent	nicht idiomatisch
<i>die Uhr tickt</i>	Zeit	ura/čas teče	teiläquivalent	vollidiomatisch

Lieblingsmomente

Im Hinblick auf die Kategorisierung nach semantischen Kriterien verbindet sich die Hälfte der Phraseme mit dem romantischen und emotionalen Thema der Lieder.

Bezüglich der slowenischen Äquivalente werden für zwei von den zwölf Phrasemen keine passenden Entsprechungen im Slowenischen gefunden. Fünf Phraseme sind mit der slowenischen Übersetzung volläquivalent und fünf sind teiläquivalent.

In Bezug auf die Idiomatizität sind zwei Phraseme nicht idiomatisch, vier sind teildiomatisch und sechs sind vollidiomatisch.

5.3 Modifikationen

Träume leben

Von insgesamt 17 Phrasemen sind die meisten modifiziert, und zwar elf. Es überwiegen die Verkürzungen (fünf), was auch aufgrund der Textsorte erwartet wird. Der Sprachstil in den Songtexten ist sprachökonomisch, deshalb sind auch die Verkürzungen häufig. In drei Phrasemen kommt einmal Gebrauch des Artikels und anderer determinierender Elemente vor, in zwei Phrasemen Erweiterung und es gibt eine lexikalische Substitution und eine Art der Negation.

Lieblingsmomente

Von insgesamt 13 Phrasemen sind die meisten modifiziert, und zwar neun. Es überwiegen die Verkürzungen (vier), was auch aufgrund des sprachökonomischen Sprachstils erwartet wird. In zwei Phrasemen wird das Modifikationsverfahren der lexikalischen Substitution verwendet und es gibt eine Erweiterung, einen Gebrauch des Artikels und anderer determinierender Elemente sowie eine Relativsatztransformation.

Tabelle 4: Phraseme im Album *Lieblingsmomente* im Hinblick auf Modifikationen und usuelle Varianten

Verkürzung	Lexikalische Substitution	Erweiterung	Gebrauch des Artikels u. a. determinierender Elemente	Relativsatztransformation
den Boden verlieren (den Boden unter den Füßen verlieren)	zu Ende wäre (zu Ende gehen)	ist nun klipp, ist nun klar (klipp und klar)	mein Augenstern (ein Augenstern)	manches Wort, das fiel (ein Wort fällt)

Schlussbemerkungen

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass es auch in Schlagern viele Phraseme gibt. In fast jedem Lied der zwei Alben, die analysiert wurden, gibt es mindestens ein Phrasem. Die meisten waren den slowenischen volläquivalent, viele auch teiläquivalent, es gibt aber auch solche, die im Slowenischen keine Äquivalente haben. In Bezug auf Idiomatizität sind die meisten teil- oder vollidiomatisch, die Sprache in den Liedern ist nämlich sehr bildlich und voll von Metaphern und Symbolen. Die Kategorisierung nach semantischen Kriterien entspricht den Themen von Liedern, die gleichzeitig auch typisch für das Genre sind, z. B. Liebe, Gefühle, Leben ...

Es lässt sich feststellen, dass die These durch die vorliegende Analyse bestätigt wird, denn es gibt sehr viele Phraseme, die modifiziert sind. Das häufigste Verfahren hier ist die Verkürzung, das ist auf das Genre zurückzuführen, weil die Strophen kurz sind und die Phraseme dementsprechend angepasst werden müssen, um passend hineingebaut zu werden. Dann folgen die lexikalische Substitution, Erweiterung, der Gebrauch des Artikels u. a. determinierender

Elemente und weitere. Die Phraseme werden wegen des Rhythmus und der metrischen Einheit, die berücksichtigt werden müssen, modifiziert.

Für eine genauere Analyse und das weitere Erforschen von Phrasemen in Schlagerliedern wäre es interessant, sich noch die Lieder nicht nur anderer Alben, aber auch anderer Sänger anzuschauen bzw. -hören und zu analysieren.

Quellen- und Literaturverzeichnis

- BURGER, Harald (2010): *Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen*. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- BURGER, Harald (2015): *Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen*. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- BURGER, Harald/ JAKSCHE, Harald (1973): *Idiomatik des Deutschen*. Tübingen: M. Niemeyer.
- FLEISCHER, Wolfgang (1997): *Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache*. Tübingen: M. Niemeyer.

Internetquellen

- RAMON Roselly. Erhältlich unter: https://de.wikipedia.org/wiki/Ramon_Roselly (Zugriffsdatum: 1.6.2024).
- Schlager. Erhältlich unter: <https://de.wikipedia.org/wiki/Schlager> (Zugriffsdatum: 1.6.2024).

Deutsche Phraseme in Film- und Musikrezensionen

Anja Ivančič, Aleks Šmid

Povzetek

Temeljno vprašanje članka je, ali se frazemi v filmskih in glasbenih recenzijah razlikujejo, in če se, v kolikšni meri. Poudarek je predvsem na deležu frazemov v obeh korpusih in tematskih področjih, s katerimi so posamezni frazemi povezani. V prvem delu raziskave smo na kratko opisali značilnosti frazemov in recenzij, temu pa sledi empirični del oziroma razprava, kjer sva primerjala rezultate.

Ključne besede: frazeologija, frazem, filmske recenzije, glasbene recenzije, tematska področja

Schlüsselwörter: Phraseologie, Phrasem, Filmrezensionen, Musikrezensionen, Wissensstrukturen

1 Einleitung

In diesem Beitrag untersuchen wir Differenzen und Gemeinsamkeiten des Phrasengebrauchs in Film- und Musikrezensionen. Dabei konzentrieren wir uns vor allem auf den Anteil der Phraseme in den beiden Korpora und an den Bereich bzw. an die kulturellen Wissensstrukturen, mit denen einzelne Phraseme verbunden sind (vgl. Piirainen 2012). Die beiden Textsorten werden verglichen, weil sie im Prinzip ähnlich sind – es geht um Rezensionen der Kunstwerke. Die Hypothese ist, dass es zwischen den Phrasemen in Film- und Musikrezensionen keine großen Unterschiede gibt.

Um die Hypothese zu überprüfen, sammeln wir zuerst Film- und Musikrezensionen und bilden ein Textkorpus. Anschließend werden alle Phrasemen in den Texten identifiziert, ausgeschrieben und analysiert. Im ersten Teil dieses Beitrags beschreiben wir kurz die Merkmale der Phraseme und die Merkmale der Rezensionen. Nach der Darstellung der Methodologie folgen der empirische Teil und die Diskussion, wo Ergebnisse einem Vergleich unterzogen werden.

2 Theoretischer Teil

2.1 *Phraseme*

Es ist schwer festzulegen, was exakt zu den Phrasemen gezählt wird, denn auch Wörter wie *teelöffelweise* haben eine übertragene Bedeutung genau wie Phraseme. Eine weitere Problematik bei Phrasemen sind ihr regionaler Gebrauch sowie der Fakt, dass sie im Laufe der Zeit verändert und in manchen Fällen sogar nicht mehr gebraucht werden. Aus diesen Gründen folgt eine Aufistung der „klassischen“ Eigenschaften von Phrasemen. Nach Burger (vgl. 2010: 14) kennen wir zwei Bereiche der Phraseologie. Phraseologie im weiteren Sinne hat zwei Kriterien für Phraseme: Polylexikalität und Festigkeit. Der zweite Bereich ist die Phraseologie im engeren Sinne, diese gibt noch ein weiteres Kriterium für Phraseme vor, die Idiomatizität. Unser Beitrag bezieht sich auf die Phraseologie im engeren Sinne. Auch das Kriterium der Lexikalisierung, das von Palm genannt wird (1997: 36), wird in diesem Beitrag berücksichtigt.

2.2 Rezensionen als Textsorte

Rezensionen sind Texte, in denen man seine Meinung über ein Werk äußert. Diese Werke können Romane, Filme, Theaterstücke, Liedersammlungen, Musikalben usw. sein. Dabei wird die Meinung des Verfassers durch Argumente und Beispiele unterstützt und bezieht sich auch auf die gattungsspezifischen Merkmale des Werkes. Die Funktion, anders gesagt, die Absicht solcher Texte ist es, die Leser "dazu anzuregen, sich mit einem bestimmten künstlerischen Werk auseinanderzusetzen"¹ und auch den Lesern das Werk weiterzuempfehlen oder es abzuraten. Als solche können Rezensionen auch die Meinung der Lesenden beeinflussen. Rezensionen sind in einer interessanten Weise geschrieben und enthalten oft viele Stilmittel, wie Ironie, rhetorische Fragen, Metaphern und Phraseme, außerdem sind Zitate und Fotos sehr üblich. Man kann sie in den Printmedien finden, heutzutage jedoch noch leichter auf verschiedenen Internetseiten und auf sozialen Medien (vgl. ebd.).

3 Empirischer Teil

3.1 Methodologie

In unserem Beitrag stellten wir die Hypothese auf, dass sich der Anteil der Phraseme und die Bereiche, aus denen Phraseme stammen, in Film- und Musikrezensionen nicht stark voneinander unterscheiden. Zuerst suchten wir nach Rezensionen im Internet und bildeten zwei Korpora für die beiden Typen von Rezensionen. Danach markierten wir alle Phraseme, die in den Texten vorkommen, und schrieben sie heraus. Bei der Bestimmung der Phraseme halfen wir uns mit der Internetseite *Redensarten-Index.de* und mit *Duden 11*. Dann bestimmten wir noch den Bereich bzw. die kulturellen Wissensstrukturen, mit denen einzelne Phraseme verbunden sind, und überprüften, wie stark sie sich in den beiden Korpora unterscheiden. Außerdem verglichen wir statistisch das Vorkommen der Phraseme, d. h. wie oft sie in den Texten vorkommen.

1 Rezension. Smarter.de (smarter.de/schule/deutsch/textproduktion/rezension/; Zugriff: 13. 5. 2024)

3.2 Phraseme in Musikrezensionen

Unser Korpus der Musikrezensionen besteht aus 7 Rezensionen (insgesamt 7396 Wörtern) von verschiedenen Musikalben, die auf der Internetseite *Laut.de* zu finden sind und von verschiedenen Autoren verfasst wurden. Die einzelne Rezension ist durchschnittlich 1050 Wörter lang. Im gesamten Korpus gibt es 37 Phraseme, die entweder in der gleichen lexikalisierten Form wie auf der Seite *Redensarten-Index.de* stehen oder eine sehr ähnliche Form haben. Durchschnittlich gibt es also 5 bis 6 Phraseme in einem Text, das heißt ungefähr ein Phrasem pro 200 Wörter. Es gibt 28 Phraseme, die in der gleichen Form wie auf *Redensarten-Index.de* in Texten vorkommen und 9 Phraseme, die bis zu einem bestimmten Maß modifiziert wurden. Das sind z. B.:

- *sich aus der Versenkung zurückmelden* (Originalform: *aus der Versenkung auftauchen*)
- *ein Zeigefinger erheben* (Originalform: *mit erhobenen Zeigefinger*)
- *etw. zur Seite schaufeln* (Originalform: *etw. zur Seite schaffen*)
- *ein schillerndes Licht auf etw. scheinen* (Originalform: *ein Licht auf etw. werfen*)

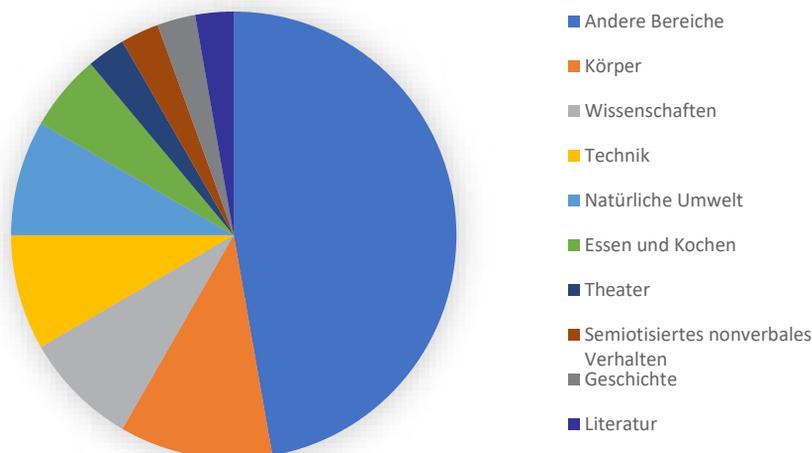
Es ist auch zu betonen, dass im Korpus nur ein Phrasem wiederholt wird (*etw. an den Nagel hängen*), alle anderen kommen nur einmal vor.

Die meisten Phraseme werden aus den folgenden Wissenstrukturen bzw. Bereichen hergeleitet:

- Körper (4 Phraseme), z. B. *jmdm. das Herz brechen, unter die Haut gehen*
- Wissenschaften (3 Phraseme), z. B. *Fahrt aufnehmen, sich neu erfinden*
- Technik (3 Phraseme), z. B. *ein schillerndes Licht auf etw. scheinen*
- natürliche Umwelt (3 Phraseme), z. B. *etw. in den Schatten stellen*

Bei der ersten Kategorie gibt es also die größte Zahl der Phraseme, bei den anderen kommen drei Phraseme vor. Es gibt noch einen Bereich, wo zwei Phraseme zu finden sind, und zwar den Bereich „Essen und Kochen“. Ein Phrasem erscheint auch in den Bereichen „Theater“, „semiotisiertes nonverbales Verhalten“, „Geschichte und Literatur“. 17 Phraseme sind jedoch schwer zu kategorisieren und bilden zusammen die größte Gruppe: „Phraseme aus anderen Bereichen“.

Diagramm 1: Wissensstrukturen bzw. Bereiche in Musikrezensionen



3.3 Phraseme in Filmrezensionen

Das Korpus von Filmrezensionen besteht aus 9 Rezensionen und umfasst 7035 Wörter. 7 Rezensionen stammen zufälligerweise von Oliver Armknecht und 2 Rezensionen von Rouven Linnarz. Die Rezensionen wurden zu Filmen aus verschiedenen Filmgenres verfasst. Durchschnittlich beträgt die Länge einer Rezension 781 Wörter. Im gesamten Korpus sind 63 Phraseme vorhanden, die entweder in der gleichen lexikalisierten Form wie auf der Seite *Redensarten-Index.de* vorkommen oder Ähnlichkeiten zu diesen aufweisen. Im Durchschnitt sind also 9 Phraseme in einem Text zu finden. Ein Phrasem kommt im Schnitt pro 111 Wörter vor.

39 Phraseme sind in der gleichen Form in den Texten vertreten, wie sie auf der Plattform *Redensarten-Index.de* zu finden sind. Die übrigen, also 24 Phraseme, sind auf verschiedene Weisen modifiziert. Zu diesen gehören z. B.:

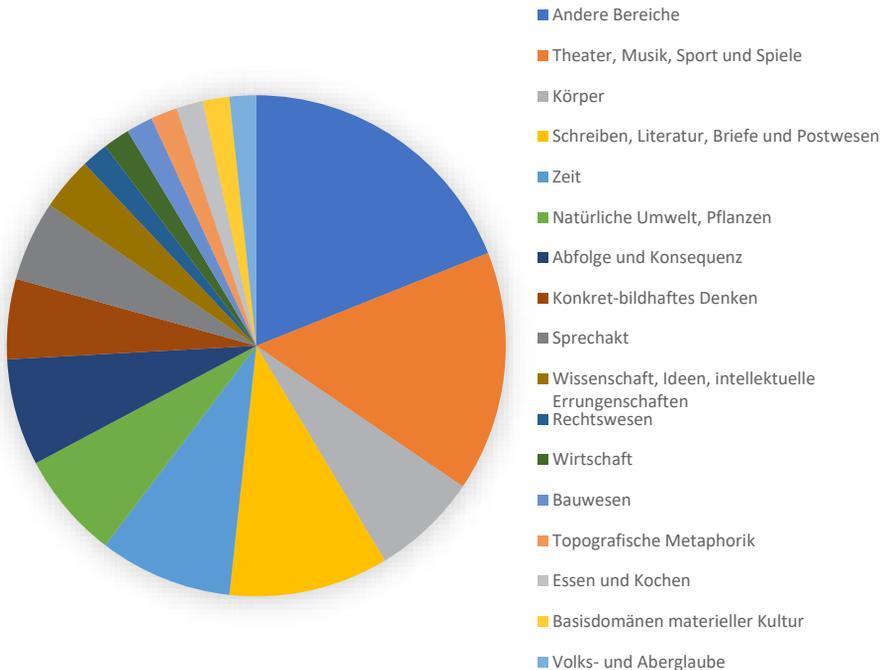
- *eine kleine Rolle spielen* (Originalform: *keine Rolle spielen*)
- *nicht durch Einfallsreichtum glänzen* (Originalform: *durch Abwesenheit glänzen*)
- *eine eigene Handschrift vermissen* (Originalform: *jemandes Handschrift tragen*)
- *sich auf einem stimmungsvollen Setting und Jumpscare ausruhen* (Originalform: *sich auf seinen Lorbeeren ausruhen*)
- *in jedem Falle* (Originalform: *auf jeden Fall*)

Im Korpus wiederholen sich die Phraseme *mit der Zeit*, *auf hoher See* sowie *sich in Grenzen halten*, alle einmal. Alle anderen werden nicht wiederholt.

Die meisten Phraseme werden aus den folgenden Wissenstrukturen bzw. Bereichen hergeleitet:

- andere Bereiche (11 Phraseme), z. B. *nicht erste Wahl sein* oder *mit von der Partie sein*
- Theater, Musik, Sport und Spiele (9 Phraseme), z. B. *hinter den Kulissen* oder *leichtes Spiel haben*
- Schreiben, Literatur, Briefe und Postwesen (6 Phraseme), z. B. *in Anführungszeichen setzen* oder *eine eigene Handschrift vermissen*
- Zeit (5 Phraseme), z. B. *ein Rennen gegen die Zeit* oder *auf der Höhe der Zeit sein*

Diagramm 2: Wissensstrukturen bzw. Bereiche in Filmrezensionen



In den meist vorkommenden Bereichen sind 31 der 63 Phraseme vertreten, also knapp die Hälfte aller Phraseme. Die weiteren Ergebnisse zeigen, dass der fünfte Platz von den Bereichen „Körper“ sowie „natürliche Umwelt, Pflanzen“ geteilt wird, mit jeweils 4 Phrasemen. Es folgen die Bereiche „konkret-bildhaftes Denken und Sprechakt“ mit 3 Phrasemen. Danach kommt der Bereich „Wissenschaft, Ideen, intellektuelle Errungenschaften“ mit 2 Phrasemen. Das Schlusslicht bilden die Wissensstrukturen „Rechtswesen“, „Bauwesen“, „topografische Metaphorik“, „Essen und Kochen“, „Basisdomänen materieller Kultur“, „Volks- und Aberglaube“ und „Wirtschaft“ mit je einem Phrasem.

Zusammenfassung

In dieser Studie wurde untersucht, ob sich Phraseme in Film- und Musikrezensionen unterscheiden und wenn das der Fall ist, inwiefern sie sich unterscheiden. Dabei konzentrierten wir uns vor allem auf den Anteil der Phraseme in den beiden Korpora und auf den Bereich oder an die kulturellen Wissensstrukturen, mit denen einzelne Phraseme verknüpft sind. Die anfangs aufgestellte Hypothese, dass es zwischen den Phrasemen in Film- und Musikrezensionen keine großen Unterschiede gibt, ist widerlegt, da erstens mehr Phraseme in Filmrezensionen gefunden wurden und zweitens die einzige Ähnlichkeit, die die Phraseme hinsichtlich „Bereich bzw. Wissensstrukturen“ aufweisen, ist jene, dass am meisten Phraseme in der Kategorie „andere Bereiche“ vorkommen. Alle anderen Bereiche ebenfalls Wissensstrukturen unterscheiden sich voneinander. Es wurden insgesamt 37 Phraseme in den Musikrezensionen gefunden, in denen es durchschnittlich 5 bis 6 Phraseme pro Text gibt. Bei den Filmrezensionen hingegen wurden 63 Phraseme identifiziert, somit befinden sich durchschnittlich 9 Phraseme in einer Filmrezension. Die Bereiche anders auch Wissensstrukturen, denen die meisten Phraseme bei Musikrezensionen zugeordnet wurden, waren:

- Körper (4 Phraseme),
- Wissenschaften (3 Phraseme),
- Technik (3 Phraseme) und
- natürliche Umwelt (3 Phraseme).

Wogegen die am meisten vertretenen Bereiche bzw. Wissensstrukturen bei Filmrezensionen folgende waren:

- Theater, Musik, Sport und Spiele (9 Phraseme),
- Schreiben, Literatur, Briefe und Postwesen (6 Phraseme),
- Zeit (5 Phraseme) sowie
- Körper (4 Phraseme) und
- natürliche Umwelt, Pflanzen (4 Phraseme).

Woran das liegen mag, ist eine Frage für eine weitere Forschung. Es könnte schlicht am Schreibstil der Autoren liegen. Aber vermutlich ist es tiefgründiger als das. Dass die Wissenstrukturen „Theater, Musik, Sport und Spiele“ sowie „Schreiben, Literatur, Briefe und Postwesen“ bei Filmrezensionen häufiger vorkommen als bei Musikrezensionen, könnte mit der Verwobenheit des Theaters, des Films und der Literatur zusammenhängen. Bei beiden Rezensionstypen kommen jedoch die Bereiche „Körper“ und „natürliche Umwelt“ häufig vor. Ein Grund dafür könnte sein, dass Komponenten, die den Körper und die Natur betreffen, allgemein häufig in Phrasemen vorkommen, weil sie so konkret und bildhaft sind.

Quellen- und Literaturverzeichnis

- BURGER, Harald (2015): *Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen*. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- DUDEN (2013): *Redewendungen: Wörterbuch der deutschen Idiomatik*. Berlin: Dudenverlag.
- PALM, Christine (1995): *Phraseologie. Eine Einführung*. Tübingen: Gunter Narr Verlag Tübingen.
- PIIRAINEN, Elisabeth (2012): Manifestation von Kultur in der Phraseologie: ein Ansatz zur Beschreibung weit verbreiteter Idiome. In: N. Filatkina; B. U. Münch; A. Kleine-Engel (Hrsg.): *Formelhaftigkeit in Text und Bild*. Wiesbaden: Reichert Verlag, 387–401.

Internetquellen

- Lexikon für Redensarten, Redewendungen, idiomatische Ausdrücke und feste Wortverbindungen. Erhältlich unter: <https://www.redensarten-index.de/suche.php> (Zugriffsdatum: 14.5.2024).
- Rezension. Smarter.de. Erhältlich unter: smarter.de/schule/deutsch/textproduktion/rezension/ (Zugriffsdatum: 13.5.2024).
- Armknecht, Oliver (2023): The Nun II. Erhältlich unter: <https://www.film-rezensionen.de/2023/09/the-nun-ii/> (Zugriffsdatum: 3.5.2024).
- Armknecht, Oliver (2023): PAW Patrol: Der Mighty Kinofilm. Erhältlich unter: <https://www.film-rezensionen.de/2023/09/paw-patrol-der-mighty-kinofilm/> (Zugriffsdatum: 3.5.2024).

- Armknecht, Oliver (2024): Damsel. Erhältlich unter: <https://www.film-rezensionen.de/2024/03/damsel/> (Zugriffsdatum: 3.5.2024).
- Armknecht, Oliver (2024): Beyond White Space – Dunkle Gefahr. Erhältlich unter: <https://www.film-rezensionen.de/2024/03/beyond-white-space-dunkle-gefahr/> (Zugriffsdatum: 3.5.2024).
- Armknecht, Oliver (2024): Der Fall Marianne Voss. Erhältlich unter: <https://www.film-rezensionen.de/2024/03/der-fall-marianne-voss/> (Zugriffsdatum: 3.5.2024).
- Armknecht, Oliver (2024): Drifting home. Erhältlich unter: <https://www.film-rezensionen.de/2024/03/drifting-home/> (Zugriffsdatum: 3.5.2024).
- Armknecht, Oliver (2024): Hate to Love: Nickelback. Erhältlich unter: <https://www.film-rezensionen.de/2024/03/hate-to-love-nickelback/> (Zugriffsdatum: 3.5.2024).
- Linnarz, Rouven (2024): Kurze Begegnungen. Erhältlich unter: <https://www.film-rezensionen.de/2024/03/kurze-begegnungen/> (Zugriffsdatum: 3.5.2024).
- Linnarz, Rouven (2023): Oppenheimer. Erhältlich unter: <https://www.film-rezensionen.de/2023/07/oppenheimer/> (Zugriffsdatum: 3.5.2024).
- Bayer, Josephine Maria (2024): Metamorphose vom Dandy-Pop-Star zum Songwriter-Philosophen. Erhältlich unter: <https://www.laut.de/Cat-Stevens/Alben/Tea-For-The-Tillerman-39507> (Zugriffsdatum: 3.5.2024).
- Benassi, Giuliano (2024): Als der Stein ins Rollen kam. Erhältlich unter: <https://www.laut.de/Bob-Dylan/Alben/Highway-61-Revisited-44776> (Zugriffsdatum: 3.5.2024).
- Cordas, Alexander (2024): Wer die nicht kennt, sollte sich was schämen! Erhältlich unter: <https://www.laut.de/Creedence-Clearwater-Revival/Alben/Chronicle,-Vol.1-106685> (Zugriffsdatum: 3.5.2024).
- Hartleib, Anastasia (2024): Der König des Soul verändert die Musikgeschichte. Erhältlich unter: <https://www.laut.de/Ray-Charles/Alben/Modern-Sounds-In-Country-And-Western-Music-119977> (Zugriffsdatum: 3.5.2024).
- Hartleib, Anastasia (2024): Eine Frau mit Dämonen. Eine wahnsinnig gute Sängerin. Erhältlich unter: <https://www.laut.de/Etta-James/Alben/At-Last!-73889> (Zugriffsdatum: 3.5.2024).
- Johannesberg, Stefan (2024): Sonnige Midtempo-Groover voller Sehnsucht und Optimismus. Erhältlich unter: <https://www.laut.de/Bob-Seger/Alben/Against-The-Wind-108303> (Zugriffsdatum: 3.5.2024).
- Klug, Alex (2024): Der leidende Künstler. Erhältlich unter: <https://www.laut.de/Leonard-Cohen/Alben/Songs-Of-Love-And-Hate-40362> (Zugriffsdatum: 3.5.2024).

Deutsche Phraseme in der Automobilwerbung

Ana Miladinović, Nuša Šeruga, Evelina Virag

Povzetek

V članku je predstavljenih in analiziranih 10 izbranih avtomobilskih oglasov v nemškem jeziku v različnih časovnih obdobjih. Na podlagi analize izbranih frazemov smo skušali ugotoviti njihovo rabo, morebitne prenovitve ter sobesedilno okolje. Korpus sestavljajo reklamni plakati z nemške spletne strani brand-history.

Ključne besede: frazemi, frazeologija, modifikacije, oglasi, avtomobilski oglasi

Schlüsselwörter: Phraseme, Phraseologie, Modifikationen, Werbungen, Autowerbungen

1 Einleitung

In unserem Beitrag haben wir uns auf Phraseme in Autowerbungen konzentriert, da das Thema Werbungen allgemein zu umfangreich war. Phraseme sind feste Wortverbindungen und ein fester Bestandteil unseres Lebens, deshalb fanden wir dieses Thema sehr interessant. Unsere Recherche nach Werbeanzeigen umfasste sowohl neue als auch ältere Werbungen, da der Vergleich über die Jahre für uns von besonderem Interesse war. Wir suchten gezielt nach Werbungen, die Phraseme oder abgewandelte Formen davon enthielten. Diese wurden dann analysiert und kommentiert.

Das Ziel unserer Untersuchung war es, Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen verschiedenen Autowerbungen zu identifizieren. Eine Herausforderung war es, geeignete Phraseme zu finden, da die Menge der veröffentlichten Autowerbungen über die Jahre sehr groß ist. Bei der Analyse konzentrierten wir uns auf die verschiedenen Arten der Modifikationen der Phraseme und die Konzepte, in denen sie verwendet wurden.

2 Theoretischer Teil

2.1 *Modifikation*

Bei den Veränderungen von Phrasemen kommt es zu einer inhaltlichen und formalen Modifikation. Diese Modifikationen treten sowohl auf syntaktischer als auch semantischer Ebene auf. Auf der semantischen Ebene kann die Bedeutung der Phraseme verändert werden, während syntaktisch die Wortreihenfolge oder einzelne Komponenten verändert werden. Solche Veränderungen sind durchaus nachvollziehbar, da Phraseme in der Sprache verwendet werden, um Dinge auf eine alternative Weise auszudrücken. Deshalb können Phraseme gelegentlich angepasst werden, um besser zu einer bestimmten Situation zu passen. Besonders häufig tritt dies in Werbungen auf. Durch die Modifikationen soll die Aufmerksamkeit der Leser oder Kunden geweckt und das Interesse an einem Produkt gesteigert werden. Die häufigsten Formen der Modifikation sind Substitution, Verkürzung und Erweiterung von Phrasemen. Diese drei Verfahren bilden die Grundprinzipien der phraseologischen Modifikation. Um die Modifikationen leichter zu unterscheiden, werden sie in zwei Gruppen unterteilt. Die erste Gruppe umfasst die syntaktischen Modifikationen (lexikalische Substitution, Erweiterung, Determinativkomposition, Abtrennung, Verkürzung...), bei denen die äußere Struktur des Phrasems

verändert wird. Die zweite Gruppe (Wechsel von positiver zu negativer Konnotation und umgekehrt, Verletzung der Selektionsbeschränkungen, Motivierung, Polysemantisierung,) umfasst die semantischen Modifikationen, bei denen die Bedeutung der Phraseme verändert wird (vgl. Mažgon 2019: 9).

3 Phraseme in der Werbung

3.1 Werbung

Unter Werbung versteht man meist Produktwerbungen, die den Zweck erfüllen die beworbenen Sachen bekannt zu machen. Dabei ist nicht nur das Produkt, das beworben wird, wichtig, sondern auch der Kunde, der angesprochen werden muss. Menschen werden sowohl direkt als auch indirekt dazu bewegt, etwas bestimmtes, um was beworben wird, in Betracht zu ziehen, darüber nachzudenken oder es zu kaufen. Das heißt, eine Werbung ist ein absichtlicher Versuch der Beeinflussung und Begeisterung. Eine Werbung muss dafür gut durchdacht und strukturiert sein (vgl. Janich 2010:18).

3.2 Werbeplakate

Werbeplakate sind grafische Werbemittel für Produkte, Dienstleistungen oder Veranstaltungen, die visuelle und textliche Komponenten kombinieren, um ansprechende und intelligente Werbebotschaften zu schaffen. Sie sollen beim Betrachter sofort Interesse wecken und Emotionen auslösen.¹

3.3 Phraseme in der Werbung

Nach Janich (2010:45) werden Phraseme häufig in Werbungen verwendet, um Aufmerksamkeit zu erregen, sie sind oft einprägsam und auffällig, was dazu führt, dass sie im Gedächtnis bleiben und für den Betrachter interessant erscheinen. Durch die Verwendung von Phrasemen wird nicht nur die Aufmerksamkeit des Betrachters geweckt, sondern auch das Produkt hervorgehoben. Dabei werden bestimmte Eigenschaften durch Phraseme oder angepasste Phraseme hervorgehoben. Phraseme können eine emotionale Reaktion hervorrufen und eine Verbindung zum Publikum herstellen, was zu einer größeren Beliebtheit der Marke und zu höheren Verkaufszahlen führt.

1 Vgl. <https://www.crossvertise.com/werbeplakate/werbeplakat-gestaltung> (Zugriffsdatum: 2.5.2024).

4 Methodischer Teil

Zu Beginn haben wir Phraseme gesammelt, die wir später analysiert haben. Dafür haben wir im Internet, in Zeitschriften und in verschiedenen Werbeanzeigen nach Phrasemen gesucht, wobei wir die meisten auf der Website *brand-history.com* gefunden haben. Anschließend haben wir diese Phraseme auf den Seiten *redensarten-index.de/suche.php*, *sprichwort-plattform.org/* und im Wörterbuch *DUDEN 11* überprüft und uns dort auch mit deren Bedeutungen auseinandergesetzt. Basierend auf den Definitionen und Beschreibungen der Modifikationen haben wir herausgefunden, welche Art von Modifikation vorgenommen wurde. In unseren Kommentaren haben wir die Verwendung der Phraseme genauer beschrieben und die jeweiligen Modifikationen erläutert.

4.1 Phraseme in Automobilwerbungen

1. „Die Stadt steht ihnen offen.“



Nennform: *jmdm. steht die ganze Welt offen*

Paraphrase: 'alle Möglichkeiten haben'²

Modifikation: lexikalische Substitution

Kommentar: Das Werbeplakat von BMW wirbt für die neuen Diesel-Motoren. Hier wird dargestellt, dass die Motoren auch für die Stadt geeignet sind, weil sie eine geringe Anzahl von Gasen ausstoßen. Hier wurde die Komponente des Phrasems *Welt* durch ein neues Wort *Stadt* ersetzt. Dies bewirkt, dass der Slogan bekannt vorkommt und im Gedächtnis bleibt. Bei der lexikalischen Substitution wird ein Wort oder werden mehrere Wörter des Phrasems durch ein anderes Wort oder durch mehrere anderen Wörter ausgetauscht. Diese Modifikation kann ein Phrasem, das einem sehr bekannt ist, zu einem ganz neuen und fremden Phrasem oder auch einen ganz anderen Satz machen (vgl. Balsliemke 2001: 69).

2 Paraphrasen bzw. Bedeutungsbeschreibungen der Phraseme in allen Belegen sind dem Wörterbuch *redensarten-index* oder *DUDEN 11* entnommen.

2. „Das Auto spannt die Pferde aus.“



Nennform: *jemandem die Freundin/ den Freund/ den Mann/ die Frau ausspannen*

Paraphrase: ´jemandem die Freundin / den Freund wegnehmen; jemandem den Mann / die Frau abspenstig machen´

Modifikation: lexikalische Substitution

Kommentar: Das erste Auto war Mercedes-Benz. Davor waren die häufigsten Bewegungsmittel Pferde. Als das Auto auf den Markt kam, war es eine „Konkurrenz“ für die Pferde, also spannte es die Pferde aus. Der Mercedes-Benz nahm den Pferden ihre Rolle und brachte eine Revolution in die Mobilität ein. Bei diesem Phrasem wurde die Komponente *die Freundin/der Freund...* mit den *Pferden* ausgetauscht.

3. „Weil man manchmal neben der Spur ist.“



Nennform: *neben der Spur sein/fahren*

Paraphrase: ´unkonzentriert, geistig erschöpft´

Modifikation: Polysemantisierung

Kommentar: Die Werbung von Ford werbt für das neue Auto mit der Funktion die Spur einzuhalten. Bei dieser Werbung wird auf die Doppeldeutigkeit des Phrasems *neben der Spur sein* hingedeutet. Einerseits bedeutet es, dass man verwirrt, unkonzentriert ist, andererseits, dass das Auto die Funktion hat es zu merken, wenn man ohne Blinker die Spur wechseln will, er hilft dabei, dass man auf der richtigen Spur bleibt und nicht über die Mittellinie fährt. Balsliemke (2001: 76) beschreibt diese Modifikation als folgt: „Beide Bedeutungsebenen, die phraseologische und die wörtliche, werden bewusst aktualisiert und gleichermaßen nahegelegt.“ Das bedeutet, dass die Elemente des Phrasems auf mehreren Ebenen verstanden werden können.

4. „Einer muss in Führung gehen.“



Nennform: *in Führung gehen*

Paraphrase: 'bei einem Wettbewerb vorne liegen'

Modifikation: keine Modifikation

Kommentar: Das Werbeplakat von BMW wirbt für sein Auto mit dem Phrasem *in Führung gehen*. Durch das Benutzen des Phrasems betont der Hersteller, dass seine Autos die besten sind. Sie sind innovativ und technologisch an der Spitze. Durch das Verwenden des Phrasems schafft BMW eine kraftvolle und positive Assoziation mit der Marke, hebt ihre Führungsrolle in der Automobilindustrie hervor und stärkt das Vertrauen der Kunden.

5. „Der kommt ganz Groß raus.“



Nennform: *groß rauskommen*

Paraphrase: 'bekannt/ berühmt / beliebt werden; Erfolg haben'

Modifikation: Polysemantisierung

Kommentar: Die Werbung für die Automarke Fiat verwendet das Phrasem *groß rauskommen*, um für seine kleinere Modelle zu werben. *Groß rauskommen* bedeutet, dass jemand oder etwas erfolgreich wird und einen starken Eindruck hinterlässt. Trotz seiner geringen Größe ist dieses Auto groß genug, um alle Anforderungen des Kunden zu erfüllen. Das Phrasem verweist auf den Ruhm, den dieses Auto aufgrund seiner hervorragenden Verarbeitung erlangen wird.

6. „Wo ein Q ist, ist auch ein Weg.“



Nennform: *Wo ein Wille ist, ist auch ein Weg*

Paraphrase: ‘wenn man etwas wirklich will, dann findet sich auch eine Lösung; mit einem starken Willen kann man viel erreichen‘

Modifikation: lexikalische Substitution

Kommentar: Das Werbeplakat von Audi wirbt für das Q Model. Man sieht, wie ein Q Audi am Rand der Straße steht. Das Phrasem *Wo ein Wille ist, ist auch ein Weg* wurde modifiziert mit dem Austausch der Komponente *Wille* mit dem *Q*. Das soll die Käufer davon überzeugen, dass das Q Model auf jedem Weg fahren kann.

7. „Selbst der Wind hält den Atem an, wenn er an ihm vorbeizieht.“



Nennform: jmdn., etw. in Atem halten

Paraphrase: ‘jmdn., etw. in Spannung halten, nicht zur Ruhe kommen lassen‘

Modifikation: Erweiterung

Kommentar: Die Werbung ist für den Audi A5 Coupe. Der Slogan suggeriert, dass das Fahrzeug so aerodynamisch und effizient ist, dass selbst der Wind seine Bewegung bemerkt. Es erzeugt das Bild eines Autos, das so schnell und kraftvoll ist, dass es selbst Naturkräfte beeindruckt.

8. „Ein Erfolg kommt selten allein“



Nennform: *Ein Unglück kommt selten allein*

Paraphrase: ‘unerwünschte Ereignisse treten häufig gleichzeitig ein‘

Modifikation: lexikalische Substitution

Kommentar: Das Werbeplakat von Opel wirbt für den Opel Manta und Opel Manta CC. Der Slogan weist darauf hin, dass Opel nicht nur ein erfolgreichen Manta-Modell hat, sondern dass dieser Erfolg durch ein weiteres Modell, den Manta CC, ergänzt wird. Es drückt aus, dass gute Dinge oft gemeinsam passieren oder dass ein Erfolg oft zu weiteren Erfolgen führt.

9. „Gebaut, um den Atem zu rauben.“



Nennform: *jemandem den Atem rauben*

Paraphrase: ‘jemanden sprachlos machen; überwältigt werden‘

Modifikation: Erweiterung

Kommentar: Das Werbeplakat wirbt für BMW. Es enthält die Erweiterung des Phrasems *jemandem den Atem rauben*. Dieses Phraseme wird verwendet, um auszudrücken, dass etwas so beeindruckend oder faszinierend ist, dass es jemandem den Atem verschlägt.

10. „Luftsprünge vor Freude.“



Nennform: einen Luftsprung machen;
Luftsprünge machen

Paraphrase: ‚sich freuen; begeistert sein;
jubeln; vor Freude in die Luft springen‘

Modifikation: Polysemantisierung

Kommentar: In dem Werbeplakat kann man die wortwörtliche Bedeutung des Phrasems erkennen, da ein Auto wirklich in die Luft springt. Es unterstreicht die Idee, dass der Fiat 124 nicht nur ein Auto ist, sondern auch eine Quelle der Freude und Begeisterung. Die Bedeutung ‚sich freuen‘ wird durch die Ergänzung *vor Freude* nur noch bestätigt.

5 Ergebnisse der Analyse

Wir haben insgesamt 10 Werbungen mit verschiedenen Phrasemen gesammelt. Ein Phrasem weist keine Modifikation auf, es wurde also in der lexikalisierten Form verwendet, wie es im Wörterbuch steht. Die anderen neun Phraseme waren modifiziert. Die meisten Modifikationen gehörten zur Gruppe der lexikalischen Substitution (vier Belege). Die nächste Gruppe war Polysemantisierung, mit drei Belegen auf den Werbeplakaten. Modifikationen wie Erweiterung kam in den Werbeplakaten nur zweimal vor.

Die Ergebnisse unserer Untersuchung weisen darauf hin, dass es bei Werbegestaltern populär ist, Phraseme zu modifizieren, da knapp 90 % der Werbeplakate ein modifiziertes Phrasem enthalten. Zu den beliebtesten Arten von Modifikationen gehören die lexikalische Substitution mit 40 % und die Polysemantisierung mit 30 %. Zu den weniger beliebten gehört die Erweiterung mit 20 %.

Zusammenfassung

In unserem Beitrag haben wir die Verwendung von Phrasemen in der Werbung untersucht. Dabei wurde festgestellt, dass 90 % der gefundenen Phraseme modifiziert und 10 % in der lexikalisierten Form verwendet wurden. Die häufigsten Modifikationsarten waren lexikalische Substitution und Polysemantisierung. Besonders bemerkenswert ist, dass renommierte Automarken wie BMW, Audi und Mercedes-Benz häufiger Phraseme in ihren Werbungen nutzen. Zudem werben Automarken mit Sitz in Deutschland häufiger in deutscher Sprache als andere Marken. Die Ergebnisse zeigen eine klare Präferenz für modifizierte Phraseme in der Automobilwerbung.

Quellen- und Literaturverzeichnis

- BALSILIEMKE, Petra (2001): *Da sieht die Welt schon anders aus. Phraseologismen in der Anzeigewerbung: Modifikation und Funktion in Text-Bild-Beziehungen. Phraseologie und Parömiologie; Bd. 7.* Baltmannsweiler: Schneider Verlag Hohengehren.
- BURGER, Harald/ BUGHOFER, Annelies/ SIALM, Ambros (1982): *Handbuch der Phraseologie.* Berlin; New York: de Gruyter.
- JANICH, Nina (2010): *Werbesprache.* Ein Arbeitsbuch, Tübingen.
- MAŽGON Luka (2019): *Vorkommen und Funktionen der Phraseme in der deutschsprachigen Werbung.* Magistrsko delo. Ljubljana: Filozofska fakulteta.

Internetquellen

- Crossvertise. Erhältlich unter: <https://www.crossvertise.com/werbeplakate/werbeplakatgestaltung> (Zugriffsdatum: 2.5.2024)
- Redensarten-Index. Erhältlich unter: <https://www.redensarten-index.de/suche.php>; (Zugriffsdatum: 2.5.2024)
- Sammlung der Marken und der Werbung. Erhältlich unter brand-history.com (Zugriffsdatum: 10.6.2024)
- SprichWort-Plattform. Erhältlich unter: <http://www.sprichwort-plattform.org/sp/Sprichwort> (Zugriffsdatum: 8.5.2024)

Kontrastive Analyse der Verwendung von Phrasemen in Werbeslogans im internationalen Marketing auf Basis des OWID-Portals

Ana Piber Rant, Ida Piber Rant

Povzetek

V članku so predstavljeni rezultati raziskave uporabe frazemov v mednarodnem oglaševanju evropskih in svetovnih podjetij. Namen raziskave je prikazati različne rabe in modifikacije frazeologije v oglasnih besedilih in kontrastivno analizirati posamezne stalne besedne zveze v oglasih istih mednarodnih podjetij v različnih jezikih.

Ključne besede: frazeologija, kontrastivna analiza, oglasna besedila, modifikacije

Schlüsselwörter: Phraseologie, kontrastive Analyse, Werbetexte, Modifikationen

1 Einleitung

Der vorliegende Artikel beschäftigt sich mit einem Vergleich der Verwendung von Phrasemen in internationalen Werbetexten europäischer und globaler Unternehmen. Durch eine empirische Darstellung wurden verschiedene Slogans verglichen. Diese wurden dann weiter analysiert, in den Kontext gestellt und auf mögliche Modifikationen untersucht. Der Hauptgegenstand der Studie liegt bei der Bestimmung und Kategorisierung der phraseologischen Modifikationen und Übersetzung bzw. Ersetzung in anderen Sprachen. Es wird weiter analysiert, welche feste Wortverbindungen in Zielsprachen durch verschiedene Versionen ersetzt werden.

2 Theoretische Vorüberlegungen

2.1 *Phraseme*

Burger (2015) definiert Phraseme als feste, aus mehreren Wörtern bestehende Wortkombinationen, die in einer Sprache auftauchen. Die bestehen aus drei Hauptmerkmalen: Sie sind fest (haben immer fixierte Komponenten), polylexikal (bestehen aus mindestens zwei Wörtern) und idiomatisch (die Bedeutung der Einzelteile ist schwer zu erschließen).

2.2 *Modifikation*

Die Modifikation ist die okkasionelle, für die Zwecke eines Textes hergestellte Abwandlung eines Phrasems (vgl. Burger 2015: 24). In der heutigen Textproduktion spielen Modifikationen (neben Varianten) eine zentrale Rolle. Wegen ihrer Vielfalt werden sie aber nicht immer sofort erkannt.

Burger (2015: 162) beschreibt zwei verschiedene Arten der Modifikation: Die Erste verändert nur die äußere Form des Phrasems, während die Zweite die Bedeutung des Phrasems betrifft. Daraus ergeben sich drei Kombinationsmöglichkeiten: (1) Die formale Modifikation ohne semantische Modifikation, (2) Die formale Modifikation + semantische Modifikation und (3) Die semantische Modifikation ohne formale Modifikation.

2.3 OWID

OWID ist eine lexikografische Online-Ressource, die sich vorwiegend mit neueren Aspekten der Lexikografie befasst. In zwölf Kapiteln sind unter anderem Kategorien wie Neologismen, Paronyme und die Kategorie OWID-Sprichwörterbuch zu finden. Als Unterkategorie der letzteren finden wir das Modul Werbeslogans.

Bei diesem Modul handelt es sich um eine lexikografische Beschreibung des aktuellen Korpusgebrauchs von Werbeslogans, die einen gewissen Verbreitungsgrad in der Sprache erreicht haben. Ebenso werden nur solche Werbeslogans in das Modul aufgenommen, die bereits aus ihrem ursprünglichen Kontext in einer bestimmten Werbung herausgetreten sind und eine Tendenz zu „Weisheitssätzen“ aufweisen (vgl. Polajnar 2021). In der OWID-Unterkategorie Werbeslogans sind derzeit 19 Einträge in der Sloganliste enthalten. Die Herkunft dieser Werbesprüche lässt sich von den 1920er-Jahren bis heute eingrenzen.

2.4 Internationales Marketing

In einer zunehmend vernetzten globalen Wirtschaft wenden sich immer mehr Unternehmen dem internationalen Marketing zu. Internationales Marketing ist die Vermarktung von Produkten oder Dienstleistungen außerhalb des Heimatmarktes einer Marke (vgl. Czinkota, Ronkainen 2007).

Bei diesem Prozess geht es darum, die Bedürfnisse von Kunden in mehreren Ländern zu ermitteln, diese gezielt anzusprechen und zu erfüllen. Dies kann die Anpassung von Marketingstrategien (z. B. Sprache eines Werbeslogans) erfordern (vgl. ebd.).

Das internationale Marketing bietet nicht nur neue Möglichkeiten, sondern stellt das Unternehmen auch vor neue Herausforderungen, wie z. B. Sprachbarrieren. Sprachliche Unterschiede können zu Kommunikationsschwierigkeiten führen. Eine schlechte Übersetzung oder ein mangelndes Verständnis umgangssprachlicher Ausdrücke kann die Botschaft einer Marke verfälschen oder sogar zu Beleidigungen führen (vgl. ebd.).

3 Korpus und Vorgehensweise

Das Korpus umfasste die direkte und indirekte Suche nach Online-Anzeigen, dem OWID-Sprichwörterbuch (Kategorie Modul Werbeslogans), Werbeplakate in Ljubljana und spezifische Unternehmenswebseiten.

Der Fokus wurde auf die Verwendung von phraseologischen Modifikationen in Werbetexten gerichtet. Eine kurze kontrastive Analyse zwischen den Originaltexten deutschsprachiger Unternehmen und der slowenischen Übersetzung wurde durchgeführt.

3.1 Feststellungen der Vorgehensweise

Es wurde festgestellt, dass die meisten Werbungen, mit denen wir in unserem Umfeld in Kontakt kommen (d. h. in der slowenischsprachigen Umgebung, in der es auch deutsches Fernsehen und Radio gibt), nur selten Phraseme enthalten. Aus diesem Grund hat sich die Forschung auf die direkte Suche nach Anzeigen auf den Webseiten von Unternehmen, OWID usw. verlagert.

4 Ergebnisse der Analyse

4.1 Modifikationen nach Harald Burger: OWID Beispiele

Wie bereits erwähnt, handelt es sich bei den im OWID-Sprichwörterbuch unter dem Titel Werbeslogans aufgeführten Beispielen um Marketingtexte, die so oft verwendet und in so viele verschiedene Kontexte platziert werden, dass sie selbst zu festen Wortbildungen wurden, die überall vom Alltag bis hin zu weiteren Marketingzwecken modifiziert werden. Im folgenden Kapitel wird dargelegt, wie die Wortverbindungen selbst die Merkmale von Phrasemen übernommen haben. Einige werden nach der Typisierung der Modifikationen von Burger (2015) in Beispielen auch weiter analysiert. Für die folgenden Beispiele wurde eine Auseinandersetzung mit der Rubrik „Ersetzung von Komponenten“ vorgenommen, die OWID für jeden einzelnen Werbespruch zur Verfügung stellt (vgl. OWID).

Beispiel 1:

Phrasem: Da weiß man, was man hat. (Volkswagen und Persil)

Bedeutung (laut OWID.de): ‚Wenn man lieber auf Bewährtes setzt, als neue, aber möglicherweise riskantere Dinge anzustreben.‘

Kontext (laut OWID.de): „In den Korpusbelegen wird mit dem Slogan häufig thematisiert, dass man landwirtschaftliche Produkte aus der eigenen Heimat oder aus vertrauter Herkunft bevorzugt.“

Modifikation:

Da weiß *ich*, was *ich* habe (Rhein-Zeitung, 07.12.2013, S. 20) /

Da weißt *du*, was *du* hast (Die Zeit (Online-Ausgabe), 31.08.2000; Der Start ist...)

Art der Modifikation nach Burger: Formale Modifikation ohne semantische Modifikation

Beispiel 2:

Phrasem: Wohnst du noch, oder lebst du schon? (IKEA)

Bedeutung (laut OWID.de): ‚Es ist zu fragen, ob ein Zustand noch erstrebenswert oder ein anderer zu bevorzugen ist.‘

Kontext (laut OWID.de): ‚[...] allgemein für ein positives Lebensgefühl verwendet, das nicht nur an materiellen Dingen festzumachen ist.‘

Modifikation:

Frierst du noch oder *heizt* du schon? (Mannheimer Morgen, 01.10.2010, S. 17) /

Isst Du noch oder *genießt* Du schon? (Nürnberger Zeitung, 05.01.2007; Die Deutschen entdecken die Lust am Luxus - Isst Du noch oder genießt Du schon)

Art der Modifikation nach Burger: Formale Modifikation + semantische Modifikation

Beispiel 3:

Phrasem: Ich liebe es. (McDonalds‘)

Bedeutung (laut OWID.de): ‚Sagt man, um seine besondere Vorliebe und Begeisterung für etwas zu betonen‘

Kontext (laut OWID.de): ‚[...] Wird [...] zumeist in Bezug auf ein Lebensgefühl, eine bestimmte Situation oder ein bestimmtes Szenario verwendet und eher selten in Bezug auf konkrete Dinge, die man liebt.‘

Modifikation:

Ich liebe es. (Kontext: Weihnachten) (Berliner Zeitung, 25.10.2002, S. 14) /

Ich liebe es. (Kontext: sarkastisch) (Rhein-Zeitung, 18.10.2004; Guten Morgen. Der Traum vom Ausschlafen...)

Art der Modifikation nach Burger: Semantische Modifikation ohne formale Modifikation

Wie bei der Auseinandersetzung mit dem OWID-Sprichwörterbuch zu erkennen ist, ist die am häufigsten verwendete Modifikationskombination nach Burgers Typologisierung die zweite (formale Modifikation + semantische Modifikation). Dies wird durch die Verwendung des Abschnitts „Ersetzung von Komponenten“ weiter unterstützt. Die meisten der aufgezählten Beispiele verändern durch die formale Änderung des Phrasems auch die Bedeutung:

Beispiel 4:

Phrasem: Alle reden vom Wetter. Wir nicht. (Deutsche Bahn)

Modifikation: Alle reden von *der Ozonschicht*, wir *zerstören sie*. (Die Tageszeitung, 24.11.1992, S. 10)

Beispiel 5:

Phrasem: Die zarteste Versuchung, seit es Schokolade gibt. (Milka)

Modifikation: Die zarteste Versuchung, seit es *Schinken* gibt (Kleine Zeitung, 19.07.2000; „Vulcano“ verführt)

Beispiel 6:

Phrasem: Quadratisch. Praktisch. Gut. (Ritter Sport)

Modifikation: *Pragmatisch*, praktisch, gut (Berliner Zeitung, 24.07.2004, S. 16; Pragmatisch, praktisch, gut)

4.2 Kontrastive Analyse anhand der österreichischen Firma Fitinn in ihren deutschen und slowenischen Werbeslogans

Fitinn ist ein österreichisches Unternehmen, das seit 2012 (neben der Tschechischen Republik, der Slowakei und Italien) auch in Slowenien vertreten ist. Motivierende Slogans sind ein wichtiger Teil der Identität und der Werbekampagne der Fitinn-Fitnessstudios, oft in Form von Wortspielen oder Sprichwörtern. Es kann sich als eine Herausforderung erweisen, diese Werbeslogans in die Sprachen der Länder zu übersetzen, in denen sich die Fitnessstudios befinden. Im Folgenden werden zwei deutsche Slogans und deren Übersetzungen ins Slowenische vorgestellt:

Beispiel 7:

Werbeslogan: Außer Kilos nichts zu verlieren.

Die Möglichkeit einer Entsprechung auf Slowenisch: Ja

Offizielles slowenisches Äquivalent: Vse, kar lahko izgubiš, so kilogrami.

Beispiel 8:

Werbeslogan: Die fetten Jahre sind vorbei.

Die Möglichkeit einer Entsprechung auf Slowenisch: Zweideutig

Offizielles slowenisches Äquivalent: Težki časi so mimo.

Komplizierter wird es z. B. beim Werbeslogan „Die fetten Jahre sind vorbei“. Dieser Text ist der Hauptslogan des Unternehmens und sollte über dem Eingang jedes Fitinn-Studios hängen. Aufgrund des geringen Prozentsatzes der slowenischen Bevölkerung, die den Slogan auf Deutsch verstehen würde – im Gegensatz z. B. zum englischen Slogan „I’m loving it“ der Firma McDonald’s, der in allen Verkaufsstellen in Slowenien weiterhin in der Originalsprache erhalten wurde – muss dieser korrekt in die slowenische Sprache übersetzt werden. Die Aufgabe des slowenischen Slogans ist es, dasselbe auszusagen und idealerweise die Form eines Sprichworts zu behalten.

Das Interessante an dieser Übersetzung des Slogans ist, dass die Komponenten selbst eine sehr ähnliche Bedeutung tragen, aber der eigentliche Sinn des Phrasems das eigentliche Gegenteil zu sein scheint:

„Die fetten Jahre sind vorbei“ bedeutet in der deutschen Sprache eine gute Zeit, auf die eine schlechte Zeit folgt – das könnte heißen, jemand, der nicht ins Fitnessstudio geht, hat eine gute Zeit (was in diesem Kontext wahrscheinlich damit zusammenhängt, dass er viel isst, sich nicht körperlich anstrengt usw.), und wenn er schließlich anfängt, das Fitnessstudio zu besuchen, endet diese gute, leichte Zeit, und es beginnt eine harte Zeit, die das Gegenteil der vorherigen ist. Der Werbeslogan bekommt in diesem Kontext aber noch eine zweite Bedeutung, und zwar eine wortwörtliche: Die fetten Jahre sind vorbei – man wird abnehmen und dann kommen die „dünnen“ (das wörtliche Gegenteil der fetten) Jahre.

Die slowenische Übersetzung „Težki časi so mimo“ bedeutet wörtlich genau das Gegenteil. Die schweren Zeiten sind vorbei und jetzt (nach den Fitnessstudio-Besuchen) beginnen leichtere Zeiten (vermutlich in Bezug auf Selbstvertrauen und körperliche Leistungsfähigkeit). Der slowenische Slogan trägt aber doch die gleiche kontextuelle Bedeutung wie der deutsche: Die schweren Zeiten sind vorbei – man ist buchstäblich nicht mehr schwer, man ist nicht mehr dick wie bei „Die fetten Jahre sind vorbei“.

Es wäre auch möglich, den deutschen Slogan einfach wörtlich zu übersetzen („Debeli časi so mimo“). In diesem Fall wäre es genauso klar, was gemeint ist, doch wird aber durch die Übersetzung „Težki časi so mimo“ ein anderer Grad

der Individualisierung erreicht und damit wahrscheinlich auch eine höhere Marktakzeptanz, weil sich das Unternehmen einfach mehr Mühe gegeben hat, den Slogan richtig zu treffen.

Schlussbemerkungen

Im Kontrast zur Forschungsthese ist die Verwendung von Phrasemen in Werbetexten nicht so häufig wie erwartet. Im Fall der OWID-Plattform ist die Situation ganz anders: Bei der Unterkategorie Sprichwörterbuch ist ein anderes Phänomen zu entdecken, wo die Werbeslogans selbst das Niveau bzw. den Status eines Phrasems erreicht haben. Diese werden oft umgewandelt und als phraseologische feste Wortverbindungen weiterverwendet, indem sie modifiziert werden. Mit Abstand die häufigste Modifikation der OWID-Beispiele ist die formale und semantische Modifikation. Allein die Tatsache, dass es auf der Plattform die Rubrik „Ersetzung von Komponenten“ gibt, weist darauf hin, dass diese Modifikationsmethode die am weitesten verbreitete ist. Das Übersetzen dieser Werbetexte ist alles andere als einfach – neben der Sprachbarriere erscheint auch eine kulturelle Herausforderung: Nicht nur, dass die Sprachen oft in Bezug auf die Phraseme nicht kompatibel sind, in einigen Fällen existiert ein ähnliches Phrasem in der Zielsprache überhaupt nicht. Anschließend bedeuten Phraseme in verschiedenen Sprachen mit den gleichen Bestandteilen nicht immer dasselbe – manchmal sind sie sogar widersprüchlich. Im Falle der Fitinn-Werbeslogans wird deutlich, dass die Verankerung im Kontext einer der wichtigsten Vorgänge bei der Übersetzung dieser Art von Texten ist.

Quellen- und Literaturverzeichnis

- BURGER, Harald (2015): *Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen*. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- CZINKOTA, Michael, RONKAINEN, Ilkka (2007): *International Marketing*. Ohio: Thomson South-Western.

Internetquellen

- OWID.de. Erhältlich unter: <https://www.owid.de/>, (Zugriffsdatum: 2.5.2024).
- POLAJNAR, Janja (2021): *Das Modul Werbeslogans. Eine korpusinformierte lexikografische Ressource zum aktuellen Gebrauch von Werbeslogans außerhalb der Domäne Werbung*. *Lexikos*, 31, 119–145. Erhältlich unter: <https://dx.doi.org/10.5788/31-1-1632>, (Zugriffsdatum: 3.5.2024).

Redensarten-Index. Erhältlich unter: <https://www.redensarten-index.de/suche.php> (Zugriffsdatum: 2.5.2024).

Fran: slovarji Inštituta za slovenski jezik Frana Ramovša ZRC SAZU. (Frazeološki slovar)
Erhältlich unter: <https://fran.si/192/janez-keber-frazeoloski-slovar-slovenskega-jezika>,
(Zugriffsdatum: 2.5.2024).

Emotionaler Wert und Funktionalität der Phraseme in slowenischen und deutschen Horoskopfen

Nika Oblak

Povzetek

Članek se osredotoča na kontrastivno analizo slovenskih in nemških frazemov, ki jih lahko najdemo v letnih horoskopih revij *Onaplust* in *Brigitte*. Namen analize je preučiti čustveni naboj in funkcije frazemov v izbranih besedilih ter ugotoviti, ali je na podlagi teh dveh kriterijev mogoče razbrati razlike v rabi frazemov v obeh jezikih.

Ključne besede: frazeologija, horoskop, kontrastivna analiza, čustveni naboj, funkcionalnost

Schlüsselwörter: Phraseologie, Horoskop, kontrastive Analyse, emotionaler Wert, Funktionalität

1 Einleitung

Die slowenische und die deutsche Sprache sind vom regen Gebrauch der phraseologischen Einheiten geprägt. An diese stoßen wir oft bei ganz alltäglichen Aktivitäten, wie z. B. beim Lesen der unterhaltsamen Texte in den Printmedien und im Internet. Die folgende Studie konzentriert sich auf die Phraseme, die in der Textsorte Horoskop vorkommen. Es soll festgestellt werden, welche Funktionen diese Phraseme erfüllen und was für emotionalen Wert sie ausdrücken. Das Ziel der Studie ist außerdem eine kontrastive Analyse der Phraseme in den Horoskopen beider Sprachen.

Die Studie wird in zwei Teile gegliedert, den theoretischen und den empirischen Teil. Der Schwerpunkt liegt im empirischen Teil. In diesem werden zuerst Phraseme in Jahreshoroskopen eines slowenischen und eines deutschen Frauenmagazins analysiert. Dann werden Feststellungen über die Funktionalität und den emotionalen Wert der gefundenen Phraseme dargestellt. Anhand dieser Ergebnisse wird dann noch die kontrastive Analyse gemacht.

2 Theoretische Vorüberlegungen

2.1 *Die Textsorte Horoskop*

Horoskope zählen im Bereich der Linguistik zu einer der Textsorten. Laut Dervarič (2012: 8) sind heutige Horoskope „Voraussagen, die allgemein gehalten sind und dem Adressaten / der Adressatin sagen, was ihn / sie in der nahen Zukunft erwartet.“

Horoskope sind überall präsent in den Medien. Am häufigsten kommen sie in Unterhaltungszeitschriften vor, vor allem in Frauen- und Jugendmagazinen. Heutzutage sind Horoskope immer öfter auch auf unterschiedlichen Internetportalen zu finden (z. B. auf Nachrichtenportalen und Frauenportalen).

Man unterscheidet zwischen vier Horoskoptypen: Tageshoroskopen, Wochenhoroskopen, Monatshoroskopen und Jahreshoroskopen. Durch den Typ wird auch die Länge des Textes bestimmt. Tageshoroskope sind meistens kurz, wobei die Jahreshoroskope sogar mehrere Seiten umfassen können (vgl. Petek 2022: 22 f.).

2.2 *Emotionaler Wert und Funktionalität der Phraseme in der Textsorte Horoskop*

Phraseme werden oft zu bewertenden Zwecken benutzt (vgl. Burger 2015: 197). In den Horoskopen werden mit ihnen bei den Lesern / Leserinnen bestimmte emotionale Reaktionen, Assoziationen und Urteile des eigenen Verhaltens und des Verhaltens anderer Menschen erzielt. Phraseme können in Horoskopen für etwas Positives oder Negatives stehen bzw. sie drücken keinen emotionalen Wert aus.

Phraseme haben in Horoskopen spezifische Funktionen. Ein Grund für die Verwendung der Phraseme in dieser Textsorte ist, dass sie als „textkondensierende“ Elemente wirken können, vor allem im Fall des Platzmangels in den Zeitschriften (vgl. Skog-Södersved 2004: 291 f.). Die Hauptfunktion der Phraseme in Horoskopen bezieht sich trotzdem eher an die Textfunktion der Horoskope. Nach Brinker entsprechen alle Texte einer bzw. mehreren von den folgenden Funktionen: Informations-, Appel-, Obligations-, Kontakts- und Deklarationsfunktion (vgl. Brinker 2010: 98 ff.). Horoskope drücken vor allem die Appelfunktion aus. Deswegen ist auch die wichtigste Funktion der Phraseme in Horoskopen, Aufmerksamkeit der Leser / Leserinnen zu wecken und diese anzusprechen (vgl. Dervarič 2012: 9).

Im Bereich der Linguistik gibt es mehrere Funktionslisten von Phrasemen in Horoskopen. Preußner (vgl. Preußner 2002: 316) hat 24 Funktionen definiert (unter anderem z. B. die verschleiernde, schmückende und erklärende Funktion). Diese Liste lässt sich nach der Meinung der Autorin noch ergänzen. Einige der Funktionslisten sind dagegen viel kürzer und knapper. Dervarič (vgl. 2012: 10) klassifiziert Phraseme in Horoskopen z. B. nach fünf Funktionen: ratgebende, ermahnende, hinweisende, beruhigende und informative Funktion.

3 **Textauswahl und Vorgehensweise**

Für die Bedürfnisse dieser Studie wurden die Jahreshoroskope für das Jahr 2024 der zwei Frauenmagazine analysiert. Die Texte stammen aus dem slowenischen Onlinemagazin *Onaplus* und dem deutschen Onlinemagazin *Brigitte*. Insgesamt wurden 24 Texte analysiert. Zuerst wurden der emotionale Wert und die Funktionen aller gefundenen Phraseme festgestellt. Danach wurde noch eine kontrastive Analyse der slowenischen und deutschen Horoskope gemacht.

Aufgrund der ausgewählten slowenischen und deutschen Horoskope habe ich mich zu einer eigenen Funktionsliste entschlossen. Phraseme wurden nach den sechs Funktionen, die in der Tabelle dargestellt sind, klassifiziert. Die ermahnende, ratgebende, hinweisende und beruhigende Funktion sind nach Dervarič übernommen (Dervarič 2012: 10); die schmückende Funktion stammt aus der Funktionsliste von Preußner (Preußner 2002: 316). Die scherzende Funktion habe ich selbst hinzugefügt.

Tabelle 1: Funktionsliste der Phraseme

Funktion	Bedeutung
schmückend	Der Autor / die Autorin schreibt etwas auf verschönerte, poetische, gemilderte Art und Weise.
ermahnend	Der Autor / die Autorin erinnert die Leser an ein bestimmtes Verhalten.
ratgebend	Der Autor / die Autorin gibt den Lesern einen Rat.
hinweisend	Der Autor / die Autorin weist die Leser auf eine spezifische Bedeutung hin.
beruhigend	Der Autor / die Autorin versucht mit der Aussage die Leser zu beruhigen.
scherzend	Der Autor / die Autorin macht mit der Aussage einen Scherz.

4 Ergebnisse der Analyse

Beim Vergleich der Analysen von den slowenischen und deutschen Horoskopen zeigen sich sowohl Gemeinsamkeiten als auch Unterschiede. Zuerst sind die Zahlen der gefundenen Phraseme zu erwähnen. In insgesamt zwölf slowenischen Horoskopen befanden sich zwölf Phraseme, wogegen in zwölf deutschen Horoskopen dreiunddreißig Phraseme entdeckt wurden. Da die Zahl der gefundenen deutschen Phraseme wesentlich höher als die Zahl der slowenischen Phraseme ist, werden Ergebnisse der folgenden kontrastiven Analyse auch prozentual dargestellt.

Einige Ähnlichkeiten sind beim emotionalen Wert der gefundenen Phraseme zu sehen. In Horoskopen beider Sprachen prädominieren positive Phraseme (siehe Beispiele).

Beispiel 1: „Nekaterim bo *posel cvetel* tudi poleti [...]“

Beispiel 2: „Auch finanziell gibt es *grünes Licht*.“

Der gesamte Anteil der Phraseme mit positivem emotionalem Wert ist in den deutschen Horoskopen wesentlich höher: die positiven Phraseme stellen 58 % aller Phraseme in den gewählten deutschen Horoskopen dar, wogegen sie in den slowenischen Horoskopen 43 % aller Phraseme umfassen. In Texten beider Sprachen kommen am seltensten die negativen Phraseme vor, wobei der Anteil der negativen Phraseme in den deutschen Texten niedriger als in den slowenischen Texten ist.

Tabelle 2: Emotionaler Wert der Phraseme

	Slowenische Horoskope	Deutsche Horoskope
Anzahl der Phraseme	12	33
Emotionaler Wert: positiv	5 (42 % der Phraseme)	19 (58 % der Phraseme)
Emotionaler Wert: negativ	3 (33 %)	5 (27 %)
Emotionaler Wert: neutral	4 (25 %)	9 (15 %)

In Horoskopen beider Sprachen erfüllt die Mehrheit der Phraseme die schmückende Funktion. Diese Funktion haben 58 % aller Phraseme in den slowenischen Texten und 43 % aller Phraseme in den deutschen Texten.

Beispiel 3: „Kritični jezik in *pero si bodo brusili v šoli* [...]“

Beispiel 4: „Ich lasse mich *mit Haut und Haar* auf eine Reise ein, zu zweit oder allein.“

Die ratgebende Funktion wird selten verwendet – in den slowenischen Horoskopen kommt sie nie vor, in den deutschen Horoskopen kommt sie einmal vor. Die ermahnende Funktion kommt öfter in den deutschen Texten vor. In den Texten beider Sprachen kommt häufig die hinweisende Funktion vor, wie in den unteren zwei Beispielen:

Beispiel 5: „Leto boste začeli ognjevito, a sredina zime bo *ohladila vaše strasti*.“

Beispiel 6: „Neptun *öffnet die Türen* zur feinstofflichen Welt.“

Sechs (6) % aller Phraseme in den deutschen Horoskopen erfüllen die beruhigende Funktion (siehe Beispiel 7) – diese Funktion kommt in den slowenischen Horoskopen nicht vor. Anders ist es mit der scherzenden Funktion, da diese nur in der Auswahl von den slowenischen Texten vorkommt (siehe Beispiel 8). Ihr Anteil beträgt 17 % der gefundenen slowenischen Phraseme.

Beispiel 7: „So ist es *Schritt für Schritt* möglich, authentisch aufzutreten.“

Beispiel 8: „*Strah bo najboljši zdravnik!*“

Tabelle 3: Funktionen der Phraseme

	Slowenische Horoskope	Deutsche Horoskope
Anzahl der Phraseme	12	33
Funktion: schmückend	7 (58 % der Phraseme)	13 (40 % der Phraseme)
Funktion: ratgebend	0	1 (3 %)
Funktion: ermahnend	1 (8 %)	8 (24 %)
Funktion: hinweisend	2 (17 %)	9 (27 %)
Funktion: beruhigend	0	2 (6 %)
Funktion: scherzend	2 (17 %)	0

Zusammenfassung

Sowohl slowenische als auch deutsche Horoskope sind eine an Phrasemen reiche Textsorte. Die Hauptfunktion der Phraseme in dieser Textsorte ist appellativ. Die Phraseme werden in Horoskopen nämlich mit der Absicht verwendet, dass sie das Interesse der Leser / Leserinnen wecken und bei ihnen bestimmte emotionale Reaktionen und Assoziationen hervorrufen.

Der Untersuchungsgegenstand dieser Studie waren Phraseme in den Jahreshoroskopen eines slowenischen und eines deutschen Frauenmagazins. In Horoskopen beider Sprachen kamen vor allem solche Phraseme vor, die einen positiven emotionalen Wert ausdrücken. Sowohl in den slowenischen als auch in den deutschen Texten erfüllte die Mehrheit der Phraseme die schmückende Funktion. Das bedeutet, dass mit diesen Phrasemen etwas auf poetische oder gemilderte Art ausgedrückt wurde. In den gewählten Horoskopen kam auch die hinweisende Funktion häufig vor. Mit diesen Phrasemen wurde der Leser / die Leserin auf eine bestimmte Bedeutung hingewiesen. Die Phraseme mit der ratgebenden Funktion wurden insgesamt selten verwendet. Bei den übrigen drei Funktionen gab es einige Unterschiede zwischen den slowenischen und deutschen Texten. In den deutschen Horoskopen kamen im Vergleich zu den slowenischen Horoskopen die ermahnenden und beruhigenden Phraseme öfter vor. In den slowenischen Texten wurden noch solche Phraseme gefunden, mit denen einen Scherz gemacht wurde. Phraseme mit der scherzenden Funktion kamen in den gewählten deutschen Texten nicht vor.

Quellen- und Literaturverzeichnis

- BRINKER, Klaus (2010): *Linguistische Texanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden*. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- BURGER, Harald (2015): *Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen*. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- DERVARIČ, Tina (2012): *Phraseologie in ausgewählten Textsorten (Horoskop)*. Diplomarbeit. Maribor: Oddelek za germanistiko Filozofske fakultete v Mariboru.
- PETEK, Tina (2022): *Vorkommen und Funktionen der Phraseme in Horoskopen*. Magistrsko delo, Ljubljana: Oddelek za germanistiko z nederlandistiko in skandinavistiko Filozofske fakultete v Ljubljani.
- PREUßER, Ulrike, 2002: Phraseologismen in Horoskopen. Über sprachliche Formelhafteigkeit in Kürzesttexten. In: D. Hartmann & J. Wirrer (Hrsg.): *Wer A sägt, muss auch B Sägen. Phraseologie und Parömiologie 9*. Baltmannsweiler: Schneider Verlag Hohengehren, 313–324.
- SKOG-SÖDERSVED, Mariaan, 2004: Aus dem Leben eines Wassermanns – Phraseologismen im Dienste der Horoskope. In: C. Földes (Hrsg.): *Res humanae proverbiorum et sententiarum*. Tübingen: Gunter Narr Verlag Tübingen, 287–294.

Internetquellen

- Fran. Slovarji instituta za slovenski jezik Frana Ramovša ZRC SAZU*. (Fraseološki slovar) Erhältlich unter: <https://fran.si/192/janez-keber-frazeolo%C5%A1ki-slovar-slovenskega-jezika> (Zugriffsdatum: 8.5.2024)
- Jahreshoroskop 2024. Das bringt das neue Jahr*. Erhältlich unter: <https://www.brigitte.de/horoskop/sternzeichen/jahreshoroskop-2024--das-sagen-deine-sterne-im-neuen-jahr-13441470.html> (Zugriffsdatum: 16.4.2024).
- Onaplus. Letni horoskop*. Erhältlich unter: <https://onaplus.delo.si/horoskop> (Datum des Zugriffs: 15.4.2024).
- Redensarten-Index*. Erhältlich unter: <https://www.redensarten-index.de/suche.php> (Zugriffsdatum: 8.5.2024).

Phraseme in Titeln und Leads in Zeitschriften. Analyse von Phrasemen in der Süddeutschen Zeitung in den Rubriken Politik und Kultur

Nika Topić, Anaja Urek

Povzetek

Članek se ukvarja z uporabo frazemov v nemških časopisih, natančneje v naslovih in uvodnih odstavkih (nem. *Lead*) nemškega časopisa *Süddeutsche Zeitung* v rubrikah politika in kultura. Namen analize je odkriti frekvenco uporabe frazemov v izbranih novicah ter ustrezno poimenovati njihove možne modifikacije. V korpusu sva zajeli frazeologijo v ožjem frazeološkem pomenu, ki obsega kriterije: večbesednost, stalnost in idiomatičnost. V 100 analiziranih naslovih in uvodnih odstavkih sva odkrili 16 frazemov, od tega 7 modificiranih.

Ključne besede: frazeologija, modifikacije, naslovi, uvodni odstavki, *Süddeutsche Zeitung*

Schlüsselwörter: Phraseologie, Modifikationen, Titel, Leads, *Süddeutsche Zeitung*

1 Einleitung

Die Verwendung von Phrasemen, sprachlichen Einheiten mit fester Wortfolge und übertragener Bedeutung, in (Titeln und Leads von) Zeitschriften hat eine weitreichende Wirkung auf die Leserschaft. In dem vorliegenden Artikel liegt der Fokus auf der Analyse von Phrasemen in der Süddeutschen Zeitung, einer renommierten deutschen Tageszeitung mit einer breiten Leserschaft. Durch unsere Untersuchung soll ein tieferes Verständnis dafür gewonnen werden, wie Phraseme in den Titeln und Leads dieser Zeitung, speziell in den Rubriken Politik und Kultur, eingesetzt werden, um (mit Modifikationen) Aufmerksamkeit zu erregen, Inhalte zu vermitteln und bestimmte Assoziationen zu wecken. In den theoretischen Vorüberlegungen wird zunächst das Thema Phraseologie in Presstexten geschildert, dann folgt die Beschreibung des methodischen Vorgehens sowie die Untersuchung der Phraseme in den Titeln und Leads der Süddeutschen Zeitung in den Rubriken Politik und Kultur.

2 Theoretische Vorüberlegungen

Bei Phrasemen spricht man von sprachlichen Phänomenen mit bestimmten Eigenschaften: sie bestehen aus mehr als einem Wort (Polylexikalität), ihre Wortfolge (womöglich mit Varianten) ist in einer bestimmten Sprachgesellschaft fest verankert (Stabilität) und sie sind im übertragenen Sinne und nicht wortwörtlich zu verstehen (Idiomatizität) (vgl. Burger 2015: 11).

Phraseme oder feste Wortverbindungen werden in verschiedenen Textsorten eingesetzt, wobei sie verschiedene Funktionen erfüllen sollen: „Die Möglichkeiten, die feste Phrasen im Text bieten, können für die Wirkung verschiedener Texte genutzt werden und legen damit auch die Potenziale von Phraseologismen offen.“ (Pociask 2015: 98) So treten Phraseme (im engeren Sinne) auch in Presstexten auf, sowohl modifiziert als auch unmodifiziert, wobei sie „an jeder Position im Text erscheinen, allerdings mit unterschiedlicher Quantität und in unterschiedlicher formaler Ausprägung. Die meisten kommen im Haupttext (84 %), im Lead (1,5 %) und im Titelbereich (14,5 %) vor.“ (vgl. ebd.: 112). Ihr Einsatz soll immer eine bestimmte Leistung für den Text vollbringen. Diese Leistungen „tragen zur Mehrdeutigkeit der journalistischen Texte bei.“ (Pociask 2010: 168). Pociask (ebd.: 161 ff.) listet mehrere mögliche Funktionen und Effekte von Phrasemen in Presstexten auf: Auffälligmachung, Expressivität, Dynamik, Intensivierung einer Aussage,

aufmerksamkeitserregende Wirkung, Verdichtung auf engem Raum, Argumentationsersparung, Bildlichkeit, emotionalisierende Wirkung, und schließlich auch Komik und Sprachspiel.

Die im empirischen Teil untersuchten Artikel aus den Rubriken Politik und Kultur der Süddeutschen Zeitung erfüllen vor allem die Funktion der Informativität, dementsprechend spricht Pociask (2015: 112) darüber, welchen Zweck Phraseme in informativen Presstexten erfüllen:

„Die Informationsfunktion der Meldungen und Berichte kann durch die Funktion der Vereinfachung, der Anbieterung oder der Anschaulichkeit unterstützt werden. Der Textproduzent informiert über schwer durchschaubare Zusammenhänge, indem er diese vereinfachend veranschaulicht.“

Somit kann durch den Einsatz von Phrasemen in Presstexten (mit Informationsfunktion) der Inhalt anschaulicher sowie in vereinfachter und pointierter Form präsentiert werden.

3 Vorgehensweise

Im empirischen Teil unserer Untersuchung werden Titel und Leads in Artikeln der Süddeutschen Zeitung in den Rubriken Politik sowie Kultur analysiert. In den Titeln und Leads, wobei es sich um eine „(kurz zusammenfassende) Einleitung zu einer Veröffentlichung oder Rede“¹ im Bereich des Zeitungswesens handelt, werden Phraseme im engeren Sinne gesucht, also Phraseme mit den Elementen Polylexikalität, Stabilität und Idiomatizität, wozu Kollokationen, wie Funktionsverbgefüge nicht zählen. Die Phraseme werden anhand ihrer Frequenz untersucht, ferner wird der Fokus auf möglich aufzufindende Modifikationen geworfen. In der Diskussion werden die Ergebnisse dann näher besprochen.

Die aufgestellten Hypothesen sind folgende:

1. Die Frequenz der eingesetzten (modifizierten) Phraseme ist in der Rubrik Kultur höher als in der Rubrik Politik.
2. Die Frequenz der Modifikationen von Phrasemen ist in der Rubrik Kultur höher als in der Rubrik Politik.
3. (Modifizierte) Phraseme werden häufiger in Titeln als in Leads eingesetzt.

4 Ergebnisse der Analyse

4.1 Rubrik Politik

Gelesene Artikel: 50

Frequenz:

- Insgesamt: 9 (18 %) – unmodifiziert: 5 (56 %); modifiziert: 4 (44 %)
- Titel: 4 (8 %) – unmodifiziert: 0 (0 %); modifiziert: 4 (100 %)
- Leads: 5 (10 %) – unmodifiziert: 5 (100 %); modifiziert: 0 (0 %)

Titel			Leads		
Beleg	Phrasem	Modifikation	Beleg	Phrasem	Modifikation
Kleine Tiere wollen ein Stück vom gro- ßen Kuchen	<i>sich ein Stück vom Kuchen abschneiden</i> (sich einen Anteil nehmen) ²	Erweiterung (groß) und lexikalische Substitution (ab-schneiden → wollen)	[...] Dabei geht er mit konservativer Abschottungspolitik hart ins Gericht – aber auch mit linken Versprechungen.	<i>mit jemandem (hart / streng / scharf) ins Ge- richt gehen</i> (jemanden scharf kritisieren / tadeln; hart urteilen)	/

<p>Sieg der Nummer Zwei</p>	<p><i>die Nummer eins sein</i> (der Wichtigste / Bedeutendste / Beste sein; auf dem ersten Rang sein)</p>	<p>Verkürzung (sein) und lexikalische Substitution (eins → zwei)</p>	<p>Finanzminister Christian Lindner und die SPD legen sich bei der Aufstellung des Erats für 2025 und der Rentenreform gegenseitig Steine in den Weg. [...]</p>	<p><i>jemandem Steine / Stolpersteine in den Weg legen / werfen</i> (jemanden behindern / stören; Schwierigkeiten machen)</p>	<p>/</p>
<p>Rote Linie im Weißen Haus</p>	<p><i>die / eine rote Linie überschreiten</i> (etwas tun, das nicht mehr toleriert werden kann; einen Tabubruch begehen; eine Grenze überschreiten)</p>	<p>Verkürzung (die/eine; überschreiten)</p>	<p>Die Serie von Attentaten auf Politiker reißt nicht ab, auch die Berliner SPD-Wirtschaftssenatorin Franziska Giffey muss das erleben. [...]</p>	<p><i>etwas reißt nicht ab</i> (etwas nimmt kein Ende)</p>	<p>/</p>
<p>Alle Augen auf den Altkanzler</p>	<p><i>die Augen auf jemanden / etwas heften</i> (jemanden / etwas ansehen)</p>	<p>Lexikalische Substitution (die → alle) und Verkürzung (heften)</p>	<p>Erst Paris, dann Belgien und Budapest: Der Europa-Besuch des chinesischen Präsidenten hat vor allem ein Ziel - einen Keil zwischen EU und USA zu treiben. [...]</p>	<p><i>einen Keil zwischen zwei Menschen / Parteien treiben</i> (zwei Menschen / Parteien gegeneinander ausspielen; zum Streit anstacheln)</p>	<p>/</p>
			<p>[...] Wie die Bundesregierung mal wieder mit sich selbst ringt.</p>	<p><i>mit sich selbst ringen</i> (sich nicht entscheiden können)</p>	<p>/</p>

4.2 Rubrik Kultur

Gelesene Artikel: 50

Frequenz:

- Insgesamt: 7 (14 %) – unmodifiziert: 4 (57 %); modifiziert: 3 (43 %)
- Titel: 3 (6 %) – unmodifiziert: 2 (67 %); modifiziert: 1 (33 %)
- Leads: 4 (8 %) – unmodifiziert: 2 (50 %); modifiziert: 2 (50 %)

Titel		Leads	
Beleg	Phrasem	Modifikation	Beleg
Affen sind auch nur Menschen.	<i>Ich bin auch nur ein Mensch!</i> (Jeder kann mal einen Fehler machen!) ³	/	Zum Start der Wiener Festwochen hielt der israelisch-deutsche Philosoph Omri Boehm unter Protesten der jüdischen Gemeinde auf dem Judenplatz eine Rede. Konnte er die Wogen glätten?
			<i>die Wogen / Wellen glätten</i> (beruhigend wirken; ausgleichen; Streit schlichten)
			/

<p>Außen Freund, innen Feind?</p>	<p><i>außen bui, innen pfui</i> (auf den ersten Blick gut, in Wirklichkeit schlecht)</p>	<p>lexikalische Substitution (anstatt hui und pfui --> Freund und Feind)</p>	<p>Auf dem „Planet der Affen“ wird wieder gekämpft und gebrüllt, und Oskar Roehler gibt seinem inneren Affen Zwickel. Die Starts der Woche in Kürze.</p>	<p><i>seinem Affen Zucker geben</i> (der Eitelkeit / Marotte nachgeben; über sein Lieblingsthema sprechen)</p>	<p>Erweiterung (inneren)</p>
<p>„Ich bin ihnen nicht ganz geheuer“</p>	<p><i>jemandem nicht geben-er sein</i> (jemandem unheimlich / verdächtig / suspekt sein; Miss- trauen hervorrufen)</p>	<p>/</p>	<p>Jerry Seinfeld erklärt die Ära der großen Comedy für beendet. Gleichzeitig kehrt er genau jetzt aus der Versenkung zurück - mit einer Farce über Kellogg's. Ist das der Spaß, den die Menschen jetzt brauchen?</p>	<p><i>aus der Versenkung auftauchen</i> (plötzlich / unerwartet wieder erscheinen)</p>	<p>Lexikalische Substitution (an- statt auf tauchen benutzt) und Erweiterung (zurück)</p>
			<p>Immer mehr Menschen wenden sich von Gotteshäusern ab. Was passiert dann mit den Sakralbauten? Experten schlagen Alarm - und bieten eine ungewöhnliche Lösung an.</p>	<p><i>Alarm schlagen</i> (eine Warnung ausgeben; um Hilfe rufen; laut- stark Kritik äußern; auf etwas Gefährliches hinweisen)</p>	<p>/</p>

Zusammenfassung und Ausblick

Die Frequenz der 50 gelesenen Artikel aus dem Bereich Politik auf der Internetseite der Süddeutschen Zeitung zeigt, dass in insgesamt 9 Titeln bzw. Leads der gelesenen Nachrichten (un)modifizierte Phraseme gefunden wurden. Davon sind 4 in den Titeln und 5 in den Leads zu sehen, was bedeutet, dass dieses Resultat mit der Theorie, die besagt, dass (modifizierte) Phraseme eher in Titeln zu finden sind, nicht übereinstimmt. Spannend ist auch die Erkenntnis, dass die Phraseme in den Leads nicht modifiziert wurden, in den Titeln ist jedoch in jedem Beleg eine Art der Modifikation zu erkennen, besonders Verkürzungen sowie lexikalische Substitutionen.

Die Frequenz der 50 gelesenen Artikel aus dem Bereich Kultur auf der Internetseite der Süddeutschen Zeitung zeigt, dass in insgesamt 7 Titeln bzw. Leads der gelesenen Nachrichten (un)modifizierte Phraseme gefunden wurden. Davon sind 3 in den Titeln und 4 in den Leads zu finden. Hinsichtlich der Annahme, dass Phraseme eher in Titeln zu finden sind, ist hier zu sehen, dass sie öfter in Leads zu finden sind. Spannend ist auch die Anzahl der modifizierten Phraseme (43 %). Der prozentuale Anteil modifizierter und unmodifizierter Phraseme ist in etwa gleichmäßig auf Titel und Leads verteilt. Modifikationen, die hier auftauchen, sind lexikalische Substituierung und Erweiterung. Phraseme werden oft in Leads und Titeln von Artikeln eingesetzt, weil sie zahlreiche Vorteile bieten.

Abschließend lässt sich festhalten, dass die Verwendung von Phrasemen in der Süddeutschen Zeitung nicht nur stilistische und ästhetische Zwecke erfüllt, sondern auch zur funktionalen Effizienz von Titeln und Leads beiträgt. Die Modifikation und kreative Anpassung dieser sprachlichen Einheiten an den jeweiligen Kontext zeigt die Flexibilität und das Potenzial von Phrasemen in der modernen Medienlandschaft. Zukünftige Untersuchungen könnten sich darauf konzentrieren, wie diese Praktiken in anderen Zeitungen oder Medienformen variieren und welche Auswirkungen sie auf das Leseverhalten und die Meinungsbildung der Leser haben.

Quellen- und Literaturverzeichnis

- BURGER, Harald (2015): *Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen*. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- DWDS: *Lead*. Erhältlich unter: <https://www.dwds.de/wb/Lead?o=lead> (Zugriffsdatum: 08.05.2024).
- POCIASK, Janusz (2010): Wenn schon, denn schon. Zur Häufung von Phraseologismen in Presstexten. In: Korhonen, Jarmo et. al. (Hrsg.): *EUROPHRAS 2008*. Helsinki: Institut für moderne Sprachen, 160–168.
- POCIASK, Janusz (2015): Phraseologismen in deutschen und polnischen Presstexten, dargestellt aus pragmalinguistischer Perspektive. In: *Linguistik online*. Jg. 2015, Nr. 74, S. 97–117. Erhältlich unter: <https://bop.unibe.ch/linguistik-online/issue/view/514> (Zugriffsdatum: 09.05.2024).

Internetquellen

- Redensarten-Index*. Erhältlich unter: <https://www.redensarten-index.de/suche.php> (Zugriffsdatum: 8.5.2024).
- Süddeutsche Zeitung*. Erhältlich unter: <https://www.sueddeutsche.de/> (Zugriffsdatum: 7.–17.5.2024).

Phraseme in VICE Deutschland: Eine Analyse sprachlicher Muster im Mediendiskurs

Anja Otašević, Jovana Jeremić

Povzetek

Pričujoči članek obravnava frazeme v medijskem diskurzu. Njegov namen je analizirati specifičen tip frazemov v širšem pomenu – t. i. kolokacije, ki se pojavljajo v izbranih novinarskih člankih na spletni strani *VICE Deutschland* – kot tudi določiti morebitne modifikacije frazemov in njihov pomen.

Ključne besede: frazeologija, VICE Deutschland, frazemi, mediji

Schlüsselwörter: Phraseologie, VICE Deutschland, Phraseme, Medien

1 Einleitung

Die vorliegende Arbeit befasst sich mit dem Thema „Phraseme in VICE Deutschland“. Dabei werden sprachliche Muster in einem Mediendiskurs analysiert. Phraseme spielen eine wichtige Rolle in der Kommunikation. In der modernen Welt, in der das Internet und die Medien eine große Rolle spielen, findet man auch eine große Anzahl von Phrasemen, die wichtig für die Bedeutung des Textes sind, dem Text Stil verleihen, ein Mittel zur Übermittlung von Informationen sind und auch repräsentativ für die Kultur sind. VICE als modernes Medium verwendet eine authentische und direkte Sprache, um die Leser anzusprechen, die am meisten junge Menschen sind. VICE Deutschland konzentriert sich stark auf aktuelle Trends und subkulturelle Bewegungen. Phraseme helfen dabei, diesen Kontext zu vermitteln. Sie haben ebenfalls eine starke emotionale Wirkung und so werden sie oft verwendet, um eine bestimmte Stimmung zu erzeugen. Offene Fragen, die in der Arbeit behandelt werden, sind die Häufigkeit der Phraseme, ihre Funktion in den ausgewählten Artikeln und eventuelle Modifikationen, die da erscheinen, der kulturelle Kontext, die Identitätsbildung und Zielgruppenansprache, die sprachliche Innovation und Kreativität, sowie die sprachliche Vielfalt und Variabilität innerhalb des VICE Deutschland Kontexts. In der Untersuchung werden Phraseme in der genannten Textsorte analysiert – gemäß Klassifizierung von Burger Harald (2015) und *DUDEN Redewendungen Band 11*. Die Arbeit besteht aus zwei Teilen. Im ersten Teil der Arbeit wird speziell die Analyse von Kollokationen innerhalb der Phraseme in Fokus stehen. Obwohl nicht alle oben genannten Funktionen für Kollokationen zutreffen, sind sie dennoch entscheidend für das Verstehen des sprachlichen Stils und der inhaltlichen Nuancen in den Texten von VICE Deutschland. Im ersten Teil werden Phraseme aus den Artikeln, die potenzielle Kollokationen sein können oder sind, herausgenommen und sie werden nach Burgers Kategorisierung (2010: 38 ff.) in fünf verschiedene Gruppen von Phrasemen gruppiert. Im zweiten Teil bei den Phrasemen dazu wird nach möglichen Modifikationen gesucht. In dieser Arbeit wurde eine Inhaltsanalyse durchgeführt. Diese Methode umfasst das gründliche Durchlesen der Artikel, um phraseologische Einheiten zu identifizieren und aufzuzeichnen.

2 Theoretische Vorüberlegungen

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit einem Typ von Phrasemen, mit den Kollokationen. Laut DWDS-Definition versteht man unter Kollokationen Verbindungen zweier oder mehrerer Wörter, die häufig und typischerweise miteinander vorkommen. Die intensive Auseinandersetzung mit Kollokationen in der Forschung offenbart ihre zunehmende Bedeutung im Bereich der Phraseologie. Durch den Einfluss der Korpuslinguistik wurden Kollokationen als stabile Wortverbindungen von großer Relevanz erkannt. In der deutschen Sprache gibt es viele feststehende Kollokationen, die typisch für die Sprache sind, obwohl es häufig zur Modifikation von Phrasemen kommt. Durch die Betrachtung verschiedener Sprachen wird deutlich, dass unterschiedliche Kulturen verschiedene Kombinationen bevorzugen, was die Vielfältigkeit von Kollokationen illustriert. Burger (ebd.) nennt ein Beispiel für andere Phrasemtypen „die Zähne putzen“, die am meisten in dieser Wortverbindung vorkommt, aber es können auch Alternative wie z.B. „die Zähne reinigen“ in Frage kommen. Solche alternativen Ausdrucksweisen werden oft als unpassend betrachtet. Die schon verfestigte Kollokation ist üblicher. Hierbei wird die Präferenz für eine bestimmte Formulierung im Deutschen deutlich. Das gleiche gilt auch für andere Phrasemtypen. Nach *DUDEN Redewendungen Band 11* (2013) ist Festigkeit bzw. (Un)veränderbarkeit der Wortstruktur eine ihrer Hauptmerkmale. Dazu kommen noch Polylexikalität – da sie in der Regel aus mehr als einem Wort bestehen – und die sog. Idiomaticität. Die Bedeutung der einzelnen Wörter (bzw. der einzelnen Komponenten) innerhalb eines Phrasems hat nur wenig mit der Bedeutung des Ganzen zu tun (vgl. DUDEN 2013: 9 ff.).

3 Textauswahl

Der Artikel, der in dem ersten Teil dieser Arbeit analysiert wird, beleuchtet das Wiederaufleben der Serie „Girls“ von Lena Dunham aus der Perspektive der Generation Z, auch als Gen Z bekannt. Dieser Artikel enthält auch Interviews mit Mitgliedern der Gen Z, die ihre Ansichten zu den Charakteren und Handlungssträngen der Serie äußern. Sie diskutieren darüber, wie sich ihre Wahrnehmung der Serie verändert hat, seit sie sie zum ersten Mal gesehen haben, und was die Charaktere heute für sie bedeuten.

Der zweite Teil ist den online Zeitungsartikeln aus der Rubrik *Politik* gewidmet. Da werden insgesamt 15 ausgewählte Artikel, die zwischen November

2022 und Dezember 2023 auf der Internetseite VICE Deutschland (<https://www.vice.com/de>) veröffentlicht wurden, unter die Lupe genommen. Die ausgewählten Artikel stammen aus Post-Corona-Zeiten und sind den damaligen politischen Ereignissen gewidmet – trotzdem sind einige davon immer noch aktuell. Sie thematisieren beispielsweise Klimawandel und Proteste, Kriege und Konflikte, Abschiebungen, Russland, Israel und Palästina, Armenien und Aserbaidzhan (bzw. Bergkarabachkonflikt) usw.

4 Ergebnisse der Analyse

Die folgenden Ergebnisse beziehen sich auf den ersten Teil der Arbeit, d. h. auf die gefundenen Kollokationen im Artikel über die Serie „Girls“. Die morphosyntaktische Kategorisierung von Kollokationen nach Burger (2010: 38 ff.) umfasst fünf Gruppen, in die sie eingeordnet werden können. Dazu gehören verbale Phraseme mit Objekten, verbale Phraseme mit Adverbiale, verbale Phraseme mit komplexeren Ergänzungen, nominale Phraseme und adjektivische Phraseme. Im nächsten Abschnitt werden alle Kollokationen entsprechend der Kategorisierung in die zugehörigen Gruppen eingeteilt.

Verbale Phraseme mit Objekten:

1. [...] *erlebt gerade ein Revival* (ein Revival erleben),
2. [...] *dass sie kein Geld mehr von ihnen bekommen würde* (Geld bekommen),
3. *Die Gen Z hat Craftbeer und Hipster vielleicht gegen Vapes und Softbois eingetauscht* (etwas gegen etwas tauschen/eintauschen),
4. *Diesen Fehler habe ich mir gestern geleistet* (sich Fehler leisten),
5. [...] *die Entscheidungen, die sie trifft und ihren Modestil* (eine Entscheidung treffen),
6. *Ich glaube, sie hat versucht, sich an ihre Jugend zu klammern* (sich an etwas klammern),
7. *Tut mir leid* (sich leidtun),
8. [...] *obwohl sie keine Ahnung haben* (keine Ahnung haben),
9. *Sie hat gute Absichten* (gute Absichten haben),
10. [...] *er hat diese politischen Wünsche, die nie erfüllt werden* (Wünsche erfüllen),
11. *Ich habe solche Angst, dass ich zu Ray werde* (Angst haben),

12. *Der Sex und die Nacktheit sind natürlich mit der Geschichte verwoben und erfüllen einen Zweck* (einen Zweck erfüllen),
13. *Wann immer ich im Leben vor einem Problem stehe, schaue ich zum Trost diese Serie* (vor einem Problem stehen)

Verbale Phraseme mit Adverbiale:

1. *Es ist auf jeden Fall interessant zu sehen* (auf jeden Fall),
2. [...] *und das ist zu viel auf einmal* (zu viel auf einmal sein)

Verbale Phraseme mit komplexeren Ergänzungen:

1. [...] *was sie heute davon halten* (etwas von etwas halten),
2. [...] *scheint sich mit der Zeit hin zu einem tieferen Verständnis und Nostalgie gewandelt zu haben* (sich zu etwas wandeln),
3. [...] *als „problematisch“ bezeichnet* (etwas als etwas bezeichnen),
4. [...] *worüber reden die?* (über etwas reden),
5. *Hannah wurde zum Aushängeschild für nervige Millennials* (zu etwas werden),
6. [...] *sie hätten alles im Griff* (alles im Griff haben),
7. *Keines der Mädchen hat ihr Leben auf die Reihe bekommen, während in den meisten Coming-of-Age-Serien am Ende alle perfekt sind* (auf die Reihe bekommen)

Nominale Phraseme:

1. [...] *zu einem tieferen Verständnis* (tiefes Verständnis),
2. [...] *mag ich ihre negative Einstellung nicht* (negative/positive Einstellung),
3. *Sie ist definitiv die Stimme einer Generation* (die Stimme einer Generation),
4. [...] *dass die anderen Mädchen nicht die Vorbilder sind* (ein Vorbild sein)

Adjektivische Phraseme:

1. [...] *und ist sehr typisch für Millennials* (typisch für),
2. *Das ist richtig lustig* (richtig lustig),
3. *Als Schwarze Frau habe ich mich schon ab und zu gefragt* (ab und zu),
[...]
4. [...] *gab es damals noch nicht wirklich* (noch nicht wirklich),
5. *Es hätte immer noch peinlich und unbeholfen sein können* (peinlich sein)

Kollokationen erfüllen verschiedene Funktionen in einer Textsorte. Sie können Handlungen oder Ereignisse beschreiben, z. B. „ein Revival erleben“ zeigt die wachsende Berühmtheit der Serie „Girls“. Sie drücken Meinungen aus, wie „ein Vorbild sein“ oder „etwas von etwas halten“, und verdeutlichen Konzepte wie Selbstbeherrschung („alles im Griff haben“) und soziokulturelle Identität („Stimme einer Generation“). Sie betonen ebenso Meinungen und schaffen eine lockere Atmosphäre, z.B. „auf jeden Fall“ und „richtig lustig“. Es gibt 31 Kollokationen im Text, die verschiedene Funktionen haben. Diese sind sowohl in der geschriebenen Sprache (im VICE-Artikel) als auch in der gesprochenen Sprache (im Interview mit der Gen Z) präsent. Der Sprachwandel zeigt sich mit neuen Generationen, insbesondere durch soziale Medien und Mediennutzung der Gen Z. Sie verwenden oft Slang, Anglizismen und kommunizieren durch Emojis, Bilder oder Videos. Phraseme sind weiterhin wichtig und tragen zur Identitätsbildung der Gen Z bei. Ein Beispiel ist „Realitätscheck“, eine Mischung aus deutschen und englischen Wörtern. VICE, bekannt für seine vielfältigen Inhalte, spiegelt diese Vielfalt auch in seiner Sprache wider.

Im zweiten Teil wurden – wie schon erwähnt – insgesamt 15 ausgewählte Artikel aus der Rubrik *Politik* einer inhaltlichen Analyse unterzogen. Es hat uns interessiert, welche und wie viele (wenn überhaupt) Phraseme in solchen Texten zu finden sind. Dabei wurde auch nach möglichen Modifikationen¹ gesucht, da sie einigermaßen und trotz der schon erwähnten strukturellen Festigkeit vorkommen können. So wurden in diesen 15 ausgewählten VICE Deutschland-Artikeln insgesamt 26 unterschiedlichen Phraseme gefunden. An dieser Stelle muss man doch sagen, einige davon werden an mehreren Stellen wiederholt, wobei die Wiederholungen nicht jedes Mal berücksichtigt wurden. In drei Artikeln wurden keine gefunden. Um die Ergebnisse zu veranschaulichen, haben wir alle 26 Phraseme in zwei Gruppen aufgeteilt. Die ersten 13 sind nicht modifizierte feste Wortverbindungen (1–13).² Die nächsten 13 (14–26) stellen Modifikationen dar.

Die Anzahl an nicht modifizierten und modifizierten Phrasemen ist gleich, 13:13. Es muss aber gesagt werden, dass diese Modifikationen eher „harmlos“

1 Die erwähnten Modifikationen wurden mit den (original) Phrasemen, die im (online) Lexikon *Redensarten-Index* (<https://www.redensarten-index.de/suche.php>) zu finden sind, verglichen.

2 Diese sind samt bestimmten Erklärungen bzw. Bedeutungen, die sich in Klammern befinden, im (online) Lexikon *Redensarten-Index* (<https://www.redensarten-index.de/suche.php>) zu finden.

sind und sie beeinflussen die Struktur und die Bedeutung im Großen und Ganzen nicht. Das ist v. a. in folgenden Beispielen gut ersichtlich: *ein Ende finden* vs. *kein Ende finden*; *ein Ende nehmen* vs. *kein Ende nehmen*; *es niemandem recht machen* vs. *es jemandem recht machen*. Hier geht es um die positiven bzw. negativen Formen desselben Phrasems. In einem anderen Beispiel – *ein deutliches Zeichen setzen* vs. *ein Zeichen setzen* – kann man nur von einer Verstärkung des lexikalisierten Phrasems sprechen. Oder bei *jemanden aus dem Schlaf klingeln* vs. *jemanden aus dem Schlaf trommeln* bleibt das ganze Bild wie auch die Bedeutung im Prinzip unverändert. Von größeren strukturellen Veränderungen könnte man vielleicht in folgenden Beispielen sprechen: *Vorbehalte überwinden* vs. *Klippen überwinden*; *mit Vollgas gegen die Betonwand fahren* vs. *mit etwas gegen/an die Wand fahren* bzw. *etwas/den Karren/die Karre an/vor/gegen die Wand fahren*. Im ersten Fall wurde das Wort *Klippen* mit dem Wort *Vorbehalte* ausgetauscht, und im zweiten Fall kommt das Präfix *Beton-* zu dem Wort *Wand* noch dazu, was zur Steigerung von Intensität bzw. Kräftigkeit der Aussage zusätzlich beitragen könnte.

1. *etwas ins Leben rufen* vs. *etwas ins Leben rufen* (etwas gründen/neu schaffen)
2. *jemanden in Schach halten* vs. *jemanden/etwas in Schach halten* (jemanden/etwas unter Kontrolle haben)
3. *ums Leben kommen* vs. *ums Leben kommen* (sterben)
4. *etwas aufs Spiel setzen* vs. *etwas/viel/alles aufs Spiel setzen* (etwas/viel/alles riskieren)
5. *jemanden zum Kochen bringen* vs. *jemanden zum Kochen bringen* (jemanden wütend machen)
6. *jemanden um die Ecke bringen* vs. *jemanden um die Ecke bringen* (jemanden umbringen/verschwinden lassen)
7. *um jemanden einen Bogen machen* vs. *um etwas/jemanden einen (großen) Bogen machen* (etwas/jemanden meiden)
8. *jemandem das Herz brechen* vs. *jemandem das Herz brechen*; *jemandes Herz brechen* (jemanden sehr unglücklich machen; jemanden, der einen liebt, verlassen)
9. *Stellung nehmen* vs. *Stellung nehmen/beziehen* (die Meinung sagen; sich äußern)
10. *Jemandem Glauben schenken* vs. *jemandem/einer Sache Glauben schenken* (jemandem glauben)
11. *es steht schlecht um etwas* vs. *es steht schlecht um etwas/jemanden* (die Aussichten sind schlecht; jemand/etwas hat Probleme)

12. *an etwas ist nichts dran* vs. *an etwas ist nichts dran* ((Sachverhalt) etwas trifft nicht zu; etwas ist unwahr; (Gegenstand) etwas ist in Ordnung; etwas ist noch voll funktionsfähig/nicht kaputt;)
13. *zur Welt kommen* vs. *auf die/zur Welt kommen* (geboren werden)
14. *jemandem einen schlechten Ruf verpassen* vs. *jemandem ein Ding verpassen* (jemandem schaden/eins auswischen) bzw. *einen schlechten Ruf haben* (eine schlechte Reputation haben)
15. *in der Kritik stehen (für etwas)* vs. *ins Sperrfeuer der Kritik geraten/stehe* (heftig kritisiert werden)
16. *Auge um Auge* vs. *Auge um Auge, Zahn um Zahn* (Gleiches mit Gleichem vergelten)
17. *ein deutliches Zeichen setzen* vs. *ein Zeichen setzen* (etwas tun, um damit eine öffentliche Wirkung zu erzielen)
18. *ein Ende finden* vs. *kein Ende nehmen* (übermäßig lange dauern; nicht aufhören)
19. *ein Ende nehmen* vs. *kein Ende nehmen* (übermäßig lange dauern; nicht aufhören)
20. *es niemandem recht machen* vs. *es jemandem recht machen* (jemanden zufrieden stellen)
21. *mit Vollgas gegen die Betonwand fahren* vs. *mit etwas gegen/an die Wand fahren* (total erfolglos sein) bzw. etwas/den Karren/die Karre an/vor/ gegen die Wand fahren (scheitern mit etwas)
22. *sich gegen etwas zur Wehr setzen* vs. *sich (gegen jemanden) zur Wehr setzen* (sich wehren)
23. *Vorbehalte überwinden* vs. *Klippen überwinden* (Schwierigkeiten meistern)
24. *sich auf die Spur (von etw.) begeben* vs. *einer Sache auf die Spur kommen* (etwas aufdecken)
25. *jmdn. auf eine schwarze Liste setzen* vs. *eine schwarze Liste* (Negativliste; Verbotsliste)
26. *jemanden aus dem Schlaf klingeln* vs. *jemanden aus dem Schlaf trommeln* (jemanden unsanft/lautstark aufwecken)

Schlussbemerkungen

In den beiden Analysen wurden zahlreiche Phraseme gefunden. Das ist nur noch ein Beweis dafür, dass sie eine wichtige Rolle in der alltäglichen Kommunikation und im Mediendiskurs spielen. Die Anzahl von Phrasemen in verschiedenen online Zeitungsartiklen und/oder Rubriken kann variieren, was viel mit dem Schreibstil der einzelnen Journalisten und dem Themenbereich an sich zu tun hat. Jedenfalls lässt sich sagen, dass sie zur Dynamik des Geschriebenen immens beitragen könnten. Obwohl sich die Phraseme durch ihre Festigkeit kennzeichnen, ließen sich im Laufe der Analyse einige sozusagen harmlose strukturelle Modifikationen finden. Sie haben die Bedeutung von Phrasemen trotzdem nicht beeinflusst, nur die Intensität dessen, so dass das sinnliche Bild im Großen und Ganzen fast unverändert geblieben ist.

Quellen- und Literaturverzeichnis

- BURGER, Harald (2010): *Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen*. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- DUDEN (2013): *Redewendungen. Wörterbuch der deutschen Idiomatik 4., neu bearbeitete und aktualisierte Auflage*. Berlin: Dudenverlag.

Internetquellen

- BOESELAGER Matern (2023): *Warum der Staat dir 120.000 Euro schenken sollte*. In: VICE Deutschland. 3.11.2023. Erhältlich unter: <https://www.vice.com/de/article/7kxd3y/warum-der-staat-dir-120000euro-schenken-sollte> (Zugriffsdatum: 18.5.2024).
- Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache*. Erhältlich unter: <https://www.dwds.de/> (Zugriffsdatum: 5.5.2024).
- FORT Martin (2023): *Dieser Fotograf hat eine Kamera aus Polizeigranaten gebaut, um Strassenschlachten zu fotografieren*. In: VICE Deutschland. 29.12.2023. Erhältlich unter: <https://www.vice.com/de/article/93k8ay/dieser-fotograf-hat-eine-kamera-aus-polizeigranaten-gebaut-um-strassenschlachten-zu-fotografieren> (Zugriffsdatum: 18.5.2024).
- GEYER Tim (2022): *Fotos: Diese internationalen Freiwilligen entschärfen Minen in der Ukraine*. In: VICE Deutschland. 24.11.2022. Erhältlich unter: <https://www.vice.com/de/article/k7b5wz/fotos-diese-internationalen-freiwilligen-entschaerfen-minen-in-der-ukraine> (Zugriffsdatum: 18.5.2024).
- HOFMANN Robert (2023): *So spießig ist die Letzte Generation*. In: VICE Deutschland. 8.5.2023. Erhältlich unter: <https://www.vice.com/de/article/epvx8p/so-spiessig-ist-die-letzte-generation> (Zugriffsdatum: 18.5.2024).
- MALKOWSKI Jelena (2023): *Wir haben Menschen in Lützerath gefragt, was ihnen jetzt noch Hoffnung macht*. In: VICE Deutschland. 16.1.2023. Erhältlich unter: <https://>

- www.vice.com/de/article/4ax9q3/luetzerath-klima-protest-hoffnung (Zugriffsdatum: 18.5.2024).
- PROTHERO Mitchell (2023): *Wie diese Familie den Hamas-Angriff auf ihren Kibbuz überlebte*. In: VICE Deutschland. 19.10.2023. Erhältlich unter: <https://www.vice.com/de/article/4a3bgm/israel-beeri-wie-diese-familie-den-hamas-angriff-auf-ihren-kibbuz-uberlebte> (Zugriffsdatum: 18.5.2024).
- Redensarten-Index*. Erhältlich unter: <https://www.redensarten-index.de/suche.php> (Zugriffsdatum: 20.5.2024).
- SCHEWITZ Kim (2023): *Die Serie ‚Girls‘ aus der Sicht der Gen Z*. In: VICE Deutschland. 12.10.2022. Erhältlich unter: <https://www.vice.com/de/article/5d9dj8/die-serie-girls-aus-der-sicht-der-gen-z> (Zugriffsdatum: 5.5.2024).
- THEIS Alexandra (2023): *Anführer der Söldner-Armee Wagner: Jewgeni Prigoschin ist Kinderbuchautor*. In: VICE Deutschland. 27.6.2023. Erhältlich unter: <https://www.vice.com/de/article/88x8gz/anfuhrer-der-soldner-armee-wagner-jewgeni-prigoschin-ist-kinderbuchautor> (Zugriffsdatum: 18.5.2024).
- THEIS Alexandra (2023): *Ein Gesetz in komplett weiblicher Form bringt Österreich zum Kochen*. In: VICE Deutschland. 3.8.2023. Erhältlich unter: <https://www.vice.com/de/article/v7b3ka/ein-gesetz-in-komplett-weiblicher-form-bringt-osterreich-zum-kochen> (Zugriffsdatum: 18.5.2024).
- THEIS Alexandra (2023): *Um die Bevölkerung zu schützen: Armenien will Bergkarabach aufgeben*. In: VICE Deutschland. 24.5.2023. Erhältlich unter: <https://www.vice.com/de/article/93kane/um-die-bevoelkerung-zu-schutzen-armenien-will-bergkarabach-aufgeben> (Zugriffsdatum: 18.5.2024).
- THEIS Alexandra (2023): *Um die Bevölkerung zu schützen: Armenien will Bergkarabach aufgeben*. In: VICE Deutschland. 24.5.2023. Erhältlich unter: <https://www.vice.com/de/article/93kane/um-die-bevoelkerung-zu-schutzen-armenien-will-bergkarabach-aufgeben> (Zugriffsdatum: 18.5.2024).
- UEDA Gen (2022): *Wenn Frauen in den bewaffneten Widerstand gehen*. In: VICE Deutschland. 7.12.2022. Erhältlich unter: <https://www.vice.com/de/article/y3px95/wenn-frauen-in-den-bewaffneten-widerstand-gehen> (Zugriffsdatum: 18.5.2024).
- VICE Staff (2023): *„Fake-Wahlbeobachter“: VICE gewinnt Gerichtsprozess gegen FPÖ-Politiker*. In: VICE Deutschland. 14.7.2023. Erhältlich unter: <https://www.vice.com/de/article/epvpy4/fake-wahlbeobachter-vice-gewinnt-gerichtsprozess-gegen-fpoe-politiker> (Zugriffsdatum: 18.5.2024).
- WINTER Sabrina (2022): *Rückflug in die Diktatur: Deutschland schiebt Oppositionelle ab, Aserbaidshanschan sperrt sie ein*. In: VICE Deutschland. 26.10.2022. Erhältlich unter: <https://www.vice.com/de/article/4axb9b/deutschland-abschiebung-aserbaidshanschan-oppositionelle-gefaengnis-diktatur> (Zugriffsdatum: 18.5.2024).
- WINTER Sabrina (2022): *Wie Bayern Klima-Aktivisten mit einem Antiterrorgesetz bekämpft*. In: VICE Deutschland. 11.11.2022. Erhältlich unter: <https://www.vice.com/de/article/wxnkj4/bayern-klima-aktivisten-antiterrorgesetz-bekampft> (Zugriffsdatum: 18.5.2024).
- WINTER Sabrina (2023): *Sieben Jahre Knast in Tadschikistan, weil deutsche Behörden falsch entscheiden*. In: VICE Deutschland. 30.3.2023 Erhältlich unter: <https://www.vice.com/de/article/v7bmm3/abdullohi-shamsiddin-in-tadschikistan-in-haft> (Zugriffsdatum: 18.5.2024).

Phraseme in Fußballberichten in den Zeitungen *Delo* und *Die Welt*

Lucija Janc Novak, Janja Žnidarčič

Povzetek

V članku so predstavljeni frazemi v nogometnih poročilih v časopisih *Delo* in *Die Welt*. Poudarek je na frekvenci in njihovem mestu v besedilu ter primerjavi med slovenskim in nemškim gradivom. Namen prispevka je ugotoviti, ali na tem področju prihaja do razlik med nemškimi in slovenskimi nogometnimi poročili.

Ključne besede: frazemi, nogometno poročilo, frekvenca, umestitev v besedilo, športno novinarstvo

Schlüsselwörter: Phraseme, Fußballbericht, Frequenz, textuelle Einbettung, Sportjournalismus

1 Einleitung

In der vorliegenden Untersuchung werden die Frequenz und die textuelle Einbettung der Phraseme in slowenischen und deutschen Fußballberichten untersucht und verglichen. Die Frequenz der Phraseme ist in verschiedenen Textsorten sehr unterschiedlich. Dabei ergeben sich die Fragen, wie oft Phraseme in Fußballberichten vorkommen, an welchen Textstellen, und ob es in diesem Hinblick Unterschiede zwischen slowenischen und deutschen Berichten gibt. Es ist zu erwarten, dass es keine großen Unterschiede geben wird und dass Phraseme in beiden Sprachen frequent eingesetzt werden. In den Zeitungsartikeln werden mit Hilfe von mehreren Wörterbüchern alle Phraseme bestimmt. Sie werden dann auch nach ihrer textuellen Einbettung in 4 Gruppen unterteilt.

2 Theoretische Vorüberlegungen

2.1 *Phraseologie*

Laut Burger (vgl. 2010: 11 ff.) ist Phraseologie eine Teildisziplin der Linguistik, die sich intensiv mit der Erforschung von Phrasemen befasst. Diese phraseologischen Einheiten sind feste Wortverbindungen, die aus mindestens zwei Wörtern bestehen. Im Gegensatz zu freien Wortkombinationen sind Phraseme durch ihre stabile Form und Bedeutung charakterisiert. Ihre Zusammensetzung ist nicht willkürlich, sondern in genau dieser Form in der Sprachgemeinschaft etabliert und bekannt.

Ein wesentliches Merkmal von Phrasemen ist, dass ihre Gesamtbedeutung nicht einfach die Summe der Bedeutungen ihrer Einzelteile darstellt. Vielmehr entsteht durch die Verbindung der Wörter eine neue, eigenständige Bedeutung, die nicht aus der isolierten Betrachtung der Bestandteile abgeleitet werden kann. Dies macht Phraseme zu einem faszinierenden Forschungsgebiet, weil sie uns helfen zu verstehen, wie unser Gehirn Sprache verarbeitet und Bedeutungen zuweist.

Die Bedeutung und Verwendung von Phrasemen können sich je nach Sprache, Kultur und Kontext unterscheiden. Daher ist die Untersuchung von Phrasemen in verschiedenen Sprachen und textuellen Umgebungen von großem Interesse, um sprachliche und kulturelle Unterschiede sowie universelle Prinzipien der Phraseologie besser zu verstehen.

2.2 Textsorte Fußballbericht

Fußballbericht ist eine journalistische Textsorte. Laut Pavić Pintarić und Miletić (vgl. 2018: 137 f.) werden in Fußballberichten das Spiel, das Verhalten der Spieler, der Trainer und der Fußballfans beschrieben. Oft sind ein Teil von solchen Berichten auch Einschätzungen und Emotionen. Um diese besser ausdrücken zu können und dem Leser die Atmosphäre auf dem Sportplatz nahe zu bringen, verwendet man oft Phraseme. In Fußballberichten herrscht auch die sogenannte Fußballsprache. Damit sind die fachsprachlichen Ausdrücke, der Sportjargon und die Sportreportsprache gemeint. Diese werden von Journalisten bei einer Sportberichterstattung verwendet, um eine gewisse Nähe zum sportinteressierten Medienpublikum herzustellen und um emotionale Anteilnahme am Sportgeschehen zum Ausdruck zu bringen.

3 Korpus und Vorgehensweise

Für die Analyse wurden insgesamt 60 Artikel ausgewählt, jeweils 30 aus der slowenischen Zeitung *Delo* und 30 aus der deutschen Zeitung *Die Welt*. Die Online-Artikel der Zeitung *Delo* sind nur mit Registrierung zugänglich, während die Artikel von der Zeitung *Die Welt* frei zugänglich sind. Bei der Bestimmung der Phraseme in den slowenischen Artikeln kamen die Online-Wörterbücher *Fran* und *Frazemi.com* zum Einsatz. Zur Bestimmung der Phraseme in den deutschen Artikeln wurden die Wörterbücher *Duden 11* und der *Redensarten-Index* verwendet. Diese methodische Vorgehensweise gewährleistet eine systematische und vergleichbare Analyse der Phraseme in den beiden unterschiedlichen sprachlichen und kulturellen Kontexten.

4 Ergebnisse der Analyse

4.1 Slowenische Artikel

Die erste Gruppe von Artikeln umfasst Beiträge, die sowohl den heimischen Fußball als auch ausländische Ligen zwischen dem 8. Mai und dem 25. Mai 2024 behandeln. Der kürzeste Artikel umfasst 184 Wörter, der längste 1069 Wörter, mit einer durchschnittlichen Wortanzahl von 452 pro Artikel. Insgesamt wurden in diesen 15 analysierten Artikeln 33 Phraseme identifiziert. Die Anzahl der Phraseme pro Artikel variiert zwischen 0 und 6. Zwei Artikel enthalten keine Phraseme, vier Artikel jeweils ein Phrasem, vier weitere

Artikel zwei Phraseme, zwei Artikel drei Phraseme und jeweils ein Artikel enthält vier, fünf bzw. sechs Phraseme. Im Durchschnitt ergeben sich somit 2,2 Phraseme pro Artikel. In drei Artikeln kann man beobachten, dass das selbe Phrasem zweimal wiederholt wird. So wird im Artikel *Osvojil italijanski pokal, nato pa dobil nogo* das Phrasem *dobiti nogo* zweimal wiederholt. Einmal erscheint es in der Überschrift, das andere Mal im weiteren Text. Dann wird im Artikel *Odprte so še vse fronte, razen šampionske* das Phrasem *vreči puško v koruzo* zweimal wiederholt. Einmal erscheint es in der Beschreibung unter dem Bild, das andere Mal im Text selbst. Im Artikel *Roma je izgubil bitko za ligo prvakov, v kateri bo prvič igrala Bologna* finden wir zweimal das Phrasem *izgubiti bitko s kom ali s čim*. Auch hier erscheint das Phrasem einmal in der Überschrift und das andere Mal im Text. Phraseme, die in den Artikeln häufiger vorkommen, sind auch: *biti razred zase*, *stresati jezo na koga ali kaj* und typische „Fußballphraseme“ wie: *zadeti v polno*, *potisniti žogo v mrežo* und *poslati žogo v mrežo*. Interessanterweise finden sich (obwohl es sich um Fußballartikel handelt) mehr Phraseme, die mit Händen als mit Füßen zu tun haben: *dobiti/ imeti proste roke*, *imeti polne roke dela* und *meti si roke*. Von den 33 gefundenen Phrasemen traten die meisten (27) im Fließtext auf, 4 in den Überschriften und 2 in den Bildunterschriften.

Die zweite Gruppe von slowenischen Artikeln umfasst 15 Beiträge, die sowohl über den heimischen Fußball, über ausländische Ligen, und auch die Champions League zwischen dem 20. April und dem 4. Mai 2024 berichten. Der kürzeste Artikel enthält 236 Wörter und der längste 1021, was dann im Durchschnitt 451 Wörter beträgt. Insgesamt wurden 38 Phraseme gefunden. Alle Artikel erhalten mindestens 1 Phrasem, davon neun Artikel jeweils ein Phrasem, zwei Artikel zwei Phraseme und jeweils ein Artikel enthält vier, sechs, sieben bzw. acht Phraseme. Im Durchschnitt ergeben sich somit 2,53 Phraseme pro Artikel. In diesen Artikeln gibt es viele Phraseme mit den Elementen *žoga* (dt. Ball) und *mreža* (dt. Netz), die sind aber nicht in der Überzahl. Es sind auch viele Phraseme aus dem Bereich Körperteile zu finden, z. B. *kamen se odvali komu od srca*. Wieder sind mehr Beispiele von Phrasemen mit Händen als mit Füßen zu finden, z. B. *ostati praznih rok* oder *na dosegu roke*. Außerdem gibt es verschiedenste Phraseme, auch solche, die im Alltag gebräuchlich sind, z. B. *roko na srce*. Phraseme, die in den Artikeln mehrmals vorkommen, sind *igrati/poigravati se z živci (koga)*; *iz oči v oči*; *poslati žogo čez gol* und *poslati žogo mimo vrat*. Von 38 gefundenen Phrasemen befanden sich die meisten (31) im Fließtext, 5 in Bild- und Videounterschriften und jeweils 1 Phrasem im Lead und in der Überschrift.

4.2 Deutsche Artikel

Die deutschen Artikel der ersten Gruppe wurden zwischen dem 11. und 19. Mai 2024 verfasst. Alle beziehen sich auf die deutsche Bundesliga. Der kürzeste Artikel umfasst 450 Wörter, der längste 1139 Wörter. Die durchschnittliche Wortzahl pro Artikel beträgt 662. Daraus lässt sich erkennen, dass die deutschen Artikel deutlich länger sind als die Slowenischen, die im Durchschnitt 452 Wörter enthalten. Insgesamt wurden 54 Phraseme gefunden. Interessanterweise gibt es Phraseme in jedem Artikel. In vier Artikeln findet sich jeweils ein Phrasem, in drei Artikeln jeweils zwei Phraseme, ein Artikel enthält drei Phraseme und ein weiterer vier Phraseme. Fünf Phraseme finden sich in drei Artikeln, sechs Phraseme in zwei Artikeln. Der unbestrittene Favorit ist jedoch ein Artikel mit zehn Phrasemen. Die durchschnittliche Anzahl von Phrasemen pro Artikel beträgt somit 3,6, was mehr ist als die durchschnittlichen 2,2 Phraseme in den slowenischen Artikeln. Das einzige Phrasem, das in demselben Artikel *Wahnsinn in Köln – Tor in der Nachspielzeit verhindert vorzeitigen Abstieg zweimal erscheint*, ist *Tollhaus* beziehungsweise *das Stadium wird zum Tollhaus*. Man kann feststellen, dass die Journalisten viele Phraseme verwenden, die die Stimmung oder das Gefühl beschreiben, wie zum Beispiel: *es herrscht (eitel/pure) Freude*, *Nerven zeigen*, *jemanden aus der Ruhe bringen*, *stinksauer sein* und *ein Wechselbad der Gefühle*. Zweimal findet sich auch ein Phrasem, das sich auf die Hand bezieht (ähnlich wie in den slowenischen Artikeln): *etwas in der Hand haben*. Es gibt auch ein Phrasem, das mit dem Herzen verbunden ist, nämlich: *jemanden ins Herz treffen*; und ein Phrasem, das mit dem Mund zu tun hat: *in aller Munde sein*. Unter den Phrasemen, die speziell mit Fußball oder Sport verbunden sind, erscheint *in Führung bringen* dreimal. Auch das Phrasem *ins Spiel kommen* wird einmal verwendet. Im Artikel *Zum Abschied spendiert Reus den Fans Freibier im Stadion* finden wir auch das Phrasem *Das geht auf mich*. Es zeigt Reus' großzügige Geste, den Fans Freibier anzubieten, als Dank für ihre Unterstützung während seiner Zeit beim BVB. Von den insgesamt 54 identifizierten Phrasemen erscheinen 50 im Fließtext, 4 in den Bildunterschriften und keine im Titel.

Auch die zweite Gruppe von deutschen Artikeln umfasst 15 Artikel, die zwischen dem 23. Februar und dem 21. Mai 2024 publiziert wurden. Sie berichten vor allem über die deutsche Liga, Champions League und die deutsche Nationalmannschaft. Sie sind unterschiedlich lang, zwischen 444 und 1269 Wörtern; im Durchschnitt beträgt das 763,2 Wörter. Es lässt sich sagen, dass deutsche Artikel deutlich länger als slowenische sind. Insgesamt wurden 77 Phraseme gefunden. Ein Artikel enthält kein Phrasem, jeweils ein Artikel

enthält zwei, vier, sieben und sechzehn Phraseme und jeweils zwei Artikel erhalten ein, drei, fünf, sechs bzw. neun Phraseme. Im Durchschnitt beträgt das 5,13 Phraseme pro Artikel. Dabei ist der Artikel mit 16 Phrasemen hervorzuheben, der großen Masse dazu beiträgt. Die Phraseme in Artikeln sind wieder sehr unterschiedlich, aus verschiedenen Bereichen. Es gibt auch diejenigen, die im Alltagsleben gebräuchlich sind, z. B. *das letzte Wort haben*. Viele sind sehr bildhaft, z. B. *die Zeit läuft jemandem davon*. Einige gehören auch zum Gebiet Körperteile, z. B. *in die Knie gehen*. Phraseme, die in Artikeln mehrmals vorkommen sind *auf der Bank sitzen*, *etwas bekannt geben*, *sich breit machen* und *die Nerven verlieren*. Von 77 gefundenen Phrasemen befanden sich 63 im Fließtext, 9 in Leads, 4 in Bild- und Videounterschriften und 1 in der Überschrift.

Um die Ergebnisse in beiden Sprachen gerecht vergleichen zu können, soll man zuerst damit rechnen, dass deutsche Artikel im Durchschnitt viel länger waren, deshalb ist es nicht überraschend, dass darin auch deutlich mehrere Phraseme vorkamen. Es wurden 71 slowenische Phraseme gefunden, was 2,37 Phraseme pro Artikel beträgt. Es gibt 131 deutsche Phraseme, oder 4,43 Phraseme pro Artikel. Wenn man aber die Länge von Artikeln beachtet, kommt man zum Schluss, dass es in slowenischen Artikeln 1 Phrasem pro ca. 191 Wörter gibt, während es in deutschen Artikeln 1 Phrasem pro ca. 163 Wörter gibt. Daraus ist zu beschließen, dass Phraseme in deutschen Sportberichten trotzdem etwa frequenter vorkommen.

Tabelle 1: Vergleich der Phraseme in deutschen und slowenischen Artikeln

	slowenische Artikel	deutsche Artikel
Anzahl aller Phraseme	71	131
Phraseme pro Artikel	2,37	4,43
Wörter pro Artikel	451,7	712,5
	1 Phrasem pro ca. 191 Wörter	1 Phrasem pro ca. 163 Wörter

Es wurde auch die genaue Textstelle der textuellen Einbettung der Phraseme analysiert.

Tabelle 2: Vergleich der Textstelle von Phrasemen in deutschen und slowenischen Artikeln

	slowenische Artikel	deutsche Artikel
Anzahl aller Phraseme	71	131
Überschriften	5 (7 %)	1 (0,8 %)
Lead	2 (2,8 %)	9 (6,9 %)
Bild- und Videounter-schriften	7 (9,9 %)	8 (6,1 %)
Fließtext	57 (80,3 %)	113 (86,2 %)

Aus der Tabelle geht hervor, dass die Mehrheit der Phraseme in beiden Sprachen, jeweils mehr als 80 %, im Fließtext stehen. Das ist zu erwarten, weil dieser Teil auch der größte ist. Zwischen anderen Textstellen gibt es aber in den beiden Sprachen Unterschiede. In den deutschen Artikeln kommen z. B. Phraseme in Überschriften nur einmal vor, während sie in den slowenischen Überschriften fünfmal vorkommen. Auch in Bild- und Videounter-schriften gibt es prozentweise mehr slowenische als deutsche Phraseme, der Unterschied ist aber nicht so groß. Auf der anderen Seite sind Phraseme im Lead im Deutschen (9) viel häufiger als im Slowenischen (2).

5 Diskussion

Die Ergebnisse bestätigen, dass Phraseme wesentliche Werkzeuge im Fußballjournalismus sind, um Emotionen zu vermitteln und die Leser zu binden. Dies steht im Einklang mit der Theorie, dass Phraseme genutzt werden, um die Atmosphäre des Spiels und die Emotionen der Beteiligten lebendig zu schildern.

Die höhere Frequenz und Vielfalt der Phraseme in deutschen Artikeln kann auf eine stärkere Tradition der bildhaften Sprache im deutschen Sportjournalismus hinweisen, was zu einer intensiveren Leserbindung beiträgt.

Unterschiede in der Platzierung der Phraseme innerhalb der Artikel unterstützen ebenfalls theoretische Annahmen: Slowenische Artikel setzen Phraseme häufiger in Überschriften und Bildunterschriften ein, was darauf hindeutet, dass sie diese stärker zur direkten Ansprache der Leser nutzen. Deutsche Artikel verwenden Phraseme dagegen vermehrt im Lead, um den Text zu strukturieren und zu kontextualisieren. Dies deutet auf unterschiedliche stilistische Ansätze hin, die sich aus verschiedenen journalistischen Traditionen ergeben.

Die Untersuchung zeigt auch Potenziale zur Verbesserung auf: Slowenische Journalisten könnten die Nutzung von Phrasemen im Lead intensivieren, während deutsche Journalisten den Einsatz in Überschriften und Bildunterschriften verstärken könnten, um die Lesersprache weiter zu optimieren. Insgesamt bieten die Ergebnisse wertvolle Einblicke in die kulturellen und stilistischen Besonderheiten des Sportjournalismus in beiden Ländern und zeigen sowohl Übereinstimmungen als auch Differenzen auf.

Zusammenfassung und Ausblick

Der vorliegende Beitrag untersuchte die Frequenz und Textstellen von Phrasemen in slowenischen und deutschen Fußballberichten, um Unterschiede zwischen diesen beiden sprachlichen und kulturellen Kontexten zu ermitteln. Entgegen der anfänglichen Erwartung, dass es keine großen Unterschiede geben würde, zeigten die Ergebnisse einige interessante Differenzen.

Die Analyse umfasste insgesamt 60 Artikel, jeweils 30 aus der slowenischen Zeitung *Delo* und 30 aus der deutschen Zeitung *Die Welt*. Die Ergebnisse zeigen, dass die deutschen Artikel im Durchschnitt länger sind und mehr Phraseme enthalten als die slowenischen Artikel. In den deutschen Artikeln wurden durchschnittlich 4,43 Phraseme pro Artikel gefunden, während die slowenischen Artikel im Durchschnitt 2,37 Phraseme pro Artikel enthielten.

Auch die Verteilung der Phraseme innerhalb der Artikel unterscheidet sich. In den deutschen Artikeln treten Phraseme hauptsächlich im Fließtext auf, während sie in den slowenischen Artikeln häufiger auch in Bild- und Videounterschriften und Überschriften vorkommen. Zudem verwenden deutsche Journalisten häufiger Phraseme, die Emotionen und Stimmungen ausdrücken, während in den slowenischen Artikeln Phraseme, die mit Händen zu tun haben, besonders häufig sind.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass obwohl der Gebrauch von Phrasemen in beiden Sprachen eine wichtige Rolle spielt, die deutschen Fußballberichte eine höhere Dichte und Variation an Phrasemen aufweisen. Diese Erkenntnisse könnten darauf hindeuten, dass die deutsche Fußballberichterstattung eine intensivere Nutzung von sprachlichen Mitteln zur emotionalen Einbindung der Leser bevorzugt. Zukünftige Untersuchungen könnten diese Ergebnisse weiter vertiefen und untersuchen, wie diese Phrasem-Nutzung die Wahrnehmung der Berichte beeinflusst.

Quellen- und Literaturverzeichnis

- BURGER, Harald (2010): *Phraseologie – eine Einführung am Beispiel des Deutschen*. Berlin: Erich Schmidt Verlag (S. 11–13).
- DUDEN 11 (2013): *Redewendungen. Wörterbuch der deutschen Idiomatik 4., neu bearbeitete und aktualisierte Auflage*. Berlin: Dudenverlag.
- PAVIĆ PINTARIĆ, Anita, MILETIĆ, Nikolina (2018): Phraseme als Ausdruck der Emotionen am Beispiel der Fußballberichte. In: *Fluminensia*. Jg. 30, Nr. 2, S. 137–156.

Internetquellen

- Fran: Slovarji Inštituta za slovenski jezik Frana Ramovša ZRC SAZU: <https://fran.si> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
- Frazeološki slovar: <https://www.frazemi.com/> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
- Online-Wörterbuch der Redensarten: <https://www.redensarten-index.de/suche.php> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
- Online Ausgabe der Zeitung *Delo* aus April 2024 und Mai 2024:
<https://www.delo.si/sport/nogomet/arsenal-prezivel-dramo-in-dobil-derbi-s-tottenhamom/> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
<https://www.delo.si/sport/nogomet/arsenal-prihaja-v-manchester-city-v-london-bodortmund-poravnal-racune/> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
<https://www.delo.si/sport/nogomet/arsenal-razbil-chelsea-za-skok-na-vrh/> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
<https://www.delo.si/sport/nogomet/benjamin-sesko-zadel-se-sestic-zapored/> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
<https://www.delo.si/sport/nogomet/v-rogaski-slatini-so-kidricani-zadevali-kot-prvaki/> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
<https://www.delo.si/sport/nogomet/celjani-se-igrajo-z-zivci-navijacev-in-tudi-svojimi/> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
<https://www.delo.si/sport/nogomet/elsner-z-velikansko-tocko-iz-pariza/> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
<https://www.delo.si/sport/nogomet/arsenal-znova-vrgel-rokavico-manchester-cityju/> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
<https://www.delo.si/sport/nogomet/gorica-po-enajstmetrovkah-prvi-finalist-slovenskega-pokala/> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
<https://www.delo.si/sport/nogomet/jubilej-seska-domaci-navijaci-pricakali-leipzigoves-kislino/> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
<https://www.delo.si/sport/nogomet/koprcane-pot-do-zmagovalcev-sezone-vodi-preko-vijolicnih/> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
<https://www.delo.si/sport/nogomet/madridski-real-je-znova-nasel-pot-iz-brezna/> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
<https://www.delo.si/sport/nogomet/manchester-united-presenetil-city/> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
<https://www.delo.si/sport/nogomet/zlogar-iz-rokava-povlekel-pravega-dzokerja/> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).

- <https://www.delo.si/sport/nogomet/velika-tocka-radomljanov-v-spodnji-siski/> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
- <https://www.delo.si/sport/nogomet/oblak-in-druscina-strla-baske/> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
- <https://www.delo.si/sport/nogomet/odprte-so-se-vse-fronte-razen-sampionske/> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
- <https://www.delo.si/sport/nogomet/prva-liga-snl-olimpija-mura-maribor-celje/> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
- <https://www.delo.si/sport/nogomet/osvojil-italijanski-pokal-nato-pa-dobil-nogo/> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
- <https://www.delo.si/sport/nogomet/liverpool-dobil-derbi-in-ohranil-matematicno-upanje-na-lovoriko/> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
- <https://www.delo.si/sport/nogomet/real-favorit-za-zmago-nic-zato-na-wembley-ze-li-kar-400-000-nemcev/> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
- <https://www.delo.si/sport/nogomet/real-madrid-potrdil-naslov-barcelono-nadigrali-na-njenem-stadionu/> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
- <https://www.delo.si/sport/nogomet/real-z-golom-juda-bellinghama-v-91-minuti-usel-barceloni-ze-za-11-tock/> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
- <https://www.delo.si/sport/nogomet/riera-zacel-krznar-dokoncal-celje-ima-drugo-sampionsko-zvezdico/> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
- <https://www.delo.si/sport/nogomet/bologna-zasijala-tudi-na-svetem-stadionu-diego-maradona/> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
- <https://www.delo.si/sport/nogomet/sesko-zadel-se-petic-zapored-zdaj-ze-pri-stevilki-12/> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
- <https://www.delo.si/sport/nogomet/sporar-in-cerin-videla-visoko-zmago-paoka/> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
- <https://www.delo.si/sport/nogomet/na-bavarskem-ze-pleseta-velikana/> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
- <https://www.delo.si/sport/nogomet/vecer-vijolicnega-slavja-in-nasmeha-za-turskega-poslovneza/> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
- <https://www.delo.si/sport/nogomet/west-ham-bi-pokvaril-zabavo-sesko-lovi-sedmico/> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
- Online Ausgabe der Zeitung *Die Welt* aus Februar, März, Mai 2024
- <https://www.welt.de/sport/fussball/bundesliga/sc-freiburg/article251471312/SC-Freiburg-Streich-und-der-weinende-Flitzer-liegen-sich-in-den-Armen.html> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
- <https://www.welt.de/sport/fussball/article251613922/Toni-Kroos-Nationalspieler-kuendigt-Karriereende-an.html> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
- <https://www.welt.de/sport/fussball/bundesliga/fc-bayern-muenchen/article251481600/FC-Bayern-Muenchener-Sieg-gegen-Wolfsburg-doch-Klub-verabschiedet-Thomas-Tuchel-nicht.html> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
- <https://www.welt.de/sport/fussball/bundesliga/borussia-dortmund/article251533726/BVB-Bei-seiner-Vorstellung-als-neuer-Boss-legt-Ricken-ein-Versprechen-ab.html> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).

- <https://www.welt.de/sport/fussball/bundesliga/article250229478/FC-Bayern-Muenchen-Bericht-ueber-Tuchels-brisante-Plaene-mit-Kimmich.html> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
- <https://www.welt.de/sport/fussball/2-bundesliga/article251476700/Zweite-Liga-Braunschweig-und-Lautern-gerettet-Rostock-hofft-St-Pauli-feiert.html> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
- <https://www.welt.de/sport/fussball/article251419660/BVB-Wahnsinn-in-Paris-Dortmund-steht-im-Finale-der-Champions-League.html> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
- <https://www.welt.de/sport/fussball/bundesliga/borussia-dortmund/article251483372/BVB-Nagelsmann-beruft-ueberraschend-Dortmunds-Verteidiger-Schlotterbeck-in-EM-Kader.html> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
- <https://www.welt.de/sport/fussball/bundesliga/article251480378/Bundesliga-Abstieg-Das-kann-einer-der-kuriosesten-Klassenerhalte-seit-langer-Zeit-werden.html> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
- <https://www.welt.de/sport/fussball/bundesliga/bayer-leverkusen/article251483416/Bayer-Leverkusen-Der-naechste-Streich-Werksel-deklassiert-auch-VfL-Bochum.html> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
- <https://www.welt.de/sport/fussball/champions-league/article251506546/Champions-League-Als-Trainer-Terzic-kurzfristig-um-seinen-Posten-bangen-musste.html> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
- <https://www.welt.de/sport/fussball/article250763490/Deutsche-Nationalmannschaft-Deutschland-zeigt-Nehmerqualitaeten-und-bezwingt-Holland.html> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
- <https://www.welt.de/sport/fussball/bundesliga/article251467976/Traditionsverein-Dieser-Abstieg-spaltet-den-1-FC-Koeln.html> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
- <https://www.welt.de/sport/fussball/champions-league/article251435828/Champions-League-FC-Bayern-Muenchen-verliert-nach-Doppelschlag-bei-Real-Madrid.html> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
- <https://www.welt.de/sport/fussball/article251472112/Bundesliga-33-Spieltag-Frankfurt-sichert-Platz-sechs-Gladbach-den-Klassenerhalt.html> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
- <https://www.welt.de/sport/fussball/bundesliga/article251587266/Bundesliga-Abstieg-Heidenheim-schickt-Koeln-in-Zweite-Liga-dramatische-Rettung-fuer-Union.html> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
- <https://www.welt.de/sport/fussball/2-bundesliga/article251479956/Zweite-Liga-Hoch-im-Norden-FC-St-Pauli-folgt-Kiel-in-die-Bundesliga.html> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
- <https://www.welt.de/sport/article251555084/Nagelsmann-ueber-EM-Ich-habe-schon-den-Glauben-dass-wir-das-Ding-gewinnen-koennen.html> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
- <https://www.welt.de/sport/fussball/3-liga/article251594880/Energie-Cottbus-Haette-nicht-noch-eine-Regionalliga-Saison-durchgehalten-sagt-Wollitz.html> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
- <https://www.welt.de/sport/fussball/2-bundesliga/article251471304/Zweite-Liga-Kaiserslautern-muss-weiter-zittern-Rostock-vor-Abstieg.html> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).

- <https://www.welt.de/sport/fussball/article251472658/1-FC-Union-in-Koeln-Kein-Verstaendnis-Unions-Bewerbung-fuer-die-2-Liga.html> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
- <https://www.welt.de/sport/article251588888/Gegen-Leipzig-Kuriose-Panne-sorgt-fuer-Spielunterbrechung-in-Frankfurt.html> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
- <https://www.welt.de/sport/article251471950/Bundesliga-Topspiel-Dortmund-gegen-Mainz-05-im-Liveticker.html> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
- <https://www.welt.de/sport/fussball/bundesliga/borussia-dortmund/article251483372/BVB-Nagelsmann-beruft-ueberraschend-Dortmunds-Verteidiger-Schlotterbeck-in-EM-Kader.html> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
- <https://www.welt.de/sport/fussball/bundesliga/fc-bayern-muenchen/article251438726/FC-Bayern-Raubueberfall-im-Bernabeu-Ein-Skandal-ein-weiterer-die-Pressestimmen.html> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
- <https://www.welt.de/sport/article251475934/Holstein-Kiel-Thomas-Mueller-kriegt-hier-Flashbacks-Und-Harry-Kane-nehme-ich-in-Manndeckung.html> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
- <https://www.welt.de/sport/fussball/bundesliga/1-fc-union-berlin/article251591536/Union-Berlin-Fehleranalyse-hat-begonnen-Klub-Boss-Zingler-faengt-bei-sich-an.html> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
- <https://www.welt.de/sport/fussball/article251470832/Bundesliga-Wahnsinn-in-Koeln-Tor-in-der-Nachspielzeit-verhindert-vorzeitigen-Abstieg.html> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
- <https://www.welt.de/sport/fussball/bundesliga/borussia-dortmund/article251473208/Bundesliga-BVB-geht-gegen-Mainz-unter.html> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).
- <https://www.welt.de/sport/fussball/bundesliga/borussia-dortmund/article251589534/Tor-im-letzten-BVB-Spiel-Marco-Reus-spendiert-den-Fans-Freibier-im-Stadion.html> (Zugriffsdatum: 2.6.2024).