

# Dmitrij O. Dobrovol'skij

---

## „Poznań wart poznania“ – Phraseme in den Medien

---

Studia Germanica Gedanensia 27, 21-32

---

2012

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach  
dozwolonego użytku.

Gdańsk 2012, Nr. 27

THEMATISCHER SCHWERPUNKT:  
PRAGMALINGUISTISCHE ASPEKTE  
DER POLYLEKTALEN KOMMUNIKATION

Dmitrij O. Dobrovol'skij  
Russische Akademie der Wissenschaften  
Institut für Russische Sprache, Moskau

„Poznań wart poznania“ – Phraseme in den Medien<sup>1</sup>

„**Poznań wart poznania**“ – **Phrasemes in the mass media.** – Phrasemes are an important and effective part of media stylistics. The paper focuses on a particular stylistic effect of employing phrasemes in the media texts, the word-play effect. Basing on the examples from German, Russian and English text corpora various techniques of achieving the word-play effect are discussed, including actualising the literal meaning of phrasemes and modifications of their structure.

**Key words:** phraseology, idiom, proverb, modification, word-play effects, metaphor.

„**Poznań wart poznania**“ – **O frazeologii w języku mediów.** Związki frazeologiczne w tekstach prasowych pełnią rolę ważnego i skutecznego środka stylistycznego. W niniejszym artykule przedstawiono zagadnienie gry językowej jako rodzaju efektu stylistycznego osiąganego z zastosowaniem frazeologizmów. Na podstawie przykładów zaczerpniętych z niemieckich, angielskich i rosyjskich korpusów omówione zostały różne sposoby uzyskiwania efektu gry językowej, m.in. aktualizacja dosłownego znaczenia związku frazeologicznego oraz modyfikacje związków frazeologicznych.

**Słowa kluczowe:** frazeologia, idiom, przysłowia, modyfikacje, efekt gry językowej, metafora.

## 1. Vorbemerkungen

Ich beginne gleich mit dem Satz, der hier wohl allgemein bekannt ist: „Poznań wart poznania“. Dieser Satz ist ein Werbespruch, mit dem die Stadt Poznań wirbt, und basiert auf einem Wortspiel. Denn *Poznań* und *poznania* klingen ähnlich, haben also akustische

---

<sup>1</sup>Der Beitrag basiert auf dem Vortrag vom 5. Juni 2012, gehalten an der Adam-Mickiewicz-Universität Poznań im Rahmen des Programms „Akademicki i naukowy Poznań“. Die Arbeit ist im Rahmen des RGNF-Projekts 11-04-00105<sup>a</sup> und des Grundlagenforschungsprogramms „Korpuslinguistik“ des Präsidiums der Russischen Akademie der Wissenschaften entstanden.

und graphische Ähnlichkeiten. Diesem Wortspiel liegt auch die polnische Konstruktion [*wart* + Gen.] zugrunde. Die formale Ähnlichkeit wird bewusst eingesetzt als ein Mittel des Sprachspiels. Dieses Beispiel vermittelt hoffentlich einen ersten Einblick in den thematischen Bereich meiner Ausführungen. Es handelt sich um einen bewussten spielerischen Umgang mit der Sprache, der mediale Texte von heute mit prägt. Der spielerische Sprachgebrauch ist eines der wesentlichsten Merkmale der modernen medialen Kommunikation.

Dabei kommt den Phraseologismen (oder Phrasemen, wie man sie in der einschlägigen Fachliteratur heute immer häufiger nennt) eine besondere Rolle zu. Deshalb konzentriere ich mich auf den Phrasengebrauch in den Medien, insbesondere auf Sprachspiele mit Idiomen und Sprichwörtern.

Man kann sich gleich fragen: Warum werden Phraseme in den Medien gebraucht? Die Antwort ist klar: Sie sind ein starkes stilistisches Mittel. Wenn man davon ausgeht, dass der Begriff des Stils mit der Wahl relevanter sprachlicher Mittel zusammenhängt<sup>2</sup>, muss eine besondere Rolle der Idiome in der Textgestaltung akzeptiert werden, denn in der Regel haben Idiome nichtidiomatische (Quasi)synonyme neben sich. Z.B. kann das Idiom *jmdn. über den Tisch ziehen* durch einen Ausdruck wie *jmdn. übervorteilen* ersetzt werden. Damit ist die Wahl des idiomatischen Ausdrucks eine Manifestation des Stils. Daher kann schon die Beobachtung der Idiome in den Presstexten verschiedener Sprachen in Bezug auf die Ermittlung stilistischer Besonderheiten der medialen Texte in verschiedenen Sprachen und Kulturen sehr informativ sein. Dies trifft in besonderem Maße auf die Fälle zu, in denen die Idiome oder Sprichwörter variiert werden und in nonstandardmäßigen nichttrivialen Formen erscheinen (vgl. dazu BURGER 1999).

Der Idiomgebrauch erscheint zunächst als eine Frage des Individualstils. Andererseits finden sich genug Evidenzen dafür, dass es in diesem Bereich allgemeine Tendenzen gibt. Diese Tendenzen sind möglicherweise sogar sprachenübergreifend.

In diesem Beitrag soll ein Versuch unternommen werden, anhand von modernen deutschen, aber auch russischen und englischen medialen Texten eventuelle Tendenzen im Gebrauch der Idiome und Sprichwörter festzustellen. In diesem Zusammenhang stellt sich eine Reihe von Fragen. Es fragt sich zunächst ganz allgemein, welche pragmatischen Ziele durch den Phrasengebrauch verfolgt werden. Im Allgemeinen ist die Antwort recht klar: Das Ziel ist, den Leser zum Weiterlesen anzuregen, d.h. also generell: den Adressaten zu stimulieren, seine Aufmerksamkeit zu binden. Dabei spielt auch die intellektuell-ästhetische Seite eine wesentliche Rolle.

Konkrete Fragen, auf die im vorliegenden Beitrag näher eingegangen wird, beziehen sich primär auf sprachspielerische Effekte des Phrasengebrauchs in medialen Texten. Grundsätzlich stellt sich die Frage, ob die Phraseme mehrheitlich in ihrer kanonischen Form oder in einer modifizierten Form gebraucht werden? Welche semantischen und pragmatischen Effekte sollen mit Phrasem-Modifikationen<sup>3</sup> bzw. mit Hilfe einer spezifischen kontextuellen Einbettung der betreffenden Idiome und Sprichwörter erzielt werden? Gibt es z.B. besondere

<sup>2</sup> „Stil als Wahl zwischen Ausdrucksmitteln, die im Einzelfall in Frage kommen“ (WELLMANN 1997: 12).

<sup>3</sup> Der Terminus *Phrasem-Modifikation* wird hier ganz allgemein im Sinne von „Veränderung der Phrasemstruktur“ gefasst.

Techniken, mit deren Hilfe die wörtliche Bedeutung der Phrasem-Konstituenten (mit) aktualisiert werden kann?

Bei der Auseinandersetzung mit dieser Problematik benutze ich deutsche und russische, z.T. auch englische Beispiele. Die Untersuchungsmethode basiert auf der Analyse der zugänglichen Korpora der medialen Texte: der Mannheimer Korpora der geschriebenen Sprache (DeReKo – *Deutsches Referenzkorpus*) für das Deutsche, des RNC (*Russian National Corpus*) und der Korpora der Abteilung für Experimentelle Lexikographie des Instituts für Russische Sprache der Akademie der Wissenschaften für das Russische, sowie des BNC (*British National Corpus*) für das Englische (wobei nur die Presstexte berücksichtigt wurden). Außerdem wurde sprachliches Material berücksichtigt, das beim Lesen der aktuellen Publizistik (auch im Internet) sporadisch gesammelt wurde. Zunächst wurden Kontexte selektiert, die Idiome und Sprichwörter enthalten. Dann wurden sie im Hinblick auf die darin enthaltenen nichttrivialen semantischen und pragmatischen Effekte überprüft.<sup>4</sup>

## 2. Phraseologie als Mittel der Textgestaltung

Bei einer ersten Betrachtung medialer Texte verschiedener Sprachen, die Idiome und Sprichwörter enthalten, fällt auf, dass sie viel mehr Gemeinsamkeiten als Unterschiede aufweisen. Es findet sich die gleiche Tendenz zur expansiven Verbreitung der Phraseme verschiedener stilistischer Bereiche, auf die BURGER (1998: 82) hingewiesen hat:

„Durch die Medien findet einerseits die „klassische“ Phraseologie massenhafte Verbreitung wie nie zuvor, andererseits aber werden durch die Medien, insbesondere im Boulevardbereich und im privaten Fernsehen, Schichten der Phraseologie in den Vordergrund gerückt, die bislang als umgangssprachlich, nicht für öffentliche Texte geeignet erachtet und in den Wörterbüchern auch so markiert wurden (z.B. in einer Nachrichtensendung bei RTL *das ist der absolute Hammer, außer Spesen nichts gewesen*)“

Ferner fällt auf, dass Idiome und Sprichwörter in den medialen Texten oft in modifizierter Form bzw. in einer nonstandardmäßigen Bedeutungsvariante erscheinen. Nach ersten tentativen Messungsergebnissen beträgt der Anteil modifizierter Phrasem-Aktualisierungen im Deutschen mehr als 30%.

Diesen für mediale Texte typischen nonstandardmäßigen Idiomgebrauch kann ich gleich mit Hilfe eines Beispiels illustrieren. Nehmen wir uns ein geläufiges deutsches Phrasem vor und schauen, wie es in den medialen Texten aus dem DeReKo gebraucht wird. Das Idiom *jmdm. in die Pfanne hauen* kommt in modifizierter Form sehr oft vor. Es finden sich zumindest die folgenden Arten des nonstandardmäßigen Idiomgebrauchs.

<sup>4</sup> Ich spreche von nichttrivialen semantischen und pragmatischen Effekten im Gegensatz zu trivialen semantischen Effekten, unter denen reguläre und prädiktale Veränderungen der Äußerungsbedeutung verstanden werden, wie z.B. Fokusverschiebung beim Scrambling und Diathese-Umformung jeder Art (einschließlich der Passivierung), Antonymisierung bei der Negierungstransformation u. dgl.

### 3. Fallstudie: *jmdn. in die Pfanne hauen* Techniken für Erzielung sprachspielerischer Effekte

#### 3.1. Erzielung sprachspielerischer Effekte mit Hilfe der Fokussierung der zugrunde liegenden Metapher

Eine der Modifikationen, die dabei auffällt, ist die Erzielung sprachspielerischer Effekte mit Hilfe der Fokussierung der zugrunde liegenden Metapher.

Die meisten Idiome sind bekanntlich metaphorisch und normalerweise wird die betreffende Metapher nicht fokussiert. Sie sind aufgrund der Metapher entstanden und als fertige lexikalische Einheiten in ihrer lexikalisierten figurativen Bedeutung gebraucht. In vielen Kontexten kann die zugrunde liegende Metapher jedoch wieder belebt werden, wobei die Aufmerksamkeit des Rezipienten auf die metaphorische Grundlage der aktuellen Bedeutung gelenkt wird. Vgl. dazu die folgenden Beispiele:

„Was ist der Unterschied zwischen Rudolf Scharping und *einem Ei*? *Ein Ei wird nur einmal in die Pfanne gehauen*.“ In der SPD kursierender Scherz über Oskar Lafontaines Vorstoß, Scharping nach dem Parteivorsitz auch den Fraktionsvorsitz streitig zu machen.“ (Frankfurter Rundschau, 13.10.1998)

Grundsätzlich ist hier die Wortkette *in die Pfanne hauen* phraseologisch zu verstehen, d.h. als Idiom in seiner lexikalisierten Bedeutung. Gleichzeitig wird aber durch die Einbettung des Idioms in den Kontext, der *ein Ei* thematisiert, auch die wörtliche Interpretation dieser Wortkette mit aktiviert. Dieses Zusammenspiel des Wörtlichen und des Metaphorischen ist eben die Grundlage für die Erzielung nichttrivialer Effekte. Dazu gleich ein zweites Beispiel:

„Während im vierten Stock über den Sozialplan <...> verhandelt wird, schwenken sie vor dem Eingang des Medienhauses große Transparente. „*Kochen nach Erfolgsrezept: Wie haue ich 86 Mitarbeiter in die Pfanne*“, steht auf einem.“ (Mannheimer Morgen, 15.06.2001)

Die Phrase *wie haue ich meine Mitarbeiter in die Pfanne* ist natürlich phraseologisch gemeint. Aber dadurch, dass links davor die Phrase *Kochen nach Erfolgsrezept* steht, wird diese Kochmetapher wieder belebt und folglich fokussiert.

#### 3.2. Erzielung sprachspielerischer Effekte mit Hilfe der Aktualisierung der wörtlichen Bedeutung

Diese Technik erinnert an die eben besprochenen Beispiele, sie ist aber mit der Fokussierung der zugrunde liegenden Metapher nicht identisch. Vgl. den folgenden Kontext.

„Australiens Wappentier, das Känguruh, *wird immer häufiger in die Pfanne gehauen*. Känguruhsteaks, Känguruhgoulasch und Känguruhschwanz ist seit kurzem auch in den Supermärkten von Australiens größter Stadt Sydney erhältlich.“ (Salzburger Nachrichten, 29.07.1993)

Der Unterschied zu der Fokussierung der zugrunde liegenden Metapher besteht in Folgendem: In den oben besprochenen Beispielen wird das Idiom *in die Pfanne hauen* eigentlich in der figurativen, lexikalisierten Bedeutung gebraucht. Es wird nur durch den Kontext darauf aufmerksam gemacht, wie die Metapher, die diesem Idiom zugrunde liegt, strukturiert ist. Hier ist es jedoch anders. Die Phrase *wird immer häufiger in die Pfanne gehauen* wird eigentlich wörtlich gebraucht, denn es handelt sich darum, dass die Kängurus wirklich gegessen werden. Aber die Wahl des Ausdrucks aktiviert gleichzeitig die Bedeutung des Idioms *jmdn. in die Pfanne hauen*, und dadurch entsteht ein spielerischer Effekt.

### 3.3. Erzielung sprachspielerischer Effekte mit Hilfe der Fokussierung bestimmter Formeigenschaften

Es finden sich auch Kontexte mit dem Idiom *jmdn. in die Pfanne hauen*, in denen nicht die metaphorische Grundlage der semantischen Reinterpretation, sondern bestimmte Formeigenschaften fokussiert werden. Dies kann z.B. mit Hilfe des Endreims erfolgen. Vgl.:

„Arbeitgeber, darauf könnt Ihr *bauen*, wir lassen uns nicht *in die Pfanne hauen*“ – mit diesem und ähnlichen Slogans demonstrierten gestern <...> Arbeitnehmer <...> gegen <...> die ihrer Meinung nach „vielfach schlechten Arbeitsbedingungen.“ (Kleine Zeitung, 07.08.1997)

### 3.4. Erzielung sprachspielerischer Effekte mit Hilfe der Kontamination

Sprachspielerische Effekte können erzielt werden, indem im Rahmen des gleichen Satzes zwei oder mehr Idiome gebraucht werden, die auf eine bestimmte Weise miteinander korrelieren. Vgl. den folgenden Kontext, in dem zwei Idiome *auf die Pauke hauen* und *jmdn. in die Pfanne hauen* kontaminiert werden.

„Und in Kaiserslautern *bauen* Trainer Rehhagel und Manager Briegel *auf die Pauke* und *sich gegenseitig in die Pfanne*.“ (Frankfurter Rundschau, 14.06.1997)

## 4. Zur Typologie sprachspielerischer Techniken

Im Abschnitt 3 wurden am Beispiel des Idioms *jmdn. in die Pfanne hauen* einige Möglichkeiten der sprachspielerischer Verwendung der Phraseme in medialen Texten aufgezeigt. Mit Hilfe dieser Techniken wurden sprachspielerische Effekte erzielt, ohne dass die Form des Idioms in irgendeiner Weise modifiziert wurde. Dieser Typ sprachspielerischen Phrasengebrauchs basiert auf der Einbettung des Phrasems in spezifische Kontexte, die eine unerwartete Interpretation der betreffenden lexikalischen Einheit suggeriert. So können beim Gebrauch des Idioms *jmdn. in die Pfanne hauen* nichttriviale semantische und pragmatische Effekte erzielt werden, indem der „linke Kontext“ vom *Ei* oder vom *Kochen*

handelt (vgl. 3.1) oder indem die Idiomkonstituente *bauen* mit dem Verb *bauen* gereimt wird (vgl. 3.3) oder indem im Rahmen des gleichen Satzes ein anderes Idiom gebraucht wird, das mit dem betreffenden Idiom irgendwie korreliert (vgl. 3.4).

Es gibt aber auch einen anderen Typ des Sprachspiels mit Phrasemen. Diesem zweiten Typ liegt eine nonstandardmäßige Abwandlung der Phrasemstruktur zugrunde. Mehr dazu weiter unten.

#### 4.1. Kontextuelle Einbettung

Zunächst einmal weitere Beispiele für Einbettungseffekte. Diese Beispiele zeigen, dass die unter 3 besprochenen Techniken keine Einzelfälle sind, sondern bestimmte linguistische Strategien verkörpern, die sprachübergreifend sind.

In einem englischsprachigen Text heißt es: „Monkeys Make Us See Red“ Dabei handelt es sich nicht darum, dass die *monkeys* uns wütend machen, sondern darum, wie sich die Wahrnehmungsfähigkeiten der Farben bei den Primaten entwickelt haben. Hier haben wir es also mit einem populärwissenschaftlichen Text zu tun, in dem die evolutionäre Entwicklung der Farbenwahrnehmung beschrieben wird. Dadurch jedoch, dass das Idiom *to see red* im Titel des Artikels gebraucht wird, wird gleichzeitig (ähnlich wie in dem Beleg unter 3.2) die lexikalisierte Idiom-Bedeutung mitaktiviert.

Ein weiteres Beispiel: „Ballet dancers get cold feet“. In diesem Kontext handelt es sich darum, dass der Zuschauerraum nicht gut geheizt war. Weiter heißt es im Text: „An audience was left disappointed after ballet dancers decided it was too cold to perform“. Da die lexikalisierte Bedeutung des Idioms *to get cold feet* ‘Angst bekommen’ ist, wird mit dieser Doppeldeutigkeit bewusst gespielt, d.h. der Leser, indem er nur die Überschrift liest, denkt an etwas anderes als das, was später kommt. Diese Beispiele werden auch in (ALM-ARVIUS 2007) besprochen.

Das Spiel mit Phrasemen in Überschriften ist eine bekannte Technik. So weist SCHATTE (2011: 51) darauf hin, dass „das thematisierte Sprichwort für zahlreiche formale, kontextuelle und inhaltliche Modifikationen geeignet ist und als Überschrift viele Inhalte ankündigen kann – auch solche, die mit der Sprichwort-Aussage nur bedingt zu verbinden sind. Das ist ein Indiz dafür, dass Sprichwörter in der Überschrift primär Lock- und Werbefunktion haben.“

In dem folgenden russischen Beispiel handelt es sich um die Fokussierung der zugrunde liegenden Metapher (vgl. einen ähnlichen Fall unter 3.1).

„[...] от одного *щелчка по носу* личность Абельцева немедленно распухла до таких федеральных размеров, что я вмиг оказался чуть ли не изменником – и уж точно врагом народа“. (В. Шендерович. Случай с йеху и другие истории нашего зоопарка)

Viktor Šenderovič ist ein sehr bekannter russischer Journalist, der sich konsequent für demokratische Freiheiten einsetzt. Die russische Wortverbindung *щелчок по носу* heißt ‘Nasenstüber’. In diesem Kontext wird auf die metaphorischen Konsequenzen dieses Ausdrucks eingegangen, und die zugrunde liegende Metapher wird weiterentwickelt.



Es gibt auch vergleichbare Fälle, in denen es sich um die Fokussierung der metaphorischen Grundlage handelt, die dabei kontextuell elaboriert wird. Diese Fälle unterscheiden sich von dem oben besprochenen dadurch, dass es dabei nicht primär auf die Aktualisierung der entsprechenden wörtlichen Lesart ankommt, sondern vielmehr auf die Weiterentwicklung des Bildes. Die figurative Lesart des Ausdrucks bleibt dabei im Vordergrund.

„Если бы я не придерживал челюсть рукой, она бы упала на пол“.

(В. Шендерович. Случай с йеху и другие истории нашего зоопарка)

Gemeint ist das Idiom *челюсть отвисла у кого-л.* mit der Bedeutung ‚jmd. ist stark verwundert‘. Das Substantiv *челюсть* bedeutet ‚Kiefer‘. Der Kiefer fällt runter, falls jemand so erstaunt ist, dass er seine Gesichtsmuskeln nicht mehr unter Kontrolle hat. Im Kontext heißt es: „wenn ich meinen Kiefer nicht gehalten hätte, wäre er auf den Fußboden runtergefallen“. Es wird also mit der Metapher gespielt. Hier gleich ein weiterer Kontext, in dem der gleiche Effekt erzielt wird.

„Впрочем, если бы «крыша» сразу сказала мне последнее «прости», для меня же было бы лучше“.

(В. Шендерович. Случай с йеху и другие истории нашего зоопарка)

*Крыша поехала у кого-л.* ist ein ziemlich modernes Idiom, das in der modernen russischen Umgangssprache sehr gebräuchlich ist. Es bedeutet ‚jmd. wird verrückt‘, wörtlich „jmds. Dach fliegt weg“. Im Kontext heißt es: „wenn mein Dach mir gleich das letzte Adieu gesagt hätte, wäre es für mich sogar besser gewesen“.

Ein weiteres Beispiel aus dem gleichen Werk. Diesmal handelt es sich um eine Kontamination. Und zwar werden hier nicht wie in dem unter 3.4 besprochenen Kontext zwei Idiome kontaminiert, sondern eine freie Wortverbindung und ein Idiom.

„В одной из передач, – писали эти обиженные мною и Богом граждане, – [...]“ (В. Шендерович.

Случай с йеху и другие истории нашего зоопарка)

*Обиженный Богом* (wörtlich „durch Gott beleidigt“) ist ein Idiom mit der Bedeutung ‚mental gehandicapt‘. Die Wortverbindung *обиженный мною* ist dagegen wörtlich zu nehmen. Sie bedeutet ‚durch mich beleidigt‘, es handelt sich um die regimekonformen „Bürger“, die sich durch die Schriften des Journalisten Šenderovič beleidigt fühlten, weil sie mental gehandicapt sind.

Beim nächsten Beispiel handelt es sich um die Einbettung des Idioms in einen spezifischen Kontext, der die wörtliche Bedeutung mitaktualisiert.

**Zahnersatz:** Honorarforderungen *auf den Zahn gefühlt* <Titel> **Zahnärzte** müssen **Zahnersatzleistungen** künftig wieder mit den gesetzlichen Krankenkassen abrechnen. (Fonds Magazin, 1/1999)

Die fettgedruckten Elemente des Kontextes lassen den Leser neben der aktuellen Bedeutung des Idioms auch die bildliche Komponente des Idiom-Inhaltsplanes bewusst mit



verarbeiten. Durch die Wiederholung des Morphems *Zahn* in verschiedenen Komposita und in der unmittelbaren Nachbarschaft des Idioms *auf den Zahn fühlen* werden sprachspielerische Effekte erzeugt.

Ähnlich verhält es sich mit den Kontexten, in denen zwei und mehr Idiome einander bewusst gegenübergestellt werden. Vgl. die folgenden Belege.

„Wer sein Leben so einrichtet, daß er niemals *auf die Schnauze fallen* kann, der kann nur *auf dem Bauch kriechen*.“ (Der ehemalige Bundesforschungsminister Heinz Riesenhuber zur Risikobereitschaft in der deutschen Wirtschafts- und Wissenschaftsgesellschaft.) (Mannheimer Morgen, 01.06.1996)

„[...] В результате индивидуальный пошив исчезнет, и все нестандартные граждане, а также щеголи, *воротящие нос* от массовой культуры, *останутся с носом*.“ (Московский комсомолец, 15.09.1994)

[<...> Im Ergebnis *bleiben* alle Bürger, die in ihrer Konfektionsgröße von der Norm abweichen, sowie Modefreaks, die *die Nase* von der Massenkultur *abwenden, mit der Nase*.]

Der sprachspielerische Effekt im ersteren Kontext beruht auf einem semantischen Gegensatz zwischen dem Idiom *auf die Schnauze fallen*, das Sinnelemente wie ‘Risikobereitschaft’, ‘Mut’ u.Ä. voraussetzt, und seinem kontextuellen Antonym *auf dem Bauch kriechen*. Eine wichtige Komponente der spielerischen Gebrauchsweise besteht darin, dass die beiden Idiome auf der Ebene des Bildes relevante Gemeinsamkeiten aufweisen, und zwar basieren sie auf der Vorstellung der ‘horizontalen Lage’ des Subjekts ‘mit dem Gesicht nach unten’. Im letzteren Kontext beruht der spielerische Effekt auf der Gegenüberstellung zweier Idiome, die inhaltlich miteinander kaum Gemeinsamkeiten aufweisen, jedoch eine gemeinsame substantivische Konstituente haben und dadurch auf der Ebene der literalen Lesart miteinander in Verbindung gebracht werden: *остаться с носом* ‘mit der Nase bleiben’ bedeutet so viel wie ‘das Gewünschte nicht bekommen’, *воротить нос от чего-л.* ‘die Nase abwenden von etw.’ bedeutet ‘etwas für nicht gut genug halten, um sich dafür zu interessieren’.

Ein weiterer Beleg illustriert ein ähnliches, aber doch anderes Verfahren der Erzeugung sprachspielerischer Effekte. Es handelt sich hier nämlich um die Wiederaufnahme einer Idiomkonstituente in dem darauf folgenden Satz, was zur Aktualisierung der Metapher beiträgt.

„Бессменный участник думских мордобоев, поначалу Абельцев этим только и веселил благодарных избирателей, но, пообтершись при главном говоруне страны, начал помаленьку *открывать рот* и сам. Как правило, из этого *рта* несло мерзостью матерного свойства [...]“ (В. Шендерович. Случай с йеху и другие истории нашего зоопарка)

Wie die Analyse dieser und ähnlicher Belege zeigt, können bei der nichttrivialen kontextuellen Einbettung eines Phrasems unterschiedliche Techniken verwendet werden. Grundsätzlich sind diese Techniken in zwei große Klassen einzuteilen: Der Kontext fokussiert entweder die Semantik oder die Form des betreffenden Phrasems.

Die Fokussierung der Semantik erfolgt auf verschiedenen Wegen: Entweder werden zwei oder mehrere Phraseme, die in bestimmten semantischen (antonymischen, quasisynonymischen u.Ä.) Beziehungen zueinander stehen, innerhalb eines Kontexts (oft im Rahmen eines

Satzes) gegenübergestellt oder es handelt sich um die Profilierung der zugrunde liegenden Metapher.

Im letzteren Fall kann es zu verschiedenen semantischen und pragmatischen Konsequenzen kommen:

- zur Wiederbelebung der bildlichen Grundlage beim vordergründigen Fokus auf dem figurativen Sinn,
- zur Aktualisierung der wörtlichen Bedeutung (wobei die lexikalisierte figurative Lesart in den Hintergrund tritt),
- zur „doppelten Aktualisierung“ (d.h. zur gleichzeitigen Profilierung des Wörtlichen und des Figurativen) oder auch
- zur Weiterentwicklung der Metapher.

Die Fokussierung bestimmter Formeigenschaften erfolgt entweder

- durch die Einbettung in gereimte Kontexte oder
- durch die Gegenüberstellung zweier oder mehrerer Phraseme aufgrund der Form, darunter durch ihre Kontamination.

#### 4.2. Modifikation der Phrasemstruktur

In sehr vielen Fällen werden sprachspielerische Effekte erzielt, indem die Phrasemstruktur modifiziert wird. Grundsätzlich können die Modifikationen der Phrasemstruktur sowohl nonstandardmäßig sein, wobei auch nichttriviale sprachspielerische Effekte erzeugt werden können, als auch usuellen Charakter haben, d.h. die Funktion einer syntaktischen Anpassung des Idioms an den Kontext ausführen (mehr dazu unter 5; vgl. auch DOBROVOL'SKIJ 2000; 2008; 2011).

Ein Beispiel für das Spiel mit bestimmten Formeigenschaften, das nichttriviale semantische und pragmatische Konsequenzen hat, liefert die folgende englische Überschrift: „Flogging a dead Morse“.<sup>5</sup> Es handelt sich dabei um eine Anspielung auf das englische Idiom *to flog a dead horse*, das sprachspielerisch modifiziert wird, um sich über die Versuche, eine alte, triviale Fernsehserie zu reanimieren, lustig zu machen, und zwar die Fernsehserie über Inspektor Morse. Die Modifikationstechnik basiert hier auf der Ersetzung der substantivischen Konstituente durch einen ähnlich klingenden Eigennamen.

Im folgenden Beispiel wird ein anderes Verfahren verwendet. Es handelt sich um die Weglassung bestimmter Teile des Sprichwortes *it's an ill wind that blows nobody any good* ‘almost every unfortunate etc happening benefits someone in some way’. In der Überschrift des Redaktionsartikels “An ill wind from Congress“ aus *The Boston Globe*<sup>6</sup> wird der Konstituentenbestand dieses Sprichwortes reduziert: es bleibt nur die Nominalphrase *an ill wind*. Gleichzeitig wird durch die entsprechende kontextuelle Einbettung die wörtliche Bedeutung

<sup>5</sup> Dieses und das folgende Beispiel werden – unter anderen Aspekten – auch in ALM-ARVIUS (2007) besprochen.

<sup>6</sup> boston.com News. April 7, 2006. Globe editorial. *The Boston globe*. Retrieved 25 Sept. 2006. [http://www.boston.com/news/globe/editorial\\_opinion/editorials/articles/2006/04/07/an\\_ill\\_wind\\_from\\_congress/](http://www.boston.com/news/globe/editorial_opinion/editorials/articles/2006/04/07/an_ill_wind_from_congress/).

der Konstituente *wind* fokussiert. In diesem Artikel handelt es sich nämlich um ein Veto des Kongresses gegen das Projekt eines Windkraftwerkes auf Cape Cod.

Die beiden Strategien (die Einbettung des Phrasems in einen spezifischen Kontext und die Modifikation seiner Struktur) treten oft in Kombination auf. In dem folgenden russischen Beispiel wird das Sprichwort *первый блин комом* „der erste Blin als Klumpen“ mit der Bedeutung ‘der erste Versuch, eine Aufgabe zu bewältigen, misslingt normalerweise; dies sollte aber einen nicht entmutigen, weitere Versuche zu unternehmen’ in spielerischer Weise gebraucht. Dabei wird sowohl die Form des Sprichworts modifiziert als auch (aufgrund der kontextuellen Verweise) die doppelte Aktualisierung evoziert.

„На эту масленицу все блины будут комом. А все потому, что с российских прилавков исчезло масло.“ (Комсомольская правда, 18.01.1995)

[In dieser Fastnachtswoche werden alle Bliny zu Klumpen. Und zwar deshalb, weil die Butter aus den russischen Geschäften verschwunden ist.]

Die kanonische Form *первый блин комом* „der erste Blin als Klumpen“ wird in diesem Kontext zu *все блины будут комом* „alle Bliny werden zu Klumpen werden“ modifiziert, wie dies die inhaltliche Anpassung an den Kontext verlangt. In dem betreffenden Artikel handelt es sich um die Fastnachtswoche, d.h. um die Festtage, an denen traditionell Bliny gegessen werden. Der pragmatische Effekt dieser Phrasem-Realisierung besteht also darin, dass es gleichzeitig in der wörtlichen und in der figurativen Bedeutung zu interpretieren ist, denn es wird darauf hingewiesen, dass das Bliny-Backen in der Fastnachtswoche dieses Mal auf bedeutende Schwierigkeiten stößt, und zwar deshalb, weil die Butter aus den russischen Geschäften verschwunden ist. Der Text stammt aus den 90er Jahren des XX. Jahrhunderts, als die Lebensmittelversorgung russischer Städte sehr schlecht war. D.h. das Idiom weist einerseits direkt auf Bliny hin, erzeugt andererseits in Übereinstimmung mit der figurativen Bedeutung den Sinn ‘es kommt überall nur zu Schwierigkeiten und Problemen’.

Noch komplizierter ist das Zusammenspiel der Phrasem-Modifikation mit der Technik der kontextuellen Einbettung im folgenden Beispiel. Es handelt sich um Proteste gegen den Beschluss des Kultusministeriums eines Bundeslandes, der den muslimischen Lehrerinnen verbietet, in der Schule ein Kopftuch zu tragen.

„Man muß sich ernsthaft fragen, wes Geistes Kind eine Kultusministerin und ihre Bürokratie sind, daß sie sich mit so einer Marginalie beschäftigen und den Untergang des Abendlandes heraufbeschwören. Der kommt sowieso. Es ist bewundernswert, mit welcher Energie und Ausdauer es die Bürokratie immer wieder schafft, sich an so etwas festzubeißen und zu ereifern. Die einzige Frage, die sich hier bei Betrachten des Bildes der Lehrerin ergibt, ist: Steht’s ihr oder nicht? Ich meine, es steht ihr. Übrigens: **besser ein Tuch um den Kopf als ein Brett davor.**“<sup>7</sup> (Süddeutsche Zeitung, 18./19.07.1998)

Das deutsche Idiom, das in diesem Kontext sprachspielerisch gebraucht wird, ist *ein Brett vor dem Kopf haben* mit der Bedeutung ‘begriffsstutzig sein’. Dieses Idiom wird der freien

<sup>7</sup> Besser – als bzw. lieber – als bildet ein beliebtes Modell für Wortspiele im Deutschen; vgl. *besser Einbildung als gar keine Bildung; besser arm dran als Arm ab; besser ‘ne Acht im Lotto als im Fahrrad.*

Wortverbindung *ein Tuch um den Kopf* gegenübergestellt. Außerdem wird die Präpositionalphrase *vor dem Kopf* im Konstituentenbestand dieses Idioms anaphorisch ersetzt, was an sich eine standardmäßig kaum denkbare Modifikation darstellt. Dadurch wird ein expliziter Bezug zur Präpositionalphrase *um den Kopf* aus dem „linken“ Kontext hergestellt und das metaphorische Bild *eines Bretts vor dem Kopf* remotivierend mit aktualisiert.

Ähnliches Zusammenspiel verschiedener Techniken liegt im folgenden Kontext vor.

„Можно было, конечно, пойти еще в Верховный суд, но я как *заглянул* тамошней Фемиде в *незавязанные глаза* (кто хочет, пойдите на Поварскую улицу, полюбуйтесь на это греческое чудо) – решил больше эти *глаза не мозолить*“. (В. Шендерович. Случай с йеху и другие истории нашего зоопарка)

Es handelt sich hier zunächst um die Gegenüberstellung zweier Idiome (vgl. *заглянуть в глаза кому-л.* und *мозолить глаза кому-л.*) innerhalb eines Satzes. Außerdem wird das Idiom *заглянуть в глаза кому-л.* durch das Partizipadjektiv *незавязанные* attributiv modifiziert. Dabei korreliert das Wort *незавязанные* „nicht gebunden“ nicht mit der aktuellen Bedeutung (wie dies in weniger spielerischen Kontexten meistens der Fall ist), sondern mit dem metaphorischen Bild. Es wird hier also ein weiteres Verfahren des Sprachspiels verwendet, und zwar die Fokussierung der zugrunde liegenden Metapher.

## 5. Schlussbemerkung

Der Phrasengebrauch ist eine typische Erscheinung moderner medialer Texte. Besonders auffällig ist dabei die Tatsache, dass Idiome und Sprichwörter in Texten dieser Art sehr oft spielerisch verwendet werden. Sprachspielerische Effekte entstehen aufgrund bestimmter linguistischer Strategien. Es handelt sich dabei nicht unbedingt um die so genannten „okkasionellen Varianten“. Grundsätzlich hängt die Opposition Spiel vs. Nicht-Spiel mit der Modifikation der Phrasemstruktur nur partiell zusammen. Eine spielerische Phrasem-Gebrauchsweise kann erfolgen, ohne dass die Struktur des betreffenden Ausdrucks modifiziert wird. Die Einbettung des Idioms in einen spezifischen Kontext reicht oft allein für die Entstehung relevanter pragmatischer Effekte. Mit anderen Worten, nicht jede spielerische Phrasem-Aktualisierung beruht auf der linguistischen Technik der Modifikation, und nicht jede Modifikation (selbst wenn sie nonstandardmäßig ist) führt zu sprachspielerischen Effekten.

## Bibliographie

ALM-ARVIUS, Christina (2007): Fixed, flexible or fragmentary? Types of idiom variation. In: NENONEN, Marja / NIEMI, Sinikka (ed): *Collocations and Idioms 1. Papers from the First Nordic Conference on Syntactic Freezes, Joensuu, May 19–20, 2006*. Studies in Languages 41. Faculty of Humanities, University of Joensuu, 14–26.

- BURGER, Harald (1998): Problembereiche einer historischen Phraseologie. In: EISMANN, Wolfgang (Hg.): *Europhras 95. Europäische Phraseologie im Vergleich: gemeinsames Erbe und kulturelle Vielfalt*. Bochum, 79–108.
- BURGER, Harald (1999): Phraseologie in der Presse. In: FERNANDEZ-BRAVO, Nicole / BEHR, Irma-  
traud / ROZIER, Claire (Hg.): *Phraseme und typisierte Rede*. Tübingen, 77–89.
- DOBROVOL'SKIJ, Dmitrij (2000): Zu semantischen und pragmatischen Effekten kreativer Idiom-Modifikationen. In: GRÉCIANO, Gertrud (Hg.): *Micro- et macrolexèmes et leur figement discursif. Etudes de linguistique comparée français/allemand*. Louvain; Paris, 217–230.
- DOBROVOL'SKIJ, Dmitrij (2008): Idiom-Modifikationen aus kognitiver Perspektive. In: KÄMPER, Heidrun / EICHINGER, Ludwig M. (Hg.): *Sprache – Kognition – Kultur. Sprache zwischen mentaler Struktur und kultureller Prägung*. Jahrbücher des Instituts für Deutsche Sprache 2007. Berlin; New York, 302–322.
- DOBROVOL'SKIJ, Dmitrij (2011): Zur Typologie der Idiom-Modifikationen. In: FADEEVA, Galina M. et al. (Hg.): *Aktuelle Probleme der modernen Lexikologie und Phraseologie. Festschrift für Professor I.I. Černyševa zum 100. Geburtstag*. Moskva, 57–88.
- SCHATTE, Czesława (2011): *Polak, Węgier – dwa bratanki: i do szabli, i do szklanki*. Zu titelbildenden Potenzen eines Sprichwortes. In: KĄTNY, Andrzej / LUKAS, Katarzyna (Hg.): *Sprach- und Kulturkontakte aus interkultureller Sicht. Studia Germanica Gedaniensia 25*. Gdańsk, 41–53.
- WELLMANN, Hans (1997): Aspekte der (vergleichenden) Stilistik. Zur Innovation der Stilgeschichte. In: FIX, Ulla / WELLMANN, Hans (Hg.): *Stile, Stilprägungen, Stilgeschichte: über Epochen-, Gattungs- und Autorenstile; sprachliche Analysen und didaktische Aspekte*. Heidelberg, 11–13.