

PHRASEOLOGISMEN UND SPRICHWÖRTER
IN DER MODERNEN DEUTSCHEN SPRACHE

UNIVERZITA TOMÁŠE BATI VE ZLÍNĚ

PHRASEOLOGISMEN UND SPRICHWÖRTER
IN DER MODERNEN DEUTSCHEN SPRACHE

HERAUSGEGEBEN VON
SILKE GESTER UND LIBOR MAREK

2010

Dieses Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung (Mitteilung) trägt allein der Verfasser; die Kommission haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben.

REZENSENTEN:

Mgr. Hana Jílková, Ph.D.

Doc. PaedDr. Jana Raclavská, Ph.D.

Erste Ausgabe

Copyright © Silke Gester, Libor Marek, 2010.

Herausgeber: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

ISBN 978-80-7318-987-7

INHALTSVERZEICHNIS

Libor Marek

Stichworte zum Problemfeld eines linguistischen und kulturellen Phänomens 7

Silke Gester

Phraseologismen und Sprichwörter in der modernen deutschen Sprache 11

Peter Ďurčo

Probleme der Äquivalenz von Sprichwörtern aus der Sicht
ihrer suprasemantischen Charakteristiken 31

Věra Kozáková

Einige Bemerkungen zum phraseodidaktischen Konzept 41

Jan Kajfosz

Das Sprichwort und das Weltbild. Eine semiotisch-hermeneutische Untersuchung 51

Iveta Kontríková

Metaphern in den Fachsprachen. Deutsche Metaphernkomposita
im Wirtschaftsdeutsch im Vergleich mit ihren slowakischen Äquivalenten 63

Renata Šilhánová

Fachsprachliche Phraseologismen und die Routine im deutschen Geschäftsbrief 81

Katarína Doležalová

Zur Problematik der Phraseologismenübersetzung in der deutschen Sprache
anhand der Analyse der ersten Januarausgabe des Marketing Journals
aus dem Jahr 1976 93

Zusammenfassung 101

Literaturverzeichnis 103

Autoren 109

STICHWORTE ZUM PROBLEMFELD EINES LINGUISTISCHEN UND KULTURELLEN PHÄNOMENS

Libor Marek

Das vorliegende Buch erforscht den gegenwärtigen Stand und die Wandlungen im Bereich der deutschen Phraseologie und Parömiologie, wobei Deutsch auch als Ausgangssprache beim Vergleich mit den miteinander benachbarten und in vielerlei Kontakt stehenden Kontrastsprachen Tschechisch und Slowakisch dient. Es bietet darüber hinaus einen komplexen Überblick über den Gebrauch der Phraseologismen und Sprichwörter in der Gegenwartssprache. Diese Komplexität äußert sich unter anderem dadurch – und das ist der eigentliche Beitrag dieses Buches, dass neben der kontrastiven Sicht das Kriterium der Interdisziplinarität angewendet wird. Die Fragestellung geht nämlich über die Grenzen der reinen Sprachwissenschaft hinaus, denn die Autoren wagen einen Schritt in Richtung Semiotik, Kulturwissenschaft und Didaktik. Auf Grund dessen können die Phraseologismen und Sprichwörter als linguistisches und zugleich kulturelles Phänomen, das sowohl in der Alltags- als auch Fachsprache zum Tragen kommt, umfassend beschrieben werden.

Wichtige Impulse, die sich in der Themenwahl und ebenfalls in der Verarbeitungsmethode bemerkbar machen, haben wir dem multilingualen Projekt *SprichWort. Eine Internet-Lernplattform für das Sprachenlernen (2008–2010)*¹ zu verdanken. Hierzu gehört auch die Betonung des didaktischen Aspekts der betrachteten Problematik, dem in diesem Buch durchgehend Rechnung getragen wird, zumal er in der bisherigen Forschung vernachlässigt worden ist. Die multinationale, programmgemäß mitteleuropäische Ausrichtung des Projekts hat auch die eingangs angedeutete kontrastive Vorgehensweise, welche in diesem konkreten Fall zugleich die Sensibilisierung für wenig gesprochene europäische Sprachen stärkt, maßgeblich beeinflusst.

Ähnliches gilt für den kulturwissenschaftlichen und philosophischen Ansatz, der, anfangs implizit, im Kapitel über den semiotisch-hermeneutischen Hintergrund des Sprichwortgebrauchs explizit und systematisch verfolgt wird. Hierbei sind zwei prinzipielle Linien zu beobachten. Zum einen wird die Frage nach dem Hintergrund bestimmter Vorstellungen, die den Phraseologismen und Sprichwörtern zugrunde liegen, aufgeworfen, was mit ihrer psycholinguistischen Festigkeit und Verfügbarkeit im mentalen Lexikon zusammenhängt. Oft lassen sie in ihrer Grundstruktur Zeichen und Umrisse eines kulturellen Urtextes erkennen, sei es die Bibel oder verschiedene Mythologien, die als Träger kultureller Symbole oder nationaler Spezifika fungieren; zahlreiche Wendungen stammen aus dem brauch-tümlichen Volksleben; anzutreffen sind auch tabuierte Ausdrücke. Zum anderen geht es um die Erklärung der Fähigkeit, das menschliche Wissen und verschiedene Modelle des Handelns mit Hilfe von Sprichwörtern festzuhalten, anschließend abzuspeichern und bei

1. Das internationale Projekt *SprichWort. Eine Internet-Lernplattform für das Sprachenlernen* wurde vom Programm für Lebenslanges Lernen (LLP) der Europäischen Kommission (Querschnittsprogramm: KA2 Sprachen – Multilaterale Projekte) in den Jahren 2008–2010 gefördert. Die Projektergebnisse und -inhalte sind über eine Online-Lernplattform (<http://www.sprichwort-plattform.org/>) zugänglich.

Bedarf abzurufen und anzuwenden. Auch diese kognitiven und pragmatischen Prozesse sollen hier thematisiert werden.

Die einzelnen Untersuchungen stützen sich auf eine reiche Quellenbasis. Im Kapitel zur Äquivalenz von Sprichwörtern tritt vor allem das korpusanalytische Verfahren stark in den Vordergrund. Dies dokumentieren zahlreiche Belege aus elektronischen Textdatenbanken, die auch der Internet-Plattform des Projekts SprichWort entnommen wurden. Die Korpusdaten werden jedoch in anderen Kapiteln um Beispiele, welche direkt aus Lexika, Zeitungen, Zeitschriften und elektronischen Medien stammen, ergänzt. Anhand dieses analytischen Materials soll der Stellenwert der Sprichwörter in der Gegenwartssprache ermittelt werden. Darüber hinaus sollen weitere Themen erörtert werden, etwa die Problematik der Festigkeit und Metaphorizität. Dabei sind die Abwandlungen der Sprichwörter in der öffentlichen und privaten Kommunikation und in den Massenmedien besonders hervorzuheben, weil sie ein interessantes Zeugnis vom sozialen oder sogar politischen Alltag der betreffenden Sprachgemeinschaften ablegen können. Überdies vermitteln die in hohem Maße populären Modifikationen alter Volksweisheiten auf authentische Weise das moderne Menschenbild oder eben die kritische, ironische u.ä. Einstellung der Sprachgemeinschaft zu diesem Menschenbild.

Da wir es mit drei Sprachen zu tun haben, die auf Grund des aktuellen sprachlichen Usus erforscht werden, fällt die Problematik einer theoretisch und funktional begründeten parömiologischen Äquivalenz zwischen diesen Sprachen schwer ins Gewicht. Auch im Bereich der kontrastiven Klassifikation und Differenzierung von Sprichwörtern gibt es – aus linguistischer Sicht – immer noch Forschungslücken. Wie bereits angemerkt, bieten die Sprachkorpora eine völlig neue textuelle Basis zur Untersuchung der Aktualität, Produktivität, Variabilität und Neubildungen von Sprichwörtern. Es müssen also Untersuchungen zum Gebrauch, zum Variabilitätspotenzial und zur realen Präsenz von Sprichwörtern in der Gegenwartssprache einbezogen werden. Empirische Untersuchungen können auch relevante soziolinguistische Informationen zum territorialen, altersspezifischen und synchronen Status von Sprichwörtern bringen und somit die Grundlage für die Erstellung von Sprichwörterminima bzw. Sprichwörteroptima schaffen. Wir sollen also die Antwort darauf suchen, inwieweit die konfrontierten Sprichwörter im Lexikon und im aktuellen sprachlichen Usus in den verglichenen Gegenwartssprachen identisch sind. Denn es gibt Sprichwörter, die in einer Sprache im sprachlichen Usus bekannt und gebräuchlich sind, wogegen sich die äquivalenten Sprichwörter in der anderen Sprache an der Peripherie des Sprachgebrauchs befinden, ungebräuchlich oder sogar unbekannt sind.

Generell gilt, dass sowohl die Modifikationen als auch die lexikographisch erfassten Sprichwörter ein reiches Lehr- und Lernpotential enthalten. Sie können zur Erweiterung des sprach- und kulturgeschichtlichen Horizonts der Lernenden beitragen und neben der sprachlichen auch die interkulturelle Kompetenz der Lerner fördern. Die Didaktiker des Projekts SprichWort gehen von der Prämisse aus, dass die Sprichwörter ihrem Wesen nach eine lehrhafte Tendenz aufweisen und dass sie effektiv eine didaktische Funktion erfüllen, indem sie verschiedene Verhaltensmuster, Werte und Normen in knapper und leicht verständlicher Form zum Ausdruck bringen. Oft lassen sie immanente moralische Appelle erahnen, hinter denen das kollektive Bewusstsein der Sprachgemeinschaft steckt und die zur Stellungnahme und daher zur didaktischen Aufarbeitung und Einbindung in den Unterricht geradezu auffordern. Diese Feststellungen sind umso notwendiger, als die Parömien in den FS-Lehrwerken bisher kaum Berücksichtigung fanden. Mehrsprachige

parömiologische Materialien für das FS-Lernen sind so gut wie nicht erarbeitet worden. Daraus ergibt sich also die Notwendigkeit der Didaktisierung im betreffenden Bereich des FS-Lernens. In dieser Hinsicht kann die im Kapitel zur Phraseodidaktik dargelegte komplexe Aufgaben- und Übungstypologie, die einen hohen Grad an Interaktivität und Interkulturalität aufweist, als wegweisend verstanden werden. Sie stellt zugleich einen der Wege dar, den die Didaktiker des Projektteams beschritten, indem sie die gleiche Methodik und die gleichen Übungstypen dem didaktischen Teil der Projekt-Plattform zugrunde legten. Die webbasierte Sprichwort-Plattform, wohl das greifbarste materielle Produkt unserer Forschungs- und Entwicklungsarbeit, scheint ein geeignetes Mittel für die Verbindung parömiologischer und didaktischer Inhalte zu sein.

Sehr ausführlich befassen wir uns mit der besonderen Fähigkeit der Sprichwörter, sich als Wissen zu präsentieren. Wir gehen davon aus, dass das Wissen in Textgestalt vorkommen kann oder auch als handlungsorientiertes Wissen vorhanden ist. Als methodologische Basis dient hier die Theorie des Weltbildes und des sprachlichen Weltbildes, die eine dialektische Einheit bilden. Das sprachliche Weltbild (beispielsweise die Sprichwörter) steht für jene Erfahrungen, die als Realisierungen des Sprachsystems betrachtet werden können, die selbst systemhaft wurden und in das Sprachsystem eindringen. Sie suggerieren dem Menschen die Vorstellung von der Realität als taxonomisierter Ordnung, wobei die Realität aber zugleich wechselbar, multidimensional, heterogen und manchmal auch widerspruchsvoll erscheint. Das Weltbild, das mit der Lebenswelt gleichgestellt werden kann, hat in gewissem Sinne systematischen Charakter, in gewissem Sinne wiederum unsystematischen Charakter. Man kann im Wissen immer Lücken und Widersprüche entdecken und auf Grund dessen zu einem Phänomen unterschiedliche Stellungen nehmen. Es gilt zu klären, wie die Sprichwörter dieses Herangehen an die Realität ermöglichen, denn sie scheinen einen unerschütterlichen Wahrheitsanspruch zu haben. Nur der konkrete Mensch kann sich irren, kaum aber das Sprichwort. In diesem Zusammenhang muss auch nach dem Ursprung der Sprichwörter gefragt werden. Unsere Grundannahme ist, dass sie als kritische Aussagen über das Weltgeschehen, die sich von dem Kontext ihrer Entstehung und von konkreten historischen Bedingungen losgelöst hatten, entstanden. Damit hängt die Tendenz zum Unterschätzen des vergänglichen Konkreten und zum Haften am dauerhaften, allgemeingültigen und sicheren Allgemeinen eng zusammen. Für diese Tendenz wollen wir den Begriff *Alltagsmetaphysik* oder *Volksmetaphysik* prägen und gründlich erörtern. Ferner muss überprüft werden, mit welchen Stärken und Schwächen diese Tendenz verbunden ist.

Das Buch bietet ebenfalls einen Exkurs über die Metaphernbildung. Das Ziel dieses Kapitels ist, die Problematik der Metaphern, ihrer Entstehung bzw. Bildung, ihrer Arten zu erhellen. Der Perspektivenwechsel in den letzten drei Kapiteln des Buches besteht darin, dass diese Thematik auch anhand der Fachlexik, insbesondere aus dem Bereich des Wirtschaftsdeutschen, gezeigt wird. Im Vordergrund steht die grafische Darstellung eines polysemantischen Begriffes und seine Beschreibung im Zusammenhang mit der Metaphorisierung, Analyse einer lexikalischen Art der deutschen Einwortmetaphern – substantivischer Metaphernkomposita im Fachwortschatz des Wirtschaftsdeutschen, und ihr Vergleich mit ihren slowakischen Äquivalenten. Anschließend sollen zwei Kapitel, die sich vorwiegend auf das Wirtschaftsdeutsche stützen und als Fallstudien gedacht sind, zeigen, inwieweit die Phraseologismen in der Fachsprache der Geschäftskorrespondenz und der Wirtschaft zur Geltung kommen.

PHRASEOLOGISMEN UND SPRICHWÖRTER IN DER MODERNEN DEUTSCHEN SPRACHE

Silke Gester

„Der Grund und Boden einer Sprache, so zu reden, sind die Worte, darauf die Redensarten gleichsam als Früchte herfür wachsen.“

– Gottfried Wilhelm Leibniz (1646–1716)

1 DIE SPRACHE IM WANDEL, DER WANDEL IN DER SPRACHE

Im Zeitalter des Internets, eines gewaltigen technischen Fortschritts, der grenzenlosen Kommunikation, der unbegrenzten Reisefreiheiten scheint einem die Welt zu Füßen zu liegen. Nichts erscheint mehr fern, alles ist in greifbare Nähe gerückt. Wenn einem das nötige Kleingeld fehlt, reist man in Sekundenschnelle per Mausclick selbst in den entferntesten Winkel der Erde. Alles scheint dynamisch, beherrschbar, phänomenal zu sein. Von solch rasanten Entwicklungen und ständigen Wandlungen bleibt natürlich auch die menschliche Sprache nicht unberührt. Man denke nur an das Wörterbuch – tagtäglich verzeichnet es Neueintragungen, andere Wörter verändern ihre Bedeutung oder sie veralten und werden nicht mehr gebraucht.

Nicht selten gehen jedoch derartig schnelle technische und gesellschaftliche Veränderungen auch mit einem Rückbesinnen einher. Wir wollen diesen Gedanken zum Anlass nehmen und untersuchen, ob Elemente der deutschen Sprache, die seit langem darin ihren festen Platz innehaben, von diesen Entwicklungen betroffen sind und wie sich diese konkret darstellen. Daneben wird die Frage aufgeworfen, ob die Beschäftigung mit Redewendungen und Sprichwörtern im Fremdsprachenunterricht heute noch von Bedeutung ist oder nicht. Entsprechend der Zielstellung befasst sich das vorliegende Kapitel mit Redewendungen und Sprichwörtern im modernen Deutsch. Im ersten Teil erfolgt eine kurze Beschreibung der Phraseologismen, vor allem unter dem Aspekt der lexikalischen Festigkeit; im zweiten Teil des ersten Kapitels schließen sich dann einige allgemein gültige Bemerkungen zur Einteilung der Phraseologismen nach Burger (2007) sowie die Hervorhebung einiger Unterschiede zwischen den einzelnen Klassen an. Der zweite Teil dieses Kapitels ist speziell den deutschen Sprichwörtern gewidmet. Im letzten Teil schließen sich einige konkrete Beispiele für den Gebrauch und die Modifikationen von Sprichwörtern und sprichwortähnlichen Redewendungen aus der aktuellen deutschen Medienlandschaft an.

2 REDEWENDUNG

Unter Redewendungen oder Phraseologismen² (latinisierte Form des griechischen Wortes φρασεολογισμός, *fraseologismós*, von altgriechisch *phrazein* – *anzeigen, vortragen* und

2. Zu Fragen der Terminologie vgl. Fleischer (1997, S. 2ff.) oder Burger (2007, S. 33ff.).

griechisch-neulateinisch *logismós/logismus* – die *Wortbildung*) versteht die Sprachwissenschaft eine zu einer festen Form verwachsene Folge lexikalischer Einheiten (Komponenten). Sie muss aus mindestens zwei bedeutungstragenden lexikalischen Einheiten (Autosemantika) bestehen (Polylexikalität). So wie jede sprachlich richtige, d.h. Verständigung hervorrufende Äußerung erfüllt auch die Redewendung den Anspruch einer sinnvollen Zusammenstellung (1) von bedeutungstragenden Elementen (2) sowie deren Verknüpfung nach den Regeln der Grammatik (3), wobei alle drei Bedingungen gleichzeitig erfüllt sein müssen. Bei Redewendungen handelt es sich sozusagen um vorgefertigte Bausteine der Sprache, von denen viele als Synonyme für einzelne Wörter gebraucht werden können. Manche Wendungen repräsentieren eine bildhafte (metaphorische) Ausdrucksweise: Eine sprachliche Äußerung kann durch die Verwendung von Phraseologismen erheblich an Lebendigkeit gewinnen. Ein großer Teil des Bestandes gehört in die Umgangssprache. Die Bedeutung einer solchen Verbindung geht meist über die rein wörtliche Bedeutung ihrer Bestandteile hinaus. Die Graduierungen und Erscheinungsformen werden im Folgenden näher besprochen.

Um den Begriff des Phraseologismus besser darstellen zu können, ist es sinnvoll, ihn von der Wortverbindung abzugrenzen. Die folgende Klassifikation basiert im Wesentlichen auf Agricola (1985)³ und erscheint im Hinblick auf die Aufgabenstellung für die Umsetzung im Fremdsprachenunterricht am praktikabelsten. Sie ist jedoch keineswegs dogmatisch aufzufassen, denn der phraseologische Bestand des Deutschen weist eine ausgeprägte Heterogenität auf. Darüber hinaus ist die Eigenständigkeit der Phraseologismen relativ und ihre Verflechtungen mit nichtphraseologischen Einheiten und Strukturen außerordentlich eng und vielfältig. Sie eignet sich jedoch zur Herausarbeitung der wesentlichen Merkmale und einiger Besonderheiten.

Zunächst besprochen werden die **freien (unfesten) Wortverbindungen**, deren einzelne Glieder trennbar sind und sich gegen andere Wörter austauschen lassen, sofern diese semantisch sinnvoll und grammatisch korrekt sind. Jedes einzelne Glied ist separat im Wörterbuch verzeichnet. Die Bedeutung der gesamten Verbindung kann aus der Summe der Einzelbedeutungen ihrer Komponenten erschlossen werden, auch wenn diese mehrdeutig (ambivalent) sind. Der gemeinsame Gebrauch ist durch den ausdrücklichen Sachverhalt begründet: *ein Auto, einen Politiker, viel kaufen*. Die Verwendungsweise ergibt sich im angeführten Beispiel aus dem Semem (Bündel von Semen, semantisch distinktiven Merkmalen) des Verbs *kaufen* mit der Bedeutung [+ETWAS GEGEN BEZAHLUNG ERWERBEN, +ETWAS ZU EINEM GEGENWERT ANSCHAFFEN, +JEMANDEN / ETWAS BESTECHEN, -ETWAS OHNE BEZAHLUNG BEKOMMEN ...]. Die Art und Weise des Erwerbs einer Sache, einer Dienstleistung oder eines Gefallens geschieht jeweils durch eine zu erbringende Gegenleistung in Form von Geld oder anderen Zahlungsmitteln und kann deshalb als durchgehend vorhandenes Bedeutungsmerkmal dieses Verbs *kaufen* aufgefasst werden. Wird der gegenwärtige Sprachgebrauch als Maßstab gesetzt, so findet sich meist eine Bedeutungsvariante (in diesem Fall 'etwas gegen Bezahlung erwerben'), die man als Hauptbedeutung bewerten darf, d.h. die bei isolierter Nennung des Verbs *kaufen* im Bewusstsein

3. Mit der Klassifikation der Phraseologismen in der deutschen Sprache haben sich zahlreiche Arbeiten befasst. Neben Agricola (1985) beispielsweise Černyševa (1986), die auf Grund einzelner lexikalischer, syntaktischer und semantischer Kriterien in weitere Typen als Agricola unterteilt, Fix (1974) mit einer Einteilung des Verbbestandes nach syntaktischen und semantischen Merkmalen in 4 Gruppen und die verblosen Phraseologismen in die 5. Gruppe oder Rothkegel (1973), deren Klassifikation festgeprägte Sätze, mehrteilige Konjunktionen und Vergleiche ausschließt. Eine umfassende Darstellung findet sich bei Fleischer (1997, S. 110ff.).

der meisten Angehörigen der Sprachgemeinschaft zuerst auftaucht. Sie ist in der Regel die konkreteste, mit den Sinnen am ehesten erfassbare Variante, während die übrigen (hier im Sinne von 'bestechen') in zunehmendem Maße abstrakte oder bildliche Elemente aufweisen. Das Kriterium der Kollokabilität (Fähigkeit zur sinnvollen inhaltlichen Kombination von sprachlichen Einheiten) bei der Verknüpfung der einzelnen Glieder einer Wortverbindung miteinander ist die Frage, ob die Verbindung sinnvoll oder unsinnig ist und ob sie eine Verständigung bewirkt oder nicht. Das ist sowohl bei *Auto kaufen*, *Politiker kaufen* als auch bei *viel kaufen* der Fall, wäre es jedoch nicht bei *dünn kaufen** oder *die Hundehütte kauft**. Darüber hinaus benötigt das Verb *kaufen* in der Regel ein Subjekt, dem das Merkmal <menschlich> bzw. <institutionell> zukommt, und ein Akkusativobjekt (transitives Verb): *Frau Klein kauft einen Mercedes*. Insofern wären Bildungen, wie *Der Maulwurf kauft ein Auto* nur sehr eingeschränkt denkbar (beispielsweise in einem Märchenfilm), ohne Kontext jedoch widersinnig. Wie bereits weiter oben angemerkt, wirken grammatische Prinzipien und Regeln der Verknüpfung (beispielsweise in der Kongruenz von Subjekt und finiter Verbform): *ich kaufe ein Auto*, jedoch nicht *ich kaufen ein Auto**. Beide genannten Bindungsmöglichkeiten beschränken die Zahl der Wörter, die miteinander gebraucht werden können; beide Arten bedingen und begrenzen sich. Charakteristisch für derartige Bildungen ist auch die Tatsache, dass sie sich in der Regel weiter ableiten lassen, beispielsweise in der Verwendung als komprimierte Form: *der Autokauf*, nicht jedoch *der Politikerkauf**.

Neben den freien gibt es die **losen Wortverbindungen**. Hierbei handelt es sich um Wendungen, die durch besonderen Gebrauch in gewissen Bereichen in ihrer Wortfolge bestimmt, in ihrer Gesamtheit aber nicht umgedeutet sind: *kalte Küche*, *ein freudiges Ereignis*. Die losen Wortverbindungen sind wie die freien Wortverbindungen nicht als Einheit im Wörterbuch eingetragen, sondern vielmehr als einzelne Bestandteile (im Folgenden nach Wahrig 1997): **kalt** (Adj., kälter, am kältesten 1. *fühlbar arm an Wärme; abgekühlt, nicht mehr warm* (Speisen); (fig.) *gefühllos, gefühlsarm, gleichgültig, frostig* (gefühl~, gemüts~) 2. ~er **Abszess** / *tuberkulöser A. ohne entzündliche Erscheinungen*; ~er **Blitz** *beim Einschlagen nicht zündender Blitz*; ~es **Blut** *bewahren sich nicht aufregen, gelassen, ruhig bleiben*; ~er **Braten**; eine ~e **Dusche** (fig.) *Ernüchterung, Dämpfer*; ~e **Ente** *Getränk aus Weißwein, Sekt (Mineralwasser) u. Zitrone*; ~e **Fährte** ... ; ~e **Küche** *nicht gekochte bzw. abgekühlte Speisen* ... 3. ~ **baden**; ~ **biegen**, *schneiden ohne zu erhitzen* ... 4. **auf** ~em Wege *ohne Erhitzung* ... [*ahd. kalt, engl. cold, got. kalds < germ. kalda* „geforeren“; zu idg. *gel- „abkühlen, (ge)frieren; verwandt mit kühl]; **Küche** *Raum zur Zubereitung von Speisen; die Speisen selbst; Ernährung, Kost; Kochkunst, die Art zu kochen*; die ~ *besorgen kochen, fürs Essen sorgen*; dieses Hotel ist berühmt für seine feine, gute ~; französische, italienische ~; kalte, warme ~ *Speisen, die man kalt bzw. warm genießt*; den ganzen Tag in der ~ *stehen* (fig.; umg.) *Hausarbeit leisten*; Wohnung mit zwei Zimmern, Bad und ~ [*ahd. chuhhina, engl. kitchen < spätlat. coquina* „Küche“; zu lat. *coquere* „kochen“]. Der Eintrag der Wortverbindung *kalte Küche* sowohl unter dem Stichwort (Lemna) „kalt“ als auch „Küche“ deutet darauf hin, dass mit der Verbindung von *kalt + Küche* meist 'nicht gekochte Speisen' gemeint sind, wobei jedoch diese Verwendungsweise nicht zwingend ist und auch ein andersartiger Gebrauch im Sinne von 'unbeheizte Küche', 'kalt wirkende Küche' durchaus denkbar wäre. Wird „kalt“ allerdings als Prädikatsadjektiv verwendet, dann geht die übertragene Bedeutung der Verbindung als 'nicht gekochte Speisen' verloren: *Die Küche ist / bleibt / wird kalt*.

Zu den losen Verbindungen zählt Agricola auch mehrgliedrige Eigennamen und Titel (onymische Phraseologismen), wie beispielsweise *die Hohe Tatra*, *das Rote Kreuz*, nicht

umgedeutete Vergleiche, wie *schwarz wie die Nacht*, *hart wie Stahl*, die häufig der Verstärkung eines Verbs oder Adjektivs dienen, Kinegramme, mit denen meist konventionalisiertes nonverbales Verhalten sprachlich gefasst und kodiert wird, wie *die Nase rümpfen*, *mit den Schultern zucken*, ebenso Redewendungen, von denen das eine Glied – obwohl bis zu einem gewissen Grade bildlich gebraucht – austauschbar bleibt und bei denen die Gesamtbedeutung noch aus den Komponenten erkennbar ist: *der eiserne (= feste) Bestand*, *blinder (= irrtümlicher, unnötiger) Alarm*. Der Übergang zur nächsten Gruppe ist in vielen Fällen fließend.

Eine weitere Gruppe sind die **festen Wortverbindungen** (Redewendungen, phraseologische Verbindungen). Diese werden eingeteilt in **einfache phraseologische Verbindungen** und **phraseologische Einheiten**. Bei den einfachen phraseologischen Verbindungen ist ein Glied der Wendung, meist das Verb, abgeblasst oder teilweise umgedeutet. Die Gesamtbildung ist jedoch aus den Einzelteilen zu begründen, in vielen Fällen ist sie nur die erweiterte Umschreibung eines Vollverbs: *Abschied nehmen – sich verabschieden*. Zu dieser Gruppe zählen die so genannten Funktionsverbgefüge, die aus einem Funktionsverb, das vorwiegend eine syntaktische Funktion ausübt, und Präpositionalgruppen oder Akkusativen (in der Regel Verbalabstrakta), die die eigentliche Bedeutung des Prädikats ausdrücken, bestehen. Die Wörter in einfachen phraseologischen Verbindungen können in sehr begrenztem Maße gegen bedeutungsnahe ausgetauscht werden. Dies geschieht beispielsweise bei den Funktionsverbgefügen mit Verben, die für die aktionalen Differenzen und den Unterschied in der Kausativität verantwortlich sind: *sich jmdm. in den Weg stellen – jmdm. im Wege stehen; in Schwung bringen/in Schwung halten* (Verursacher der Handlung muss genannt werden) – *in Schwung kommen/in Schwung sein* (Verursacher kann implizit bleiben). Eine derartige Relativierung der Festigkeit, insbesondere der lexikalischen Art, wird als Variation bezeichnet. Es handelt sich hierbei um usuelle Erscheinungen, die von grammatischen Varianten einer oder mehrerer Komponenten (*seine Hand bzw. seine Hände im Spiel haben*) über lexikalische (*ein Gesicht wie drei/sieben/zehn/vierzehn Tage Regenwetter*) bis hin zur Synonymie (*jmdn. auf den Arm nehmen/jmdn. auf die Schippe nehmen*) reichen. Eine detaillierte Darstellung der Varianten findet sich bei Fleischer (1997, S. 205ff.) und bei Burger (2007, S. 25ff.). Demgegenüber stehen die Modifikationen (okkasionelle, für die Zwecke eines Textes hergestellte Abwandlungen eines Phraseologismus).

Phraseologische Einheiten haben im Gegensatz zu den einfachen phraseologischen Verbindungen eine verhältnismäßig starre inhaltliche Bindung, die nur vereinzelt den Ersatz bedeutungsähnlicher Wörter oder Erweiterungen durch andere Wörter gestattet. Die Einzelglieder stehen zwar in durchsichtiger Beziehung zueinander und erklären sich selbst, aber die Bedeutung der gesamten Einheit ist dennoch nicht direkt erschließbar. Der Sinn der Verbindung muss verallgemeinert oder übertragen werden, wobei der Schlüssel meist die bildlich-übertragene Variante eines ihrer Bestandteile ist. Manche Wendungen sind im eigentlichen und im übertragenen Sinn zu verwenden, in der Regel gilt aber nur die umgedeutete Form: *Öl ins Feuer gießen, die Zelte abbrechen*.

Eine besondere Form der Phraseologismen, die in Bezug auf ihre Festigkeit und den Grad der Übertragung zum Teil den phraseologischen Einheiten und zum Teil starren phraseologischen Verbindungen zuzurechnen sind, sind die **Zwillingsformeln**. Sie bestehen immer aus zwei (vereinzelt aus drei) tragenden Wörtern der gleichen Wortart bzw. zweimal demselben Wort, die durch eine Konjunktion oder eine Präposition miteinander verknüpft sind: *klipp und klar, gang und gäbe, Tag für Tag, Schritt für Schritt*. Ihre formale Einheit wird

oft so stark, dass die gesamte Wortgruppe wie ein Wort behandelt wird. Dazu tritt noch eine rhythmische und klangvolle Bindung (zum Teil durch Stab- und Endreim), die eine fast unveränderbare Reihenfolge der Glieder bewirkt: *fix und fertig, mit Kind und Kegel*. Wenn sie aus ungleich langen Wörtern bestehen, sind sie gewöhnlich nach dem Gesetz der wachsenden Satzglieder angeordnet, folglich steht das kürzere vor dem längeren Wort: *hier und heute*; eine zweite Ordnung entsteht durch inhaltliche Wertung: Das weniger wichtige folgt dem positiver Beurteilten: *Mensch und Tier*. Die Bedeutungen der beiden Glieder aller Zwillingsformeln stehen entweder in einem Verhältnis der Ähnlichkeit oder der Ergänzung bzw. des Gegensatzes zueinander – sie verschmelzen jeweils zu einer neuen allgemeineren oder übertragenen gemeinsamen Bedeutung. Diese kann eine Verdopplung (zur Angabe der Verstärkung oder der Dauer) ausdrücken, wie z. B. *Jahr für Jahr*, weiterhin eine Bedeutungsähnlichkeit bzw. eine Bedeutungsergänzung, wie bei *fix und fertig*, oder einen Bedeutungsgegensatz, wie bei *Geben und Nehmen*.

Die letzte Gruppe sind die **starrten phraseologischen Verbindungen** (Idiome), bei denen die gemeinsame Bedeutung vom gegenwärtigen Sprachgebrauch aus gesehen unbegründet und nicht aus den einzelnen Gliedern ableitbar ist. Die Idiomatizität ist allerdings ein relatives Merkmal, denn sie ist abhängig von Kontext und Vorwissen (vor allem dann, wenn unikale Komponenten auftreten, also Wörter, die in der heutigen Sprache keine freie Bedeutung mehr haben, wie z. B. *Maulaffen feilhalten, jmdn. ins Bockshorn jagen*).⁴ Ein weiteres Kriterium ist die Festigkeit der Komponenten. Diese drückt sich formal, lexikalisch und semantisch aus. Unter formaler Festigkeit versteht man die Eigenschaft eines Phraseologismus, morphosyntaktischen und lexikalisch-semantischen Restriktionen zu unterliegen. Die einzelnen Komponenten sind syntaktisch nicht umstellbar, z. B. *Hab und Gut*, aber nicht *Gut und Hab**. Einige solcher Verbindungen sperren sich gegen eine Reihe von syntaktischen Operationen, sie können beispielsweise nur in einem bestimmten Tempus verwendet werden, wie z. B. *jmd. hat an jmdm. einen Narren gefressen* (Perfekt) und nicht *jmd. frisst an jmdm. einen Narren**, *jmd. fraß an jmdm. einen Narren** (Präsens bzw. Präteritum). Durch die lexikalische Festigkeit werden die einzelnen Komponenten als nicht austauschbar markiert, wie z. B. *wie Katz und Maus*, aber nicht *wie Katz und Ratte**. Die semantische Festigkeit besagt, dass der phraseologische Ausdruck als ganzer die Bedeutung trägt, im Gegensatz zur weiter oben besprochenen freien Verbindung, wo die einzelnen Komponenten Bedeutungsträger sind. Zusätzlich lassen sich weitere Arten der Festigkeit ausmachen, welche die genannten erweitern: Hierbei handelt es sich einerseits um die psycholinguistische Festigkeit, wonach Phraseologismen wie andere Lexeme im mentalen Lexikon fest verfügbar sind und als Ganzes reproduziert werden können. Andererseits liegt pragmatische Festigkeit vor, das heißt, die Phraseologismen sind an bestimmte Situationen gebunden. Die vorgenannten syntaktischen und lexikalischen Restriktionen, denen Phraseologismen – wenngleich in unterschiedlich starker Ausprägung – unterliegen, sind im Vergleich zu grammatischen Restriktionen relativ schwach, denn eine Verletzung führt nicht zu fehlerhaften Äußerungen. Das bedeutet, dass auch die Festigkeit ein relatives Kriterium ist und Phraseologismen in unterschiedlichem Maß modifiziert werden können. Dies geschieht vor allem in der mündlichen Alltagssprache, in Medientexten (z. B. in der Werbesprache) und in literarischen Texten (einschließlich Liedtexten).

4. Die Idiomatizität ist graduell abstufbar. Dabei wird zwischen Vollidiomen (*jmdm. einen Korb geben*), Teilidiomen (*blinder Passagier*) und Nicht-Idiomen (*Zähne putzen*) unterschieden. Die Grenzen sind allerdings auch hier fließend.

Ihrer Herkunft nach stammen zahlreiche Wendungen ursprünglich aus der Bibel, wie z.B. *im siebten Himmel sein*, andere beziehen sich auf Realien, die es heute nicht mehr gibt, wie z.B. *alles in einen Topf werfen*, manche entstammen dem Rechtswesen, wie z.B. *über einen den Stab brechen*, wieder andere sind ihrer Herkunft nach Standessprachen (Handwerksgruppen, Kaufmannswesen, Landwirtschaft u.v.a.m.), dem brauchwürdigen Volksleben, in jüngerer Zeit auch dem technischen Fortschritt zuzuordnen, wie z.B. *Ränke schmieden*, *Kapital aus etwas schlagen*, *leeres Stroh dreschen*, *unter die Haube kommen*, *grünes Licht geben*. Nicht selten sind derartige Idiome Umschreibungen für tabuierte Ausdrücke aus den Sinnbezirken der Jagd, der Krankheit, vor allem der Geisteskrankheiten, des Geschlechtslebens, des Todes oder der Mythologie. Der Gebrauch bis in die heutige Zeit hinein ist mitunter regional bzw. dialektal beschränkt, auch die Zugehörigkeit zu einer sozialen Gruppe spielt eine Rolle. Darüber hinaus ist der Einfluss anderer Sprachen unübersehbar. Manche Fügungen werden in der Originalform entlehnt und im Laufe der Zeit in den deutschen Wortschatz eingegliedert, wie z. B. *last, not least* (aus dem Englischen), andere werden verdeutscht, wie z. B. *das Gesicht verlieren* – nach engl. *lose face*). Verblasste Bilder finden sich weiterhin bei umgedeuteten Vergleichen, die meist umgangssprachlich gebraucht werden und nicht selten auf Wortwitz und Ironie angelegt sind, wie z. B. *klar wie Kloßbrühe*. Im Unterschied zu den festgeprägten Sätzen oder zu den Sprichwörtern müssen phraseologische Verbindungen in einen Satz eingefügt und in der Regel nach Tempus und Numerus verändert werden. „Ihre offene Form des verbalen Ausdrucks bringt es mit sich, dass sprichwörtliche Redensarten auch keinen festen Inhalt und schon gar keine lehrhafte Tendenz haben können. Sie bieten keine ‘Spruchweisheit’. Erst dadurch, dass sie zu Sätzen vervollständigt werden, bekommen sie einen Inhalt“ (Röhrich 1991, S. 23). Von rein sprachgeschichtlichem Interesse erscheint die Tendenz der Verkürzung, da diese für den heutigen Sprachgebrauch nicht mehr relevant ist. So entstand *einem eins auswischen* beispielsweise aus der ursprünglichen Redensart *einem ein Auge auswischen* (vgl. Röhrich 1991, 27).

Eine besondere Gruppe der phraseologischen Verbindungen sind bei Agricola (1985) **festgeprägte Sätze**. Sie übersteigen ihrer Struktur nach schon die Grenze der festen Wortverbindungen, haben aber sonst alle Merkmale dieser Gattung. Die Möglichkeit ihrer Abwandlung ist noch begrenzter: *So jung kommen wir nie wieder zusammen*. Hierher gehören auch die als Auslassungssätze anzusehenden Bildungen: *du ahnst es nicht!*, *wir werden das Kind schon schaukeln* bzw. Ausrufe: *Das ist gehupft wie gesprungen*. Mit den phraseologischen Verbindungen haben sie gemeinsam, dass sie keine selbständige Aussage darstellen, sondern sich auf einen Kontext beziehen müssen.

Phraseologismen lassen sich allerdings nicht nur unter lexikalischem bzw. syntaktisch-grammatischem Aspekt klassifizieren, da sie in ihrem Erscheinungsbild und in ihrer Verwendung weit über diese Kriterien hinausgehen. Von Interesse erscheint in diesem Zusammenhang die Basisklassifikation nach Burger (2003, S. 36ff.), auf die im Folgenden näher eingegangen werden soll. Sie erscheint aus fremdsprachendidaktischer Sicht allerdings weniger für den praktischen Fremdsprachenunterricht geeignet. Burger unterteilt Phraseologismen entsprechend ihrer **Zeichenfunktion**, die sie in der Kommunikation besitzen, in referentielle (sich auf Objekte, Vorgänge oder Sachverhalte der Wirklichkeit beziehende), strukturelle (grammatische Relationen herstellende, wie z. B. *entweder ... oder*, *in Bezug auf*, *nicht nur ... sondern auch*) und kommunikative als sprachliche Mittel in bestimmten kommunikativen

Handlungen (Routinen) (*Guten Morgen!, ich meine*).⁵ Referentielle Phraseologismen werden nach semantischen Kriterien (je nachdem, ob sie Objekte oder Vorgänge bezeichnen, wie z. B. *der goldene Mittelweg*, oder Aussagen über Objekte und Vorgänge machen, wie z. B. *Morgenstund hat Gold im Mund*) dabei in nominative (syntaktische Einheiten unterhalb der Satzgrenze, also satzgliedwertige) und propositionale (satzwertige bzw. textwertige) untergliedert. Innerhalb der referentiellen Phraseologismen unterhalb der Satzgrenze (nominative Phraseologismen) erfolgt bei Burger die Untergliederung nach dem Grad der Idiomaticität (Erklärbarkeit der Bedeutung ohne historisches Wissen) in Kollokationen (nicht- bzw. schwach-idiomatische Phraseologismen), Teil-Idiome (bei denen beispielsweise eine Komponente wörtlich verstanden und eine im übertragenen Sinne verwendet wird, wie z. B. *Schwein gehabt*) und Idiome, also Redewendungen, die ohne historisches Wissen nicht mehr erklärbar sind (z. B. *jmdm. einen Bärendienst erweisen, etw. auf dem Kerbholz haben*). Die satzwertigen (propositionalen) Phraseologismen untergliedern sich in feste Phrasen (satzwertige Formulierungen, die in der Regel explizit an den Kontext angeschlossen sind, wie z. B. *Das ist ja die Höhe!*) und topische Formeln (satzwertige Formulierungen, die durch kein lexikalisches Element an den Kontext angeschlossen werden müssen als generalisierende, nicht situationsspezifische Aussagen). Diese werden in die Hauptgruppen Sprichwörter und Gemeinplätze (d.h. durch ein semantisches Kriterium) unterschieden. Eine ausführliche Darstellung der Sprichwörter findet sich im zweiten Teil der vorliegenden Arbeit.

Bei der **syntaktischen Klassifizierung** der Phraseologismen unterscheidet Burger (2007, S. 43ff.) zwischen adjektivischen Phraseologismen, die prädikativ und attributiv verwendbar sind (*frisch gebacken – ein frisch gebackener Ehemann*), adverbialen Phraseologismen (*im Handumdrehen, an Ort und Stelle*), nominalen Phraseologismen, die Satzgliedfunktionen erfüllen können (*Vater Staat*), sowie (vereinfacht ausgedrückt) verbalen Phraseologismen mit unterschiedlichen internen und externen Valenzen ([jmd.] *schlägt Zeit tot* (eine externe, eine interne Valenz; [jmd.] *streut [jmdm.] Sand in die Augen* – zwei externe, zwei interne Valenzen).

Unter **pragmatischer Betrachtungsweise** werden zwei hauptsächliche Typen von Phraseologismen unterschieden, deren Festigkeit differenziert zu beurteilen ist. Neben der Klasse der Gruß-, Glückwunsch- und anderen Arten von „Formeln“, die in sehr allgemein zu definierenden Situationstypen verankert sind (*Guten Tag, Auf Wiedersehen*), beziehen sich andere auf spezifischere Situationstypen, wie z. B. der Ausdruck *Ich eröffne die Verhandlung*, die in einer Gerichtsverhandlung seinen Platz hat und dessen Äußerung nur dem Vorsitzenden zusteht. Diese Gruppen berücksichtigen allerdings nur einen Bruchteil der Phraseologismen.

3 SPRICHWÖRTER

Unter einem Sprichwort (Proverb) ist dem Kleinen Wörterbuch sprachwissenschaftlicher Termini zufolge eine knapp und treffend formulierte Lebensweisheit zu verstehen, die bestimmte gesellschaftliche Erfahrungen in hohem Grade verallgemeinert: *Gut Ding will Weile, Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen, Aller Anfang ist*

5. Die von Burger als strukturelle und kommunikative Phraseologismen bezeichneten Gruppen werden nicht durchgehend in allen Arbeiten den Phraseologismen zugerechnet. So enthalten strukturelle Phraseologismen meist keine Autosemantika (vgl. Fleischer 1997, S. 29) und entsprechen somit nicht dem Kriterium der Polylexikalität.

schwer. Der Autor ist unbekannt und oft bringt ein Sprichwort volkstümlich Bildhaftes zum Ausdruck. In der Volkskunde hat die Erforschung der Sprichwörter eine lange Tradition⁶, die Lehre von den Sprichwörtern wird (nach dem griechischen Wort *paroimia* – daher Parömie) als wissenschaftliche Disziplin Parömiologie genannt. Die wahrscheinlich umfassendste Sammlung in der heutigen Zeit ist das Lexikon der sprichwörtlichen Redensarten von Lutz Röhrich, das 1999 bereits in der 4. Auflage erschienen ist.

Auf Grund seines abgeschlossenen Sinninhaltes (feste, nicht veränderbare Formulierung, kontextunabhängiger Gebrauch) unterscheidet sich das Sprichwort zwar von der Redewendung, wird jedoch auf Grund seiner Polylexikalität, seiner Festigkeit und seiner Idiomatik meist den Phraseologismen zugeordnet. Unter syntaktisch-textgrammatischem Aspekt sind Sprichwörter in sich geschlossene Sätze, die durch kein lexikalisches Element an den Kontext angeschlossen werden müssen. Aus der Perspektive der Rezeption bedeutet dies, dass sie – mit einigen Einschränkungen – kontextfrei verstanden werden. Permjakov versteht sie als „Zeichen und Modell für typenhafte reale oder gedachte Situationen des Lebens“ (1986, S. 10). Sprachlich entspricht dem häufig die Form des All-Satzes: *Lügen haben kurze Beine* = 'alle Lügen haben kurze Beine'. Sprichwörter zeichnen sich durch Reime (*Morgenstund hat Gold im Mund*) oder Parallelismen (*Kommt Zeit, kommt Rat*) aus, um sich dadurch noch besser im Gedächtnis zu verfestigen. Bei den Reimen findet man Stabreim (*Wer andern eine Grube gräbt, fällt selbst hinein*), Endreim (*Was ich nicht weiß, macht mich nicht heiß*) oder Binnenreim (*Mitgegangen, mitgefangen, mitgehangen*). Inhaltsseitig vermitteln viele Sprichwörter eine direkte oder indirekte Belehrung oder Aufforderung, wie z. B. *Wer rastet, der rostet*, die sich formal im Imperativ oder anderen sprachlichen Mitteln mit derselben Kommunikationsabsicht (Illokution), wie z. B. *Frisch gewagt ist halb gewonnen* oder in der Verwendung von Modalverben, wie z. B. *Wer nicht hören will, muss fühlen; Man soll den Tag nicht vor dem Abend loben* repräsentiert. Sie bringen neben Volksweisheiten, wie z. B. *Unkraut vergeht nicht; Viele Köche verderben den Brei*, auch Sozialkritik (*Gelegenheit macht Diebe; Kleider machen Leute*), Religionskritik (*Ich tue als ein guter Christ nicht mehr, als mir befohlen ist; Pfaffen und Klaffen hat der Teufel erschaffen*) oder Vorurteile (*Faulheit ist die Triebfeder des Fortschritts; Keine Rose ohne Dornen*) zum Ausdruck. Nicht selten gibt es für ein und denselben Sachverhalt zwei gegensätzliche Sprichwörter: *Glück hat auf Dauer nur der Tüchtige – Die dümmsten Bauern haben die dicksten Kartoffeln*.

Wie alle Elemente einer natürlichen Sprache erfahren auch die Sprichwörter Abwandlungen und Weiterentwicklungen. Sie werden verändert, vermischt und auch oft inhaltlich der jeweiligen Zeit angepasst, in anderen Fällen dienen sie als Vorlage zur Bildung neuer sprachlicher Wendungen. Mitunter entwickelt sich aus einem Sprichwort ein Phraseologismus: *jmdm. eine Grube graben* 'jmdm. hinterhältig zu schaden suchen' aus dem Sprichwort *Wer andern eine Grube gräbt, fällt selbst hinein* (vgl. Fleischer 1997, S. 77) oder umgekehrt ein Sprichwort aus einem Phraseologismus, beispielweise durch Hinzufügen eines Subjekts. Sprichwörter haben im Laufe der deutschen Sprach- und Literaturgeschichte einen deutlichen Funktionswandel durchgemacht, der den Bereich der Phraseologie nicht in dem Ausmaß trifft. Galt noch in der spätmittelalterlichen Literatur der Gebrauch von Sprichwörtern als Zeichen poetischer Meisterschaft mit der alten rhetorischen Funktion des Redeschmucks (*ornatus*), ist seit der Aufklärung die allzu häufige Verwendung sowohl in der Literatur als auch in der alltäglichen Konversation des Bürgertums eher verpönt. In

6. Die älteste umfassende Sprichwörtersammlung des Deutschen ist das dreibändige Werk von Peters: *Der Deutschen Weißheit* (1604/05).

der heutigen Zeit herrschen allgemein ein nach wie vor großes Interesse und ein allgemein verbreitetes Sprachbewusstsein im Bezug auf die Sprichwörter (vgl. u.a. Baur-Chlosta 1996). „Da Sprichwörter in der Regel All-Sätze sind, eignen sie sich in argumentativen Zusammenhängen als „Schlussregel“, die einer Behauptung als Stütze dienen kann“ (Burger 2007, S. 121). Trotz dieses allgemeinen Bewusstseins und einer in zahlreichen Arbeiten nachgewiesenen guten Kenntnis von Sprichwörtern bei den Deutschen ist die argumentative (moralisierende) Verwendung in der heutigen Zeit weitgehend zurückgedrängt. Im modernen Deutsch treten Festigkeit und Metaphorizität in den Vordergrund. So erfolgen Abwandlungen in allen möglichen Bereichen der öffentlichen und privaten Kommunikation. Vor allem den Massenmedien (Zeitungstexte, Werbung) bieten Sprichwörter unerschöpfliche Quellen für kreative Leistungen, obwohl diese dann in der Regel sprachliche ad-hoc-Bildungen, also okkasionelle, für die Zwecke eines Textes hergestellte Abwandlungen ähnlich den Modifikationen der Phraseologismen sind. Darüber hinaus handelt es sich in der Regel auch nicht um Neubildungen, die eine Gegenposition gegen die alten Sprichwörter aufbauen würden, sondern um (sehr populäre) Veränderungen altbekannter Volksweisheiten, die nur noch eine assoziative Verbindung zum originalen Zusammenhang aufweisen.⁷ Abgewandelte Sprichwörter ziehen durch das ungewohnte Schriftbild/Lautbild unweigerlich die Aufmerksamkeit des Lesers/Hörers auf sich. Gleiches gilt im Übrigen auch für die Verwendung von Phraseologismen in unveränderter Form, indem sie beispielsweise bei Schlagzeilen in der Presse eine anschauliche Situation evozieren, ohne dass deren faktische Entsprechung bereits spezifiziert wäre. An der weiten Verbreitung dieser Bildungen, die häufig nichts anderes als „sprachliche Eintagsfliegen“ sind, haben die Massenmedien der modernen Zeit erheblichen Anteil. Nur wenige davon gehen in den allgemeinen Sprachgebrauch über, wie z. B. der Werbeslogan *Nicht immer, aber immer öfter*. Mit der Verwendung einiger Sprichwörter und Phraseologismen in der aktuellen deutschen Medienlandschaft befasst sich der dritte Teil des vorliegenden Kapitels.

Nicht alle Sprichwörter entstammen historisch gesehen dem Volksmund. Manche sind literarischer Herkunft, Fleischer (1997, S. 78) bezeichnet sie als LehnSprichwörter. Quellen sind die Bibel bzw. griechische oder lateinische Literatur des klassischen Altertums, in der heutigen Zeit auch andere Sprachen. Eng verwandt mit den Sprichwörtern sind die Gemeinplätze als (quasi-)tautologische Sätze, wie z. B. *Was zuviel ist, ist zuviel*, oder Truismen (scheinbare Trivialitäten, die nicht widerlegbar sind): *Man lebt nur einmal*. Bei den so genannten Beispielssprichwörtern (Wellerismen) handelt es sich um Sprichwörter, die einem Sprecher in den Mund gelegt werden, wobei der Schlussteil die Situation charakterisiert, in der das Sprichwort „gesagt“ wird. Sie haben kaum belehrenden Charakter, sondern sind Ausdruck des gesunden und oft derben Volkswitzes: *Was sich liebt, das neckt sich, sagte die Katze und fraß die Maus*. Ein enges Verhältnis besteht auch zu den geflügelten Worten⁸ und den Zitaten, die allerdings nicht wie das Sprichwort an die Satzstruktur gebunden sind und deshalb auch eher phraseologisiert werden; bei Zitaten wird darüber hinaus in der Regel auch der Autor mit angegeben: *auf Messers Schneide stehen* (nach Homer), *Wir leben nicht um zu essen; wir*

7. Insofern erscheint der heute weit verbreitete Terminus Antispruchwort (als Transformation einer stereotypen Wortsequenz mit dem Zweck einer humoristischen Wirkung) nicht treffend, da es sich um okkasionelle Modifikationen handelt, bei denen einerseits die Kenntnis der Sprichwörter vorausgesetzt wird und andererseits diese Modifikationen nur selten im tradierten Bestand fest werden.

8. Der Ausdruck geht auf den griechischen Dichter Homer zurück. Er bezeichnet damit Worte, die vom Mund des Redners zum Ohr des Angesprochenen „fliegen“ (Duden 1998, S. 12).

essen um zu leben (Sokrates). Aphorismen bilden gewissermaßen einen Gegenpol zu den Sprichwörtern, da Verhaltensweisen oder Erkenntnisse nicht lehrhaft vermittelt, sondern vielmehr in Frage gestellt werden: *Die Summe unserer Erkenntnisse besteht aus dem, was wir gelernt, und aus dem, was wir vergessen haben* (M. v.Ebner-Eschenbach). Sentenzen sind knappe, treffend formulierte, autoritätshaltige und auf viele Fälle anwendbare Sinnsprüche, die eine vorher geschilderte Situation oder Erkenntnis in einem Satz zusammenfassen und zu allgemeiner Bedeutung erheben. Sie stammen meist aus belletristischen Werken: *Der Starke ist am mächtigsten allein* (F. Schiller, Wilhelm Tell). Den Sprichwörtern ebenfalls verwandt sind Maximen, die eine allgemeine Lebensregel, einen Grundsatz des Wollens oder des Handelns oder einen Denkspruch beinhalten: *Altes Fundament ehrt, darf aber das Recht nicht aufgeben, irgendwo wieder einmal von vorn zu gründen* (Goethe, Maximen und Reflexionen, 1833).

4 EINIGE AKTUELLE BEISPIELE FÜR DIE VERWENDUNG VON SPRICHWÖRTERN UND PHRASEOLOGISMEN IN DEN DEUTSCHEN MEDIEN

Wie bereits weiter oben beschrieben, werden Sprichwörter auch heute noch häufig verwendet. In diesem Abschnitt möchten wir anhand einiger Beispiele aus der deutschen Presse und aus dem deutschen Fernsehen zeigen, wie Sprichwörter in der modernen deutschen Sprache eingesetzt werden. Dazu haben wir einige Zeitungen und Zeitschriften sowie Fernsehprogramme ausgewählt und diese auf den Sachverhalt der Sprichwortverwendung hin untersucht. Von besonderem Interesse erscheinen Modifikationen von Sprichwörtern. Zum Abschluss finden sich noch einige Belege für sprichwortähnliche Metaphern und ein zu einem Sprichwort gewordener Ausspruch, der, seitdem er das erste Mal gesagt wurde, in aller Munde ist. Sicherlich ist die getroffene Auswahl der Druckerzeugnisse und Fernsehsendungen nicht repräsentativ für die gesamte deutsche Medienlandschaft, eine breiter gefasste Auswahl würde jedoch den Rahmen des vorliegenden Kapitels sprengen. Die Informationen zu den Druckerzeugnissen sind der Liste deutschsprachiger Zeitschriften unter de.wikipedia.org entnommen.

Für das erste Beispiel haben wir die *Super Illu* gewählt, eine in Ostdeutschland erscheinende Wochenzeitschrift mit einer Auflagenhöhe von 500000 Exemplaren, somit Marktführer im Osten. Im Fokus der Zeitschrift stehen vorwiegend ostdeutsche Themen aus den verschiedensten Bereichen, von Politik, Wirtschaft, Kultur über Geschichtliches oder Reisebeschreibungen bis hin zu Promi-Meldungen oder Ratgeberteil. Die Sprache ist einfach, leicht verständlich und entspricht der Zielgruppe (durchschnittlich gebildete Erwachsene).

Beispiel für die Verwendung von Sprichwörtern in der *Super Illu*:

„Clever haushalten“ (Heft 8/2009)

Mit dem Untertitel „So machen Sie mehr aus Ihrem Geld“ werden in der Folge 1 Tipps für Wohnen und Energie gegeben. In Tipp 9 heißt es: „Waschen. *Je voller, je doller!* Mit anderen Worten: Eine Waschmaschine ist nur energieeffizient, wenn sie voll beladen ist.“

Bei den insgesamt 15 Tipps handelt es sich um knapp gefasste Ratschläge, bei denen jeweils am Anfang der Gegenstand bzw. die Tätigkeit, auf die konkret Bezug genommen wird, im Fettdruck erscheint, anschließend folgt die Beschreibung des Problems und die vorgeschlagene Lösung. Meist schließt sich am Ende noch einmal – wiederum fett gedruckt – eine abschließende Aussage zur Höhe der Einsparung bei Umsetzung des jeweiligen Ratschlages an. Die Sprache ist einfach, die Wortwahl beschränkt sich auf das Wesentliche. Insofern wirkt das modifizierte Sprichwort von *Je voller, je doller* auflockernd und lässt

durch den unmittelbar vorher genannten Sachbereich keine Zweifel aufkommen, dass es sich hierbei um die Waschmaschine handelt. Mit *voller* wurde darüber hinaus ein Adjektiv gewählt, das sich – wie das originale *oller* – auf die zweite Komponente des Sprichwortes reimt. Nach Burger (2007, S. 160ff.) handelt es sich um eine formale und semantische Modifikation, da einerseits eine Komponente (*oller*) gegen eine andere (*voller*) ausgetauscht wurde und außerdem die ursprüngliche Bedeutung des Sprichwortes ‘Je älter, desto ausgeprägter / heftiger / stärker / verrückter; Je älter sie werden, desto mehr wollen sie sich ausleben’ völlig verloren gegangen ist und eigentlich nur als Reimvorlage dient.

Die nächsten Beispiele sind dem *Stern* entnommen. Der *Stern* (eigene Schreibweise: *stern*) erscheint als aktuelles Wochenmagazin und wird mit dem Auflagenschwerpunkt in ganz Deutschland verbreitet. Der *Stern* behandelt politische und gesellschaftliche Themen, er bietet Nutzwertjournalismus und klassische Reportagen, zeigt aufwändige Fotostrecken und porträtiert Stars. Die Auflage des Magazins liegt bei knapp 1 Millionen Exemplaren. Der *Stern* erreicht 7,47 Millionen Leser bzw. 11,5 Prozent der deutschen Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren. Die Sprache entspricht der Zielgruppe der Leser (durchschnittlich gebildete Erwachsene). Sie ist einfach und leicht verständlich.

Beispiele für die Verwendung von Sprichwörtern im *Stern*:

„Kinder an die Waffen“ (Heft 14/2009)

Der im Zusammenhang mit dem Amoklauf des siebzehnjährigen Tim Kretschmer in Winnenden vom 12.3.2009 erschienene Artikel befasst sich mit der Frage, ob Jugendliche in Schützenvereinen mit großkalibrigen Waffen trainieren sollten. „Die bei UMAREX unter Lizenz gefertigten Modelle legendärer Waffenhersteller bieten den Jugendlichen realistische Trainingsbedingungen. Getreu dem Motto *Früh übt sich ...* ist ein späterer Wechsel auf die Großkaliber-Disziplinen problemlos möglich.“

Bei dem angeführten Beispiel handelt es sich um eine formale Modifikation ohne semantische Modifikation, genauer gesagt um eine Verkürzung (Ellipse), bei der der zweite Teil des Sprichwortes „*was ein Meister werden will*“ weggelassen wird. Die Auslassung des zweiten Teils erscheint allerdings berechtigt, da es in dem Artikel keineswegs um die Erreichung besonderer Fähigkeiten im positiven Sinne geht. Vielmehr wird stilistisch geschickt kritisiert, dass junge Menschen bereits sehr früh Zugang zu schweren Waffen bekommen, wodurch sich auch nicht zuletzt solche tragischen Amokläufe jederzeit wiederholen können.

„Die dunkle Seite des Geldes“ (Heft 14/2009)

In diesem umfangreichen, in einem lockeren sprachlichen Stil verfassten Artikel beschäftigt sich die Autorin Beate Flemming mit den Millionenschulden der Deutschen, einem sicherlich traurigen Thema. Auf der zweiten Seite leitet sie einen Abschnitt mit folgenden Worten ein: „*Borgen und Schmausen endet mit Grausen*. Den alten Spruch hatten die Deutschen fast vergessen. Doch jetzt überholt sie die Horrorwirklichkeit.“ Dabei sind die Worte „Borgen und Schmausen“ fett gedruckt.

Dieses Sprichwort wird hier in seiner ursprünglichen Bedeutung verwendet, und zwar dass es ein böses Erwachen gibt, man unangenehm überrascht wird, abrupt vor ungeschöner Tatsache gestellt wird – *Grausen*, wenn man sich etwas leiht (hier insbesondere Geld) – *Borgen* – und dieses dann verkonsumiert, ohne etwas zurückzulegen oder sinnvoll einzusetzen, um für später vorzusorgen – *Schmausen*. *Borgen* steht hier ferner für Kauf auf Raten, für Finanzierungen, Hypotheken, Kredite u.ä., also geliehenes Geld und geldwerte Leistungen im weitesten Sinne. Nicht selten übernehmen sich hierbei die Menschen, nicht zuletzt

deshalb, weil ihnen von den Anbietern suggeriert wird, sie seien mit derartigen Darlehen auf der sicheren Seite. Später sind sie dann infolge von Arbeitslosigkeit, wirtschaftlichen Engpässen oder auch aus gesundheitlichen Gründen nicht mehr in der Lage, ihre Schulden zurückzuzahlen, was die Menschen nicht selten in den materiellen Ruin treibt. Auf Grund der Verwendung dieses nicht modifizierten Sprichwortes als Einleitung des Abschnitts wird der Leitgedanke des folgenden Textes vorweggenommen und der Leser durch die Anschaulichkeit des Sprichworts auf die zu behandelnde Problematik eingestimmt. Das Sprichwort intensiviert das Gesagte und stimmt den Leser auf die nachfolgend wörtlich behandelte Problematik ein.

Etwas weiter unten in dem gleichen Artikel wird die Lebenslage des Schlagerstars Gunter Gabriel beschrieben. Dieser wollte vor einigen Jahren Steuern sparen und hatte vor 20 Jahren 40 Eigentumswohnungen gekauft. Schrott-Immobilien. *Habsucht ist die Wurzel allen Übels*.

Auch hier dient das nicht modifizierte Sprichwort als bildhafter Vergleich, allerdings als Quintessenz bzw. Zusammenfassung des vorher im Text wörtlich beschriebenen Sachverhalts. *Habsucht* ist laut Duden (2007) „(abwertend): charakterliche Veranlagung, auf Grund deren der Drang besteht, ständig sein Vermögen zu mehren u. seinen Besitz zu erweitern“. Von diesem Drang war das Handeln Gabriels bei dem beschriebenen Kauf der Eigentumswohnungen zweifellos motiviert. Sie sollten als gute Geldanlage dienen und gleichzeitig natürlich als Möglichkeit, Steuern zu sparen. Nachdem dieser Plan jedoch so nicht aufgegangen ist und der Schlagerstar mittlerweile auf einem großen Schuldenberg sitzt, kommt er selbst zu der Einsicht, falsch gehandelt zu haben. Diese persönliche Misere wird hier durch das Wort *Übel* charakterisiert.

Auch das dritte Beispiel ist dem gleichen Text entnommen.

Vielleicht. Wenn wir uns fünf Jahre lang nur Margarine aufs Brot schmieren, beten, dass nichts verrutscht. Vor allem nicht das Kondom. Bloß kein drittes Kind! Bloß gesund bleiben! *Schaffe, schaffe, Häusle baue* – von wegen. Sogar die Schwaben haben ihr Motto mittlerweile umgedreht: *Häusle baue und dann: hoffen, hoffen – dass es mich nicht trifft*.

Die fast schon zum Sprichwort gewordenen Zeilen *Schaffe, schaffe, Häusle baue* entstammen einem in schwäbischem Dialekt verfassten Schlager von Ralf Bendix aus dem Jahre 1964. Die Metapher wird meist losgelöst in der Bedeutung „fleißig arbeiten, etwas Geld sparen, ein eigenes (kleines) Haus bauen, nicht verschwenderisch sein“ als positives Lebensmotto verwendet bzw. als besondere Tugend der Schwaben herausgestellt. Die positive Konnotation der Wendung steht hier stellvertretend für die Biographie Hunderttausender Bundesbürger, die sich, nachdem sie einige Jahre im Beruf erfolgreich waren und somit über gewisses Eigenkapital verfügen, entschließen, sich eigenen Wohnraum zu schaffen. Meist haben diese Menschen auch schon Kinder und erfüllen sich mit dem Bau eines Eigenheimes ihren privaten Lebenstraum vom Glück in den eigenen vier Wänden. Dies setzt allerdings enorme Anstrengungen voraus, denn Kredite, mit denen ein solches Häuschen in der Regel finanziert wird, müssen meist ein Leben lang abbezahlt werden. Bedingt durch die Wirtschaftskrise und die damit einhergehende Angst vor der Arbeitslosigkeit und andere Faktoren, wie plötzlich eintretende gesundheitliche, vielleicht auch familiäre Probleme, wird es jedoch zunehmend problematisch, sein Leben auf Jahre voraus zu planen und vor allem seinen Verpflichtungen nachzukommen (sprich: Kredite abzuzahlen). Ist man dazu nicht mehr in der Lage, drohen die Zwangsversteigerung des Eigenheims, der Umzug zurück in eine Mietwohnung, nicht selten der soziale Abstieg. Auf dieses Szenario bereitet die Autorin den Leser durch die Wortwahl *Margarine aufs Brot schmieren* (das heißt eisern sparen), *beten, dass nichts verrutscht, vor allem*

nicht das Kondom (nicht ungewollt schwanger werden, denn Kinder kosten viel Geld) und *bloß gesund bleiben* (Krankheit bedeutet Arbeitsplatzverlust und damit niedrigeres Einkommen, teure Kosten für medizinische Versorgung) vor, führt dann die Liedzeile an, um sie sofort im nächsten Satz zu modifizieren. Der Kern der Metapher *Häusle baue*, nämlich die Schaffung von eigenem Wohnraum, bleibt bei dieser Modifizierung erhalten, die Konsequenzen sind jedoch solche, die es früher in dieser Form nicht gegeben hat, nämlich „*hoffen, hoffen – dass es mich nicht trifft*“. Durch diese Modifizierung gewinnt der Text als solcher erheblich an Dramatik – denn was früher überschaubar war, erweist sich heute als (lebenslange) Zitterpartie.

„John Wayne am Matterhorn“ (Heft 14/2009)

Dieser Zwischenruf aus Berlin von Hans-Ulrich Jörges kommentiert den Auftritt des deutschen Finanzministers Peer Steinbrück, der im Kampf gegen die Steueroasen die Schweiz zur Lockerung ihres Bankgeheimnisses aufgefordert und dabei den (etwas unglücklichen) Vergleich mit der 7. Kavallerie in Fort Yuma, deren pure Anwesenheit genügt habe, „die Indianer in Angst und Schrecken zu versetzen“, bemüht hatte. In der Unterüberschrift heißt es dann auch: Er reitet gegen Unrecht und Steuerflucht. Sporenklirrend. Eis im Blick. Stahl in der Stimme. Seither ist Peer Steinbrück in der Schweiz zum „most hated man“ geworden. *Aber es braucht einen Revolverhelden, um Viehdiebe zu vertreiben.*“

Durch die Verwendung von Wörtern und Wendungen, wie „er reitet“, „sporenklirrend“ und „most hated man“ als Stilmittel zur Erzeugung eines bestimmten Lokalkolorits wird das Bild vom so genannten Wilden Westen assoziiert. Die sich anschließende sprichwortartige Metapher fasst einerseits das vorher im Text wörtlich Gesagte zusammen und hebt es auf eine andere kognitive Ebene. Laut Duden (2007) ist ein „Revolverheld (vom engl. gunslinger oder gunfighter) (abwertend): jmd., der sich leicht in Streitereien verwickelt u. dann bedenkenlos um sich schießt“. Wahrig (1997) bezeichnet ihn gar als „großsprecherischer Raufbold“. Insofern deckt sich die Bedeutung des Revolverhelden nicht mehr mit der eines Helden im positiven Sinne. Allerdings wird die negative Konnotation im zweiten Teil der Metapher modifiziert, indem es hier um das Vertreiben von Viehdieben geht. Ein Viehdieb als eine Person, die illegal Nutztiere entwendet, dürfte keinesfalls in irgendeiner Weise positive Assoziationen hervorrufen. Insofern vollbringt der (ebenfalls ursprünglich nicht positiv konnotierte) Revolverheld zumindest eine positive Tat, indem er diese Viehdiebe vertreibt. Das Wort Viehdiebe steht hier für Banken und andere Institutionen in der Schweizerischen Eidgenossenschaft, die Bundesbürgern behilflich sind, Steuern zu hinterziehen, wobei Steuerhinterziehung, d.h. „die Verkürzung von Steuern aus grobem Eigennutz bzw. die Erlangung von nicht gerechtfertigten Steuervorteilen (Abgabenordnung von 1976, § 370)“ in der Bundesrepublik Deutschland selbstverständlich eine Straftat, also eine illegale, ungesetzliche Handlung darstellt. Steinbrücks Vorgehensweise wird hier also so dargestellt, dass er sich für die richtige Sache stark macht, dies jedoch ohne besonderes diplomatisches Feingespür tut.

Der Spiegel (eigene Schreibweise: *DER SPIEGEL*) zählt seit seiner Gründung im Jahre 1947 zu den wichtigsten deutschen Nachrichtenmagazinen. Er erreicht aktuell eine Auflage von mehr als einer Million Exemplaren und ist somit in Deutschland Marktführer. Die Zielgruppe sind durchschnittlich gebildete, in der Regel auch politisch interessierte Erwachsene, die Sprache wird allgemein als auf hohem Niveau befindlich eingeschätzt.

Beispiel für die Verwendung von Sprichwörtern im *Spiegel*:

Der Spiegel 13/2009

In der Rubrik Leserzuschriften äußert sich der ehemalige Bundesminister für Arbeit und Soziales Norbert Blüm zu der in Nr. 11/2009 erschienenen Serie mit dem Titel „Nach sechs

Jahrzehnten Sozialpolitik hat sich die Kluft zwischen Arm und Reich dramatisch vertieft“. Seine Zuschrift wird betitelt mit „Konfusionen der Moderne“. Blüm schreibt: Es ist eine große Klugheit in unser Rentensystem eingebaut. „*Wie du mir – so ich dir.*“ Diese Maxime stärkt den Generationenzusammenhalt. Die Solidarität der Generationen wird so verknüpft mit dem Eigeninteresse.

Das verwendete Sprichwort *Wie du mir – so ich dir* stammt aus der Bibel und bedeutet, dass jemand jemandem etwas mit gleicher Münze heimzahlt. Was einem selbst angetan wurde, tut man dem anderen auch an. Der mitschwingende Unterton der Rache lässt bei diesem Sprichwort eher auf eine negative Konnotation schließen. Das englische Sprichwort *Tit for tat*, das dem deutschen *Wie du mir, so ich dir* entspricht, stand jedoch auch Pate für eine Strategie in der Spieltheorie. Im Tit-for-tat-Spiel handelt ein Spieler immer genauso wie sein Gegenspieler. Dabei wird anfangs immer von einer Kooperation ausgegangen. Handelt jedoch ein Spieler unkooperativ (defektiert), dann antwortet der zweite Spieler ebenso. Insofern fließt hier nicht nur die negative Konnotation in die Benennung des Spiels ein, sondern auch die positive (ich tue dir Gutes, du tust mir dann auch Gutes). Ähnliche positive Konnotationen finden sich in einem Gedicht von Johann Wolfgang Goethe, das den Titel *Wie du mir, so ich dir* trägt: „Mann mit zugeknöpften Taschen, dir tut niemand was zulieb: Hand wird nur von Hand gewaschen; wenn du nehmen willst, so gib!“ Im übertragenen Sinne ist hier gemeint, dass wenn man geizig ist (zugeknöpfte Taschen hat), man nicht erwarten sollte, dass einem etwas geschenkt wird (dir tut niemand was zulieb). Wer nehmen will, muss auch geben. Der unterschwellige Rachegeanke des biblischen Sprichworts bleibt hier völlig unberücksichtigt. Diese Überlegungen sind zum Verständnis der Funktion des verwendeten Sprichworts im Text von Blüm wichtig. Er bezieht die Parömie auf das deutsche Rentensystem. Das Prinzip der Rentenfinanzierung beruht in der Bundesrepublik Deutschland darauf, dass immer die jeweils Erwerbstätigen die Rente für die sich im Ruhestand befindlichen Menschen erarbeiten, was bedeutet, dass die heutige Generation das Einkommen der heutigen Rentner erwirtschaftet. Es ist also nicht davon auszugehen, dass es den heutigen Erwerbstätigen zum Zeitpunkt ihres Eintritts in ihre Rente ebenso geht, wie der heutigen Rentnergeneration, denn durch die zunehmende Überalterung der Gesellschaft finanzieren immer weniger erwerbstätige Menschen eine immer größer werdende Anzahl von Rentnern. Insofern ist es fraglich, ob das Sprichwort *Wie du mir, so ich dir* an dieser Stelle wirklich treffend verwendet wurde, denn weder der besprochene Rachegeanke, noch die die positive Konnotation lassen sich auf das deutsche Rentensystem anwenden.

ZDF Maybrit Illner 24.9.2009 *Die Wähler haben die Qual*

In der im ZDF ausgestrahlten Sendung diskutiert die Moderatorin mit ihren Gästen jeweils donnerstags Abend zu einem aktuellen Thema. Dieses wird bereits im Titel der Sendung angeführt, sodass sich die Zuschauer sofort eine Vorstellung machen können von dem, was besprochen werden soll.

Der gewählte Titel *Die Wähler haben die Qual* einer Sendung, die unmittelbar vor den Bundestagswahlen ausgestrahlt wurde, ist eine formale Modifikation des Sprichworts *Wer die Wahl hat, hat die Qual* (jemand, der aus mehreren Dingen oder Personen auswählen kann, hat es nicht leicht, muss mit sich ringen, um sich zu entscheiden, bereut womöglich am Ende seine Entscheidung usw.), eine semantische Modifikation liegt nicht vor. Einerseits wurde die ursprüngliche syntaktische Gestalt der Parömie, in der am Satzanfang ein Subjektsatz,

und zwar ein Relativsatz steht (*Wer die Wahl hat*), verändert, indem der Titel der Sendung jetzt nur noch aus einem Hauptsatz mit einem einfachen Substantiv im Nominativ (*die Wähler*) besteht. Andererseits erfolgte ein Austausch des verallgemeinernden Relativpronomens *wer* im Sinne von *jeder* oder *alle* (All-Satz), also ohne Nennung eines konkreten Subjekts, gegen das Substantiv *Wähler*, was für die wahlberechtigte Bevölkerung Deutschlands, also zumindest Personen ab dem vollendeten 18. Lebensjahr, steht. Diese Wahlberechtigten stehen zum Zeitpunkt der Ausstrahlung der Sendung kurz vor der Ausübung ihres Wahlrechts, aber sie haben die *Qual*, das heißt, zahlreiche politische Parteien haben sich zur Wahl gestellt und es ist schwer, unter diesen die richtige Partei bzw. den richtigen Kandidaten zu finden. Darüber hinaus erfolgt hier auch eine Anspielung auf die damalige politische Situation am Ende der Großen Koalition, in der die SPD und die CDU (mehr oder weniger harmonisch) vier Jahre lang miteinander regiert hatten und nun wieder jede einzelne zur Bundestagswahl antrat, wobei es mitunter schwer fiel, die jeweiligen politischen Inhalte, die eine Partei von der anderen abheben, auszumachen. Insofern wurde das gewählte Sprichwort hier für die Sendung äußerst treffend verwendet.

WER ZU SPÄT KOMMT, DEN BESTRAFT DAS LEBEN.

Einer der am häufigsten zitierten, zum Sprichwort aufgestiegenen Aussprüche der jüngsten Zeit ist dieser dem ehemaligen Kreml-Chef Michael Gorbatschow zugeschriebene Satz, der anlässlich seines Besuches zum 40. Geburtstag der Deutschen Demokratischen Republik im Oktober 1989 gefallen ist. Dieser Satz wird auch als Jahrhundertspruch bezeichnet und es erscheint heute unerheblich, ob er von ihm selbst geäußert wurde, ob er von einem anderen Politiker oder einem Dolmetscher stammt oder vielleicht von der Presse kreiert wurde, ob es sich um das Original oder die Abwandlung eines Sprichworts russischer Provenienz handelt oder Gorbatschow dieser Spruch nur in den Mund gelegt wurde und er ihn nie in dieser Form geäußert hat. Zum damaligen Zeitpunkt wollte man mit diesem Bild zum Ausdruck bringen, dass ein totalitäres Regime keine Überlebenschancen hat, wenn es die Zeichen der Zeit übersieht – waren doch Tausende DDR-Bürger auf der Flucht, saßen in den Botschaften der Bundesrepublik in Prag und Warschau oder hatten bereits über Ungarn ihr sozialistisches Vaterland verlassen. Es ist nicht von der Hand zu weisen, dass dieser Ausspruch seit jener Zeit in aller Munde ist, quer durch die Medien geht und sich einer Beliebtheit erfreut, die wohl kaum einem anderen deutschen Sprichwort zukommt. Als Gründe hierfür ließen sich mehrere Argumente anführen: Zum einen handelt es sich um einen abgeschlossenen Sinninhalt, der sich kontextfrei wie ein Sprichwort verwenden lässt. Zum anderen geht es hier um einen All-Satz (*jeder, der ... wird bestraft, der ... / alle, die ... werden bestraft, die ...*). Darüber hinaus bietet die ursprüngliche Struktur des Satzes praktisch unbegrenzte semantische Modifikationsmöglichkeiten, je nach Redesituation und Kontext, und zwar allein durch den Austausch von Agens und Patiens. Bei den im Folgenden näher behandelten Beispielen für unterschiedliche Modifikationen wurden nur solche ausgewählt, bei denen diese ursprüngliche semantische Struktur [*<jemand>*, der *<in einem zeitlichen Rahmen = Temporativ>* etwas *<tut / nicht tut>* = *Handlungsprädikat 1*] = Agens 1, trägt die Konsequenzen seines Handelns / Nichthandelns [*<Agens 2>* bestraft / bestraft nicht *<Agens 1 = Patiens>*] erhalten geblieben bzw. nur geringfügig abgewandelt ist (beispielsweise durch Wechsel von Genus verbi oder Modalität). Von Interesse erscheint, dass sich Agens und Patiens durch jedes beliebige Individuativum oder Kollektivum ersetzen lassen, vorausgesetzt, ihm kommen Sememe wie Handlungsfähigkeit, Zielgerichtetheit,

Urteilsvermögen u.ä. im konkreten wie im übertragenen Sinne zu. Eine Untersuchung darüber hinausgehender Abwandlungen würde den Umfang dieser Untersuchung sprengen.

Die häufigsten Modifikationen sind solche semantische, bei denen Agens 2 *Leben* gegen ein anderes Substantiv ausgetauscht wird, das die Bestrafung vornimmt. Dieses kann sowohl im Singular als auch im Plural stehen. Das Agens 1 zugeschriebene Handlungsprädikat 1 (*zu spät kommen*) als Ursache der Bestrafung bleibt unverändert. In der Regel geht hier je nach Kontext, in den die Äußerung gebettet ist, die allgemeine Gültigkeit von Agens 1 verloren, es wird zwar in seiner Bedeutung nicht explizit ausgedrückt, lässt sich jedoch einfach erschließen: *Wer zu spät kommt, den bestraft der Boss.* (Agens 1 = alle Arbeitnehmer, Angestellten, Personen, die sich in einem Vorgesetzten-Untergebenen-Verhältnis befinden u.ä.). Zum besseren Verständnis der vielfältigen Möglichkeiten wurde die erste Art der Modifikationen (Austausch von Agens 2) noch weiter unterteilt in Personen (Gruppe 1) und Personifikationen (Gruppe 2).

GRUPPE 1 – Personen als Agens 2: Die folgenden Beispiele sind in Bezug auf die modifizierten Substantive (Agens 2) alphabetisch geordnet:

- Wer zu spät kommt, den bestrafen die *Bären*. (Kommentar zu einem Spiel, Quelle: www.flagfootball.de)
- Wer zu spät kommt, den bestraft der *Boss*. (Arbeitsrechtsfragen mit Bezug auf den Streik im Öffentlichen Nahverkehr, Quelle: Focus 10/2008)
- Wer zu spät kommt, den bestraft der *Busfahrer*. (zu Gepflogenheiten beim Fahrkartenverkauf in der Großstadt, Quelle: www.bahn-spass.de)
- Wer zu spät kommt, den bestraft der *Chef*. (Kommentar zu einem Arbeitsgerichtsprozess, bei dem ein ständig zu spät zur Arbeit erscheinender Angestellter gegen seine Kündigung geklagt und verloren hatte, Quelle: www.jobs.excite.de)
- Wer zu spät kommt, den bestrafen die *Fahrgäste*. (Diskussion zur Qualität im Öffentlichen Nahverkehr, Quelle: www.mil.brandenburg.de)
- Wer zu spät kommt, den bestraft der *Ober*. (zu Gepflogenheiten im Gaststättenwesen in der ehemaligen DDR, Quelle: www.mdr.de)
- Wer zu spät kommt, den bestraft der *Onkel Doktor*. (Darstellung von Fällen aus dem Medizinrecht, Quelle: www.chiropraktik-bund.de)
- Wer zu spät kommt, den bestraft der *Personaler*. (über Fehler bei Vorstellungsgesprächen, Quelle: www.crosswater-systems.com)
- Wer zu spät kommt, den bestraft seine *Verabredung*. Unpünktlichkeit ist in Deutschland out. (aus Verhaltensregeln für Manager in Deutschland)
- Wer zu spät kommt, den bestraft der *Wähler*. (zur Arbeit des britischen Premierministers Gordon Brown, Quelle: www.theeuropean.de)
- Wer zu spät kommt, den bestraft die *Wählerin*. (zum Vorschlag von Arbeitsminister Scholz für ein Gesetz zur Lohngleichheit von Frauen unmittelbar vor der Bundestagswahl 2009, Quelle: Bundestagsfraktion Bündnis 90/Die Grünen)
- Wer zu spät kommt, den bestraft der *Wartende*. Zur Funktion des Wartens in der zwischenmenschlichen Verständigung. (Gregor von der Heiden. In: *Essener Studien zur Semiotik und Kommunikationsforschung*, Band 3. Aachen: Shaker Verlage, 2003.)
- Wer zu spät kommt, den bestraft die *Zecke*. (Artikel zur FSME-Auffrischung, viele Österreicher sind ungenügend vor Zecken geschützt, Quelle: www.webnews.de)

GRUPPE 2 – Personifikationen als Agens 2: Die folgenden Beispiele sind dem modifizierten Substantiv nach alphabetisch geordnet:

- Wer zu spät kommt, den bestraft die *Airline*. (zu Fluggastrechten, Quelle: www.verbrauchernews.de)

- Wer zu spät kommt, den bestraft das *Amt*. (über Meldefristen für Arbeitslose, Quelle: Finanztest 07/2003)
- Wer zu spät kommt, den bestraft der *BGH*. (zur Anfechtung eines Gebotes in der Zwangsversteigerung, Quelle: www.ra-sawal.de)
- Wer zu spät kommt, den bestraft der *Eintritt*. (Werbeaktion für eine Veranstaltung, zu der man sich bis zu einem bestimmten vorgegebenen Zeitpunkt per E-Mail anmelden muss, um freien Eintritt zu bekommen, Quelle: www.stadtklub.de)
- Wer zu spät kommt, den bestraft das *Facebook*. (Vorstellung von sozialen Netzwerken im Internet, Quelle: www.kd-medienvlag.de)
- Wer zu spät kommt, den bestraft das *Finanzamt*. (zum Kauf der CD mit Steuerdaten aus der Schweiz, Quelle: www.nordbayerischer-kurier.de)
- Wer zu spät kommt, den bestraft der *Fiskus*. (zu Steuerfragen bei Unternehmensnachfolge, Quelle: Informationsschrift Schweizer Arbeitgeber, 10/2007)
- Wer zu spät kommt, den bestraft die *Geschichte*. (Kritik zu Fareed Zakarias Buch *Der Aufstieg der Anderen. Das postamerikanische Zeitalter*, Quelle: www.berlinonline.de)
- Wer zu spät kommt, den bestraft die *Grippe*. (Empfehlung der Stadt Wuppertal für die Grippe-schutzimpfung, Quelle: www.wuppertal.de)
- Wer zu spät kommt, den bestraft der *Katalog*. (über Frühbucherrabatte von Reiseunternehmen, Quelle: www.sueddeutsche.de)
- Wer zu spät kommt, den bestraft das *Leder*. (Kommentar zu einem Fußballspiel, Quelle: www.scsand-frauen.de)
- Wer zu spät kommt, den bestraft der *Markt*. (über den Software-as-a-Service Markt, Quelle: www.on-demand-business.de)
- Wer zu spät kommt, den bestraft die *Personalabteilung*. (Verhaltensregeln bei einem Bewerbungsgespräch, Quelle: www.netschool.de)
- Wer zu spät kommt, den bestraft der *Sommer*. (Kommentar zur Wettersituation in der Hauptstadt, Quelle: www.berlin.germanblogs.de)
- Wer zu spät kommt, den bestraft das *Wetter*. (aus dem Tagebuch der Esmee, Quelle: www.esmee.today.net)

Im folgenden Beispiel, einem Artikel aus einer Fachzeitschrift, wurde der Ausspruch als Überschrift im Original verwendet (Agens 2 – *das Leben*), Agens 2 jedoch um ein weiteres Agens 3 ergänzt, das hier alternativ zu Agens 2 die Bestrafung vornimmt (denkbar wäre beispielsweise ebenfalls eine Reihung – additiver Gebrauch):

- Wer zu spät kommt, den bestraft das Leben oder das *Krankenhaus-Management!* Interdisziplinäre Notfallaufnahmen. (Exadaktylos, Aristomenis; Zimmermann, Heinz. In: *Deutsche medizinische Wochenschrift*, Nr. 134/2009)

Mitunter erfolgt eine Verkürzung ohne explizite Nennung von Agens 2, also desjenigen, durch den die Bestrafung erfolgt. Genus verbi im Hauptsatz ändert sich und Agens 2 tritt hier als Subjekt eines Passivsatzes auf. Der konkrete Bezug der Bedeutung ergibt sich wiederum aus dem Kontext. Im dritten Beispiel erfolgte eine Erweiterung des Satzes durch eine Lokalbestimmung:

- Wer zu spät kommt, wird bestraft. (zu den neuen Meldefristen für Arbeitslose, Quelle: www.arbeitslosennetz.de)
- Wer zu spät kommt, wird bestraft. (über Gesundheitsportale im Internet, Quelle: www.e-access.to)
- Wer zu spät kommt, wird am Flughafen Singapur nicht bestraft. (über Abfertigungspraktiken am Flughafen Singapur, Quelle: www.siemens.com)

Eine weitere Art der Modifikation ist die Ellipse, bei der ein Teil eines Satzes weggelassen wird, der jedoch mühelos ergänzt werden kann. Häufig zu finden sind solche Ellipsen in Überschriften. Sie erzeugen eine Erwartungshaltung und sollen den Leser gleichzeitig auf die Problematik des Textes einstimmen. Im Folgenden handelt es sich um Beispiele, bei denen Agens 2, also derjenige, der die Bestrafung vornimmt, durch drei Punkte ersetzt wurde und erst in der Unterüberschrift oder im nachfolgenden Text explizit genannt wird.

Wer zu spät kommt, den bestraft ... Verärgerter *Richter* droht Schreiber (zur Verhandlung gegen den wegen Steuerhinterziehung angeklagten Karlheinz Schreiber, Quelle: www.24nachrichten.de)

Wer zu spät kommt, den bestrafen ... die *Gerichte* (über verspätet zugestellte Betriebskostenabrechnungen, Quelle: www.hausverwaltung-schmid.de)

Wer also als Vermieter mit der Abrechnung zu spät kommt, den bestraft also ... *niemand* mehr? (über Fragen der Nebenkostenabrechnung von Wohn- und Gewerberäumen, Quelle: www.zwp-online.info)

Bei einer anderen Art der Modifikation wird formal aus dem Objektsatz (*wer zu spät kommt* = Agens 1) ein Subjektsatz (Agens 1 ist derjenige, *der zu spät kommt*, gleichzeitig aber auch derjenige, der durch sein Verhalten zum Täter wird, also jemanden *bestraft* – kein Agenswechsel). An die Stelle des ursprünglichen Agens 2 *Leben* tritt also Agens 1, als neuer Aktant erscheint ein Patiens als Ausdruck desjenigen, der durch das Zuspätkommen von Agens 1 eine Bestrafung erfährt (Genuswechsel vom aktiv Bestrafenden zum passiven Empfänger einer Strafe). Das Patiens kann im Singular oder im Plural stehen, es kann je nach beschriebenem Sachverhalt Personen oder Sachen bezeichnen:

Wer zu spät kommt, bestraft den *Leser*. (über Newsnetz-Portale in der Schweiz, Quelle: www.persoendlich.com)

Wer zu spät kommt, bestraft die *Uni Kassel*. (Erinnerung an die Rückmeldung zum WS 2009/2010, Quelle: cms.uni-kassel.de)

Auch im nächsten Beispiel erfolgte neben der Veränderung des Agens 2 (*Leben* → *Chef*) eine weitere formale Modifikation, indem zum Prädikat des Satzes *bestrafen* noch ein Modalverb hinzugefügt wurde. Im konkreten Fall bedeutet dies, dass ein Chef bei Arbeitszeitverstößen die Möglichkeit besitzt, eine Bestrafung seines Mitarbeiters vorzunehmen. Denkbar wäre auch die Verwendung anderer Modalverben wie *müssen* oder *dürfen* bzw. anderer lexikalischer oder syntaktischer Mittel zum Ausdruck der Modalität (Modalwörter, Futur I):

Wer zu spät kommt, den *darf der Chef* bestrafen. (über Fragen des Arbeitsrechts, Quelle: www.handwerksblatt.de)

In den folgenden Beispielen wurde der erste Teil des Spruches verändert, indem das Adjektiv *spät* gegen sein Antonym *früh* ausgetauscht wurde. Dadurch bleibt die temporative Komponente des Objektsatzes erhalten. Als Agens 2 können Personen oder Personifikationen auftreten, analog den weiter oben beschriebenen Beispielen:

Wer zu früh kommt, den bestraft *das Leben*. (zum Kauf von Unterhaltungselektronik, Quelle: www.teltarif.de)

Wer zu früh kommt, den bestraft *die Liebe*. (über sexuelle Probleme von Männern, Quelle: Stern 22/2009)

Wer zu früh kommt, den bestraft *das Amt*. (über Schicksale von DDR-Flüchtlingen, Quelle: www.nachrichten.t-online.de)

Im folgenden Beispiel wurde der Ausspruch im Text zunächst so zitiert, wie er im Original lautet. Anschließend wird er noch einmal genannt, wobei jetzt eine Modifikation erfolgt. Das Adjektiv *spät* wird gegen das Antonym *früh* ersetzt – die temporative Komponente bleibt zwar erhalten, allerdings ändert sich hier die Semantik des Prädikats 1 (*zu früh kommen* nicht mehr im Sinne von „einen Ort zu einem zu frühen Zeitpunkt erreichen“ (Wahrig, 1997), sondern im Sinne einer sexuellen Funktionsstörung des Mannes (Ejaculatio praecox); Agens 2 erfährt ebenfalls eine dem Inhalt des Textes entsprechende Abwandlung (*Leben* → *Frauen*). Der Agens 1-Bezug ergibt sich aus dem Kontext (Männer mit sexuellen Problemen):

Wer zu spät kommt, den bestraft das Leben. Wer zu früh kommt, den bestrafen die *Frauen*.
(Diskussionsforum über sexuelle Probleme von Männern (hier vorzeitiger Samenerguss),
Quelle: www.gluehwein.junkies.ws)

Die im Folgenden dargestellten Modifikationen beziehen sich jeweils auf den Objektsatz. Die ursprüngliche Struktur mit ihrer temporativen Komponente blieb erhalten (etwas *zu früh* oder *zu spät* tun, in einem Fall etwas *jetzt* tun), allerdings wurde das Handlungsprädikat 1 verändert, also die Handlung, die von Agens 1 ausgeführt wird. Wie bereits weiter oben angeführt, ist das ursprünglich verwendete Bewegungsverb *kommen* praktisch gegen jedes beliebige Handlungsverb je nach Textzusammenhang austauschbar, auch Negationen sind möglich. Agens 2 bleibt unverändert:

Wer jetzt *nicht ausbildet*, den bestraft das Leben. (über eine Initiative von Brandenburgs Arbeitsminister Ziel zur Schaffung von mehr Ausbildungsplätzen, Quelle: www.masf.brandenburg.de)

Wer zu *früh blinkt*, den bestraft das Leben. (Kommentar zu einem Gerichtsurteil, Quelle: www.jurablogs.com)

Wer zu *spät klagt*, den bestraft das Leben. (Anmerkungen zu erwartenden Entscheidungen des Europäischen Gerichtshofes, Quelle: www.lexisnexus.de)

Wer zu *spät markiert*, den bestraft das Leben. (über Markenwerbung bei Veranstaltungen, Quelle: www.marke.at)

Wer zu *früh prägt*, den bestraft das Leben. (zum Fehlstart der Prägung der Euro-Münzen in Frankreich, Quelle: www.welt.de)

PROBLEME DER ÄQUIVALENZ VON SPRICHWÖRTERN AUS DER SICHT IHRER SUPRASEMANTISCHEN CHARAKTERISTIKEN

Peter Ďurčo

1 SPEZIFIKA UND DESIDERATA DER PARÖMIOLOGIEFORSCHUNG

Die Problematik der Parömiologieforschung steht zwar heute nicht im Zentrum der linguistischen Untersuchungen, trotzdem erfordern die neuesten Erkenntnisse in der Linguistik und auch die bestehende aktuelle materielle Basis in den Sprachkorpora, die neue Ideen, neue Anregungen und neues Material bringen, auch von der Parömiologieforschung eine Neuformulierung von Fragen in der allgemeinen und kontrastiven Parömiologie. In der Parömiologie wird ein breites Spektrum von festen Wortverbindungen untersucht. Damit stellt sich primär die Frage einer präziseren Klassifikation und Differenzierung auf Grund des aktuellen sprachlichen Usus. Die Sprachkorpora bieten eine völlig neue textuelle Basis zur Untersuchung der Aktualität, Produktivität, Variabilität und Neubildungen von Sprichwörtern. Zu den Desiderata in der allgemeinen und kontrastiven Sprichwortforschung gehören fehlende moderne parömiologische Lexika, erarbeitet auf der Grundlage moderner lexikografischer Methoden. Außerdem fehlen empirische Untersuchungen zum Gebrauch, zur „durchschnittlichen“ Kenntnis von Sprichwörtern bei den Sprachbenutzern, zum Variabilitätspotenzial und zur realen Präsenz von Sprichwörtern in der Gegenwartssprache. Empirische Untersuchungen können auch relevante soziolinguistische Informationen zum territorialen, altersspezifischen und synchronen Status von Sprichwörtern bringen und somit die Grundlage für die Erstellung von Sprichwörterminima bzw. Sprichwörteroptima schaffen. Trotz einiger Versuche erscheinen hier die Problematik der sprichwörtlichen Minima bzw. der sprichwörtlichen Optima und ihre Didaktisierung noch nicht gelöst.

Besondere Spezifika weist die Problematik der Sprichwortäquivalenz und ihre Erfassung in einem zweisprachigen Wörterbuch auf, da für eine kontrastive Analyse im Bereich der Sprichwörter komplexe Analysen vom besonderen Interesse sind, die sowohl synchrone als auch diachrone Aspekte berücksichtigen.

Bei der synchronen Analyse von Sprichwörtern muss man nicht nur den systemlinguistischen, sondern viel mehr auch den suprasemantischen Aspekt berücksichtigen, d.h., es sollen viel mehr die diasystematischen Charakteristika von Sprichwörtern untersucht und in die Beschreibung integriert werden.

So formulierte neue Ansätze zur Parömiologieforschung lassen uns auch für die kontrastive Beschreibung von Sprichwörtern zwei grundlegende Fragen formulieren:

1. Welchen Status haben die verglichenen Sprichwörter in den Sprachsystemen der jeweiligen Sprachen?
2. Welchen Status haben die verglichenen Sprichwörter in den Diasystemen der jeweiligen Sprachen?

Wir sollen also die Antwort darauf suchen, inwieweit die konfrontierten Sprichwörter im Lexikon und auch im aktuellen sprachlichen Usus in den verglichenen Gegenwartssprachen identisch sind.

2 ÄQUIVALENZ IM SPRACHSYSTEM

Aus der systemlinguistischen Perspektive, also abgesehen von den suprasemantischen (vgl. Dolník 2003, S. 169ff.) oder diasystematischen Merkmalen der Sprichwörter, kann man auf Grund der Relationen zwischen Form und Semantik bei den konfrontierten Einheiten zuerst zwischen der Monoäquivalenz, Polyäquivalenz und Semiäquivalenz (vgl. Ďurčo 2005) unterscheiden.

Bei der Monoäquivalenz entspricht einem Sprichwort genau eine äquivalente Form. Dabei kann man drei formal-strukturelle Untertypen unterscheiden. Den ersten Untertyp der Monoäquivalenz stellt die symmetrische Äquivalenz mit struktureller Identität der verglichenen Einheiten dar, z. B. *Wer A sagt, muss auch B sagen – Kto povie a, musí povedať aj b*, *Aller Anfang ist schwer – Každý začiatok je ťažký*.

Den zweiten Untertyp der Monoäquivalenz stellt die symmetrisch-asymmetrische Äquivalenz mit strukturellen Unterschieden der verglichenen Einheiten dar, z. B. *Gelegenheit macht Diebe. – Príležitosť robí zlodeja* (wörtl.: Gelegenheit macht den Dieb), *Hunde, die bellen, beißen nicht. – Pes, ktorý brehá, nehryzie* (Ein Hund, der bellt, beißt nicht). In diesen Fällen handelt es sich um Abweichungen in der Form der Komponenten, z. B. Plural vs. Singular.

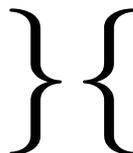
Den dritten Untertyp der Monoäquivalenz stellt die sogenannte asymmetrische Äquivalenz der verglichenen Einheiten mit unterschiedlicher Komponentenstruktur dar, z. B. *Wer rastet, der rostet. – Kto lenivo žije, sám seba bije* (wörtl.: Wer faul lebt, der schlägt sich selbst), *Kleinvieh macht auch Mist – Aj malé ryby sú ryby* (wörtl.: Auch kleine Fische sind Fische). *Morgenstunde hat Gold im Munde. – Ranná hodina, zlatá hodina* (wörtl.: Morgenstunde, goldene Stunde). In diesen Fällen handelt es sich um Abweichungen in der Komponentenstruktur oder um völlig anders motivierte Einheiten.

Bei der Polyäquivalenz entsprechen einem Sprichwort zwei oder mehrere äquivalente Sprichwörter in der anderen Sprache, z. B. dem deutschen Sprichwort *Es ist nicht alles Gold, was glänzt* entsprechen im Slowakischen Sprichwörter wie *Nie je všetko zlato, čo sa blyští* (wörtl.: Es ist nicht alles Gold, was glitzert), *Zdanie klame* (wörtl.: Schein trügt), *Z peknej misky sa nenaješ* (wörtl.: Aus einer schönen Schüssel wirst du nicht satt), *Nie z každej rudy býva zlato* (wörtl.: Nicht aus jedem Erz wird Gold), dem deutschen Sprichwort *Ohne Fleiß kein Preis* entsprechen im Slowakischen Sprichwörter wie *Bez práce nie sú koláče* (wörtl.: Ohne Arbeit keine Kuchen), *Bez práce niet pláce* (wörtl.: Ohne Arbeit kein Lohn), *Žiaden bez práce neje koláče* (Keiner isst Kuchen ohne Arbeit).

Bei der Semiäquivalenz entsprechen mehreren Sprichwortvarianten auch mehrere äquivalente Sprichwortvarianten bzw. sprichwörtliche Synonyme, die sich jedoch nicht vollständig decken, sondern nur teilweise überschneiden, vgl.:

DE

Hunde, die viel/laut/am
meisten bellen, beißen nicht/
beißen selten/am wenigsten.
Bellende Hunde beißen nicht.



SK

Pes, ktorý (čo) breše (šteká), nehryzie.
Pes, ktorý najviac breše, najmenej hryzie.
Bojazlivý pes viac šteká, ako hryzie.
Nekúše každý pes, ktorý šteká.
Neboj sa psa, keď šteká.

Bei der Nulläquivalenz steht gegenüber einem Sprichwort kein sprichwörtliches Äquivalent in der Zielsprache, z. B. deutsche Sprichwörter wie *Ein Küsschen in Ehren kann man nicht verwehren*, oder *Man soll die Feste feiern, wie sie fallen*, *Der Ton macht die Musik*, *Mühsam ernährt sich das Eichhörnchen*, *Reisende soll man nicht aufhalten*, kann man im Slowakischen nur periphrastisch durch Umschreibung wiedergeben.

3 ÄQUIVALENZ IM DIASYSTEM

Ein reales Bild über die Äquivalenzverhältnisse in der Parömiologie verschafft uns jedoch nur das Einbeziehen der suprasemantischen Merkmale in die kontrastive Betrachtung. Suprasemantik der Sprichwörter, so wie aller lexikalischen Einheiten, bezieht sich auf die äußeren Umstände ihres Funktionierens. Jede Einheit des Lexikons hat ihren suprasemantischen Wert. Eine wichtige Rolle bei der Beurteilung der lexikalischen Einheiten spielt dabei das Kriterium der Sprachnorm. Zu den wichtigsten suprasemantischen Charakteristiken der lexikalischen Einheiten gehören z. B. Zugehörigkeit der lexikalischen Einheit zur Hochsprache vs. Umgangssprache bzw. zum Regiolekt oder Dialekt, stilistische Zugehörigkeit, zeitliche Zugehörigkeit, Herkunft, Vorkommenshäufigkeit etc.

Die sprachlichen Formen, die auf der Systemebene als Äquivalente erscheinen, können somit völlig unterschiedliche Charakteristiken hinsichtlich ihrer dianormativen (Differenz abhängig von Zugehörigkeit zur Sprachnorm), diatopischen (räumliche / territoriale / regionale Differenz), diastratischen (sozial- und schichtabhängige Differenz), diaphasischen (Differenz abhängig von der Lebensphase der Sprecher), diasituativen (situationsabhängige und funktional stilistische Differenz) und diachronischen (Differenz abhängig von der Präsenz in der Gegenwartssprache) Existenzformen haben. Eine wichtige Problematik stellt auch noch die diatextuelle Charakteristik der verglichenen Sprichwörter dar, d.h. ihre textuelle Häufigkeit und ihr reales Vorkommen in verschiedenen Textsorten.

3.1 DIANORMATIVE DIFFERENZ

Diese Differenz entsteht dann, wenn die Einheiten der verglichenen Sprachen einen unterschiedlichen Status im lexikalischen System hinsichtlich der Sprachnorm haben. Dieser Aspekt ist vielseitig, z. B. kann es sich um die Gegenüberstellung eines schriftsprachlichen Sprichworts zu einem nichtschriftsprachlichen Äquivalent handeln, gegenüber einem heimischen bzw. quasiheimischen Element kann z. B. ein Äquivalent stehen, das fremd bzw. entlehnt ist, und sich in jeder Sprache teilweise anders entwickelt hat, und sie sind in die jeweilige Sprache anders integriert, wie z. B. das Äquivalent zu *Jeder Topf findet seinen Deckel* und die slowakische Entsprechung *Na každý hrniec sa pokrievka nájde* (wörtl.: Für jeden Topf findet sich ein Deckel), oder *Man kann die Pferde zur Tränke führen, saufen müssen sie selbst* und die slowakische Variante *Môžeš priviesť koňa k vode, ale nemôžeš ho prinútiť piť* (wörtl.: Du kannst das Pferd zu Tränke bringen, aber du kannst es nicht zwingen zu trinken). In slowakischen Texten kommen diese Sprichwörter nur sehr selten vor und praktisch nur in übersetzten Texten, vgl. die deutschen und die slowakischen Belege:⁹

Man kann ein Pferd zur Tränke führen, aber man kann es nicht zwingen zu saufen. Dieses englische Sprichwort trifft ganz besonders auf die Völker im ehemaligen Jugoslawien zu. Was versuchen die Amerikaner mit Assistenz der Europäer nicht alles, um in Bosnien-Herzegowina die Voraussetzungen für den friedlichen Wiederaufbau zu schaffen. Doch weder die Serben noch

9. In unserem Beitrag stützen wir uns auf die Daten aus folgender Quelle: <http://www.spruchwort-plattform.org/>.

die Kroaten oder Moslems ergreifen die ihnen gebotene Gelegenheit, die Wunden des unseligen Bruderkriegs zu heilen, sondern widersetzen sich störrisch wie kranke Pferde allem guten Zureden. (Rhein-Zeitung, 15. 6. 1996, Störrisch wie kranke Pferde)

Niedrige Zinsen begünstigen aber das Investitionsklima. FRANZ: Kurzfristig erreicht man mit geldpolitischen Maßnahmen nicht viel. Der frühere Bundeswirtschaftsminister Karl Schiller hat das mal sehr plastisch ausgedrückt, indem er sagte: „Man kann die Pferde zur Tränke führen, aber saufen müssen sie selbst.“ Letztendlich müssen die Unternehmer investieren. Die Banken können nur Liquidität zur Verfügung stellen, aber sie sind keine Investoren. (Mannheimer Morgen, 11. 4. 2001, Rot-Grün darf die Lohnkosten jetzt nicht mit falschen Maßnahmen erhöhen.)

Das Sprichwort ist im Slowakischen praktisch nur in übersetzten Texten präsent, oft mit dem Hinweis auf die fremde Herkunft, vgl.:

*V jednej zo svojich posledných kníh O zmysle života/1933/ A.Adler prezentoval v systematickej podobe svoje teoretické názory a praktické skúsenosti, získané celoživotnou vedeckou, terapeuticko-klinickou a výchovnou prácou. V pätnástich kapitolách vyložil podstatu svojho učenia, jeho základné kategórie a praktické konzekvencie. Svoj výklad uzavrel striktným sformulovaním úlohy a funkcie psychologického poradcu: „Poradca sa musí od samého začiatku snažiť objasniť klientovi, že zodpovednosť za vyliečenie nesie on sám ako pacient, pretože, ako správne hovorí anglické príslovie: „**Môžeš priviesť koňa k vode, ale nedonútiš ho, aby sa napil.**“ Na pochopenie a liečenie detí s rozličnými výchovnými ťažkosťami Adler spolu so svojimi spolupracovníkmi zostavil Individuálnopsychologický dotazník, ktorý je uvedený v závere tejto knihy. (Alfred Adler: O zmysle života. Übersetzt ins Slowakische von M. Krankus, Verlag IRIS, Bratislava 1998)*

Môžeš koňa priviesť k vode, ale ho neprinútiš napíť sa z nej! /dänisches Sprichwort/ (?!), (Príslovia a porekadlá podľa národnosti. <http://www.juko56.dobrosoft.sk/prislovia2d.htm>)

Die Sprichwörter benutzt man in beiden Sprachen, wenn man jemandem gewisse Hilfestellungen geben kann, derjenige letztlich aber selbst darüber entscheidet, ob und wie er diese Chance nutzt. Interessant ist hier eine gewisse diatextuelle Differenz. Neben identischer kontextueller Verwendung wird in den deutschen Korpusbelegen das Sprichwort häufig in der Domäne 'Wirtschaft' verwendet oder sogar als Ausspruch des Ökonomen Karl Schiller gekennzeichnet. Dagegen wird mit diesem Sprichwort in den Belegen im Slowakischen auch auf die Fähigkeit bzw. auf die Intelligenz der Person hingewiesen, die das, was man ihr anbietet, nicht zu schätzen bzw. zu nutzen weiß.

Eine interessante Entwicklung im Bezug auf die Sprachnorm beobachten wir im Slowakischen beim Sprichwort *My o vlku a vlk za humny* (wörtl.: Wir über den Wolf, und er ist (schon) hinter den Scheunen), das als Äquivalent zum deutschen Sprichwort *Wenn man vom Teufel spricht, dann kommt er* steht. Das slowakische veraltende Sprichwort mit den archaischen Komponenten *vlku* und *humny* wird heute kaum noch gebraucht. Allmählich setzt sich eine neue Form durch *My o vlkovi a vlk za humnami* (vgl. Mlacek 2007, S. 226), die schon der heutigen Sprachnorm entspricht.

Im Bezug auf die Sprachnorm und auf den durchschnittlichen sprachlichen Usus lassen sich mehrere Unterschiede feststellen. Es geht dabei darum, dass es in den verglichenen Sprachen viele Sprichwörter gibt, die in einer Sprache im sprachlichen Usus bekannt und gebräuchlich sind, wogegen die äquivalenten Sprichwörter in der anderen Sprache sich im sprachlichen Usus an der Peripherie befinden, ungebräuchlich oder sogar unbekannt sind. Bei den empirischen Untersuchungen zur Bekanntheit der Sprichwörter (vgl. Ďurčo 2001; 2002) konnten wir diese Differenz bei vielen Sprichwörtern beobachten. Zu den deutschen Sprichwörtern, die von den Versuchspersonen als wenig bekannt bzw. ungebräuchlich bewertet wurden, zählen z. B. folgende: *Kleine Kinder treten der Mutter auf die Schürze, große*

aufs Herz (slow.: *Malé deti – malé starosti, veľké deti veľké starosti*), *Man muss dreimal messen, ehe man einmal schneidet* (slow.: *Dvakrát meraj, raz strihaj*), *Der Fisch fängt am Kopf an zu stinken* (slow.: *Ryba smrdí od hlavy*) etc., die im Slowakischen als bekannt und gebräuchlich bewertet wurden.

Dagegen wurden bei slowakischen Versuchspersonen mehrere Sprichwörter als unbekannt und sogar unverständlich bezeichnet, die umgekehrt bei den deutschen Versuchspersonen als bekannt bewertet wurden, wie z. B. *Man soll das Fell des Bären nicht verkaufen, bevor er erlegt ist* (slow.: *Ešte vlka nezabili, už na jeho kožu pili*), oder *Man soll nicht auf einmal zwei Hasen jagen* (slow.: *Kto dvoch zajacov naháňa, ani jedného nechytí*), *Lehrjahre sind keine Herrenjahre* (slow.: *Učeň – mučeň*), *Auf einen groben Klotz gehört ein grober Keil* (slow.: *Na hrubé vrece hrubá záplata*) u. v. a. m.

3.2 DIACHRONE DIFFERENZ

Nicht selten besteht die Differenz bei den verglichenen Sprichwörtern in ihrem unterschiedlichen Status in der Gegenwartssprache. Einem gebräuchlichen Sprichwort in der Gegenwartssprache entspricht bzw. entsprechen nur veraltete oder sogar historische Äquivalente in der anderen Sprache, z. B. *Müßiggang ist aller Laster Anfang* und das veraltete *Lenivá ruka, hotová muka* (wörtl.: *Faule Hand, reine Qual*). Dem deutschen Sprichwort *Morgenstunde hat Gold im Munde* entsprechen im Slowakischen zwar inhaltlich vollständig mehrere Äquivalente, allerdings handelt es sich um veraltete bzw. archaische Formen, die nur noch in der älteren Literatur bzw. in alten Wörterbüchern vorkommen, nicht mehr gebraucht werden, und außer diachronen Sprachforschern kennt sie praktisch niemand, vgl.:

Ranná hodina, zlatá hodina. (wörtl.: *Morgenstunde, goldene Stunde*)

Hodina ranná zlato doháňa. (wörtl.: *Stunde am Morgen bringt Gold*)

Hodina ranná dáva požehnanía. (wörtl.: *Stunde am Morgen gibt Segen*)

Kto včas ráno vstáva, plné truhly máva. (wörtl.: *Wer früh aufsteht, hat volle Truhen*)

Kto včas ráno vstáva, pánboh ho požehnáva. (wörtl.: *Wer früh aufsteht, den segnet der Hergott*)

Lepšie ráno hodina, ako na večer tri. (wörtl.: *Besser eine Stunde am Morgen als drei am Abend*).

Die diachrone Differenz ist oft auch mit der diaphasischen Differenz verbunden. Die slowakischen Äquivalente zum deutschen Sprichwort *Man schlägt den Sack und meint den Esel* in der Form *Na nevinnom sa zomlelo/Na nevinnom sa sprášilo* sind veraltete Sprichwörter, deren Kenntnis nur bei der älteren Generation vorauszusetzen ist.

3.3 DIATOPISCHE DIFFERENZ

Geografische Differenzierung spielt im Deutschen auch im Bezug auf die Parömiologie eine wichtige Rolle. Die Streuung und die territoriale Verteilung der deutschen Sprichwörter sind kompliziert und die dialektalen Formen oder Varianten überlappen sich mit den überregionalen und grenzüberschreitenden Varianten bzw. Varietäten. Das Problem beim Kontrastieren der Sprichwörter entsteht dann, wenn einem allgemeinen Sprichwort in einer Sprache nur ein diatopisch markiertes Sprichwort entspricht. Die Gültigkeit des Äquivalents ist also begrenzt. Einige diatopisch markierte Sprichwörter haben dabei auch ihre allgemeinsprachigen Parallelen (z. B. österreichische Sprichwörter *Die Technik ist ein Hund = Der Teufel steckt im Detail*, *Gehüpft wie gegangen = Gehüpft wie gesprungen*), andere dagegen nicht (z. B. *Nicht geschimpft ist genug gelobt*, *Das Glück ist ein Vogerl*, *Kein Geld - Keine Musik*, *Was der Bauer nicht kennt, das isst er nicht*, *Aufgewärmt ist nur ein Gulasch gut*,

Nur die Ruhe putzt die Schuhe, Wie man es macht, ist es falsch). Beim Vergleich muss man diese Tatsache berücksichtigen und entsprechend markieren.

3.4 DIAPHASISCHE DIFFERENZ

Für die Ermittlung und Erforschung dieser Differenz sind empirische Untersuchungen notwendig. Unsere Experimente zur Bekanntheit und zur Kenntnis der traditionellen deutschen und der slowakischen Parömiologie (vgl. Ďurčo 2001; 2002; 2005a) haben uns ganz klar die diaphasischen Differenzen in einzelnen Altersgruppen, also die Veränderungen des Sprichwortgebrauchs in verschiedenen Lebensaltern, in den untersuchten Sprachen gezeigt. Beim Vergleich konnten wir auch feststellen, dass es im Bezug auf die diaphasische Differenz ebenfalls zwischensprachliche Unterschiede gibt.

Zu den deutschen Sprichwörtern, die die größte altersspezifische Differenz in ihrer Bekanntheit unter den Versuchspersonen zeigten (diese lag zwischen 50 % – 80 %), gehörten die in der Fußnote angegebenen Sprichwörter.¹⁰

Mehrere von diesen Sprichwörtern haben im Bezug auf die Altersgruppen im Slowakischen keine solche Differenz gezeigt, z. B. *Das Hemd ist näher als der Rock* (slow.: *Košela je bližšia ako kabát*), *Wem nicht zu raten ist, dem ist nicht zu helfen* (slow.: *Komu niet rady, tomu niet pomoci*), *Langes Haar, kurzer Sinn* (slow.: *Dlhé vlasy, krátky rozum*), *Der Fisch fängt am Kopf an zu stinken* (slow.: *Ryba smrdí od hlavy*), *Soviel Köpfe, soviel Sinne* (slow.: *Kolko hláv, tolko rozumu*) u. a., die im Slowakischen im Bezug auf die Verteilung nach Altersgruppen keine solche Spezifik aufweisen.

3.5 DIASITUATIVE DIFFERENZ

Die diasituative Differenz entsteht dann, wenn sich die äquivalenten Sprichwörter in ihren situationsabhängigen oder funktional-stilistischen Werten unterscheiden. Als Beispiel dafür kann das deutsche umgangssprachliche Sprichwort *Früh übt sich, wer ein Meister werden will* dienen. Diesem Sprichwort entspricht das slowakische sprichwörtliche Äquivalent *Za mladi sa trník ostrí, aby bol na starosť bystrý*, das der literarisch-poetischen Stilschicht angehört, und seine neutrale Verwendung in der Alltagssprache kommt nicht in Frage. Zusätzlich kann man bei diesem Sprichwort auch noch die diaphasische Differenz feststellen, da dieses Sprichwort höchstens in der ältesten Generation bekannt sein kann und seine Kenntnis in den jüngeren Generationen nicht einmal in der passiven Form vorauszusetzen ist.

10. *Mai kühl und nass füllt dem Bauern Scheune und Fass, Das Hemd ist näher als der Rock, Auf einen groben Klotz gehört ein grober Keil, Wer gut schmiert, der fährt gut, Dummheit und Stolz wachsen auf einem Holz, Man muss sich nach der Decke strecken, Nichts ist schwerer zu ertragen als eine Reihe von guten Tagen, Das letzte Hemd hat keine Taschen, Wem nicht zu raten ist, dem ist nicht zu helfen, Langes Haar, kurzer Sinn, Wer sich in Gefahr begibt, kommt darin um, Am Abend werden die Faulen fleißig, Nichts ist so fein gesponnen, es kommt doch (alles) an die Sonnen, Wenn zwei dasselbe tun, ist es nicht dasselbe, Jeder Krämer lobt seine Ware, Der Fisch fängt am Kopf an zu stinken, Salz und Brot macht Wangen rot, Wie einer isst, so arbeitet er auch, Andere Städtchen, andere Mädchen, Das Handwerk hat goldenen Boden, Jung gefreit hat nie gereut, Was ich selber denk und tu, trau ich auch den anderen zu, Viele Hände machen der Arbeit schnell ein Ende, Not lehrt beten, Spinne am Morgen bringt Kummer und Sorgen, Wem die Jacke passt, der zieht sie sich an, Heute rot, morgen tot, Wes Brot ich esse, des Lied ich singe, Allen Leuten recht getan ist eine Kunst, die niemand kann, Freunde in der Not gehen tausend auf ein Lot, Dem Glücklichen schlägt keine Stunde, Der Hehler ist schlimmer als der Stehler, Armut schändet nicht, Wes das Herz voll ist, des geht der Mund über, Unrecht Gut gedeiht nicht, Klappern gehört zum Handwerk, Man kann nicht gleichzeitig zwei Herren dienen, Wer sich entschuldigt, klagt sich an, Wie die Alten sungen, so zwitschern auch die Jungen, Soviel Köpfe, soviel Sinne, Wer lügt, der stiehlt.*

3.6 DIATEXTUELLE DIFFERENZ

Die diatextuelle Differenz hat mehrere Dimensionen. Sie kann sich auf verschiedene Eigenschaften des Textes beziehen. Primär ist das die Differenz im Bezug auf das Vorkommen des Sprichworts in verschiedenen Textsorten, weiter im Bezug auf die Thematisierung, d.h. im Bezug auf die kontextuelle Thematik des Sprichworts und nicht zuletzt im Bezug auf die textbildenden Potenzen des Sprichworts, vor allem auf ihr Potenzial, als textbildende Elemente zur Gestaltung des Textes beizutragen.

Ein Beispiel, das mehrere solche textuelle Differenzen dokumentiert, ist das Sprichwort *Adel verpflichtet*, bei dem es sich um die wörtliche Übersetzung der französischen Maxime „noblesse oblige“ aus Pierre Marc Gaston Duc de Lévis' 1808 erschienenen „Maximes et réflexions sur différents sujets de morale et de politique“ handelt.

Dieses Sprichwort kommt in slowakischen Texten in verschiedenen Varianten vor, wie z. B. *urodzenosť* (Noblesse), *stav* (Stand), *šľachtický pôvod* (adlige Herkunft), *šľachtictvo* (Adelstand) u. Ä., vgl. Beispiel:

*Zavádzanie slovenskej ortografie do priezvisk všetkých uhorských rodov nepovažujeme za niečo násilné alebo vykonštruované, či za snahu poslovenčiť aj to, čo slovenské nikdy nebolo. Vychádza zo skutočnosti, že máme svoj vlastný jazyk s diakritickým pravopisom a tento pravopis je pre náš písomný prejav záväzný. Na úvodnej strane publikácie nás autor zoznamuje s „krédom správania každého šľachtica, zásadou „šľachetnosť zaväzuje“. K tomu jedna poznámka: francúzska fráza „noblesse oblige“ znamená „noblesa“, t.j. **urodzenosť (stav, šľachtický pôvod) zaväzuje**. (Michaela Geisbacherová: Šľachtické rody - Drahoslav Machala. <http://www.litcentrum.sk/42246>)*

Mit dem slowakischen Äquivalent *Pôvod zaväzuje* (wörtl.: Herkunft verpflichtet) wird in den Texten ausschließlich auf tatsächliche Adlige Bezug genommen. Hier wird ausgedrückt, dass von einem Mitglied dieser Gesellschaftsschicht ein bestimmter Lebensstil oder gewisse Verhaltenskonventionen erwartet werden, vgl. Beispiel:

*P. Máriássy je niekoľko mesiacov na dôchodku v Košiciach a trápi ho hrad v Markušovciach. Chcel by ho zrekonštruovať. Má stavebné povolenie, chýba však zo desať miliónov. Vyhrať v lote? Pousmeje sa: „Odkiaľ peniaze vziať, vie len pán Boh a ja som veriaci, nuž verím, že sa všeličo môže stať.“ Úvery však nechce, lebo si prerátal možnosti splácania a načo ťahať rodinu do rizika. Prišiel však na to, že rekonštruovať možno aj po častiach. Svojho času prišli chytráci, že získajú peniaze a hrad prerobia na domov dôchodcov. Na päť rokov. Potom by starčekov vyšupovali inde a hrad by výhodne predali. „Na také kšefty Máriássyho nedostanú,“ vyhlasuje a nelutuje, čo mohol zarobiť. „Môj **pôvod zaväzuje** a isté veci sa šľachtickým zásadám priečia.“ Stal sa členom maltézskeho rytierov, ktorých poslaním je aj starostlivosť o starých a chorých. (Ján Blažej: Štvrť milióna s modrou krvou. Ako na Slovensku žije súčasná šľachta. <http://profit.etrend.sk/ludia-a-udalosti/stvrt-miliona-s-modrou-krvou-3.html>)*

Das deutsche Sprichwort weist ein viel breiteres (kon)textuelles Potenzial als die slowakischen Äquivalente auf. Der erste markante Unterschied liegt im großen Aktualisierungspotenzial der Komponente Adel. Es handelt sich um Komposita mit dem Grundwort Adel. Diese Füller drücken aus, worauf ein bestimmter Ruf oder eine bestimmte gesellschaftliche Stellung, die Erwartungshaltungen zur Folge haben, zurückzuführen sind. Vgl. die Belege:

*Manfred und Inge Schmider gaben gerne Geld aus, sie aßen gut und tranken noch besser [...]. Und sie fühlten sich genau richtig aufgehoben in den „guten Kreisen“ [...]. Aber **Geldadel verpflichtet**. Haben alle eine Wohnung in St. Moritz, braucht man auch eine, ebenso wie eine Yacht, einen Klimt oder Picasso. (NUZ08/DEZ.01357 Nürnberger Zeitung, 12.12.2008, S. 21; Wie Insolvenzverwalter Wirtschaftskriminellen auf die Pelle rücken: Die Suche nach den verlorenen Millionen)*

Ein erfüllter Traum, der Doris Neuner aber erst recht motiviert, „mit dem gleichen Biß wie voriges Jahr in die Saison zu gehen. Eine Goldene hab' ich schon. Aber es gibt ja noch eine Weltmeisterschaft.

*Und den Weltcup. Da möcht' ich unter die ersten Drei kommen!“ [...] Rodel-Adel verpflichtet. (P92/OKT.30048 Die Presse, 06.10.1992; **Goldadel verpflichtet**)*

***Partei-Adel verpflichtet:** Da hat es schon eine innere Logik, dass die engagierte Ärztin und SPÖ-Gesundheitssprecherin Elisabeth Pittermann, Tochter des ehemaligen SPÖ-Vorsitzenden und Vizekanzlers Bruno Pittermann, zur neuen Gesundheitsstadträtin berufen wird. (N00/DEZ.57609 Salzburger Nachrichten, 12.12.2000, Ressort: ÖSTERREICH; DER STANDPUNKT)*

Der zweite markante diatextuelle Unterschied liegt in einer viel breiteren textuellen Thematisierung des Sprichworts in deutschen Texten. Der Bezug auf Adlige spielt hier eher eine untergeordnete Rolle. Wir finden zwar Belege mit dem usuellen Gebrauch des Sprichworts, jedoch überwiegen Kontexte aus Bereichen der Film- oder Sportstars, vgl.:

Die Rangelei zwischen Ernst August Prinz von Hannover und einem deutschen Hotelier in Kenia habe dem gesamten „Stand“ einen schweren Image-Schaden zugefügt. „Die Formel ‚Adel verpflichtet‘ hat immer noch Gültigkeit“, sagt die Prinzessin. (RHZ00/JAN.10281 Rhein-Zeitung, 20.01.2000; Adel rügt den Prügel-Prinzen)

*Dann will auch Monaco in der ersten Liga der großen Kreuzfahrthäfen mitspielen und schwimmende Paläste bis zu 210 Meter Länge anlegen lassen. Doch das Fürstentum will – **Adel verpflichtet** – seinem exklusiven Ruf treu bleiben will. „Wir zielen auf Luxus-Kreuzfahrer, nicht auf die breite Masse“, sagt Monaco-Sprecher Daniel Realini. (Quelle M02/AUG.63527 Mannheimer Morgen, 27.08.2002; Monacos neuer Hafen zielt auf Luxus-Liner, nicht auf die breite Masse)*

*Früher hieß es „**Adel verpflichtet**“, heute stehen höchstens noch die wenigen Weltstars unter dem Druck, täglich ihrem Ruf gerecht zu werden. Das heißt dann für jemanden wie Popstar Jennifer Lopez, dass es völlig egal ist, ob sie mit Sonnenbrille in der letzten Stunde vor Mitternacht blind wie ein Maulwurf durch Berlin irrt. (B07/FEB.11774 Berliner Zeitung, 15.02.2007; Wie ein Staatsgast, S. 28)*

*Als erstes Team nahmen die schwedischen und spanischen Kicker [...] ihre Zimmerschlüssel in Empfang. Und es folgen von Tag zu Tag weitere Mannschaften [...]. Ein Trend ist unverkennbar: **Adel verpflichtet**. Jugendherbergen sind out, Schlösser in. Bei der Wahl der Quartiere wurde auf Komfort, Sicherheit und Ruhe geachtet und wohl erst beim zweiten Blick auf die Preistafel an der Rezeption geschaut. (M00/JUN.27580 Mannheimer Morgen, 07.06.2000; Jugendherbergen sind out)*

***Adel verpflichtet.** Deswegen stehen die Hockey-Frauen der Frankfurter Eintracht derzeit auch ein wenig unter Zugzwang. Nachdem sie nämlich in der vergangenen Saison mit dem Gewinn der Deutschen Meisterschaft [...] Einzug in die höhere Gesellschaft hielten, stehen sie in der Pflicht, diesen Erfolg zu bestätigen. (R98/JAN.02700 Frankfurter Rundschau, 13.01.1998, S. 20, Ressort: SPORT; Hockey-Frauen der Eintracht rechnen sich noch kleine Chance aus)*

Unterschiedliches diatextuelles Potenzial der kontextuellen Thematisierung der Sprichwörter liegt hauptsächlich in ihrer unterschiedlichen Motivation und im symbolischen Wert der einzelnen Konstituenten. Dem deutschen Sprichwort *Der frühe Vogel fängt den Wurm* entspricht das slowakische Sprichwort *Kto prv príde, ten prv melie* (wörtl.: Wer zuerst kommt, der mahlt zuerst). Die Sprichwörter kommen in beiden Sprachen primär in Kontexten vor, wo thematisiert wird, dass sich jemand durch besonders schnelles Handeln einen Vorteil gegenüber anderen verschafft, vgl. die Belege:

***Der frühe Vogel fängt den Wurm,** scheint Deutschlands Ausnahmegolfer Bernhard Langer wohl zu denken und hat sich schon mal als Ryder-Cup-Kapitän ins Gespräch gebracht. Einen Tag vor dem Start des „Linde German Masters“ bei Köln meldete der 45-jährige Schwabe seine Ambitionen für den traditionellen Mannschaftswettbewerb der besten Golfprofis von Europa gegen die USA 2004 [...] an. (RHZ02/SEP.08979 Rhein-Zeitung, 12.09.2002; Brehme: FCK-Entlassung tat sehr weh)*

Budú ich predávať za nižšiu cenu tzv. podnikateľom, ktorí týmito dlhopismi vyplatia svoje dlhy vo FNM. Ponuka dlhopisov na trhu je však trojnásobne vyššia oproti dopytu. Teda reálna cena dlhopisov

na trhu bude oproti ich nominálnej cene presne toľkokrát nižšia. Je možné, že ministerstvo financií v panike vydá vyhlášku, aby cena dlhopisu neklesla pod istú hodnotu. Ale potom kde sme? Potom nie všetci budeme môcť realizovať svoje dlhopisy. Bude to podľa hesla – **kto prv príde, ten prv melie**. Prípadne nebude o takéto dlhopisy záujem. Takže dlhopisová privatizácia je oklamaný občan na slepej kolaji. (SME95/12; S. 12)

In deutschen Korpusbelegen wird aber oft das bildhafte Potenzial ausgenutzt und mit dem Sprichwort wird ausgedrückt, dass etwas **am Morgen** einfacher und besser zu schaffen ist oder jemand **in der Frühe** etwas intensiver erleben bzw. genießen kann. In dieser Bedeutung ist das Sprichwort ein Synonym zu *Morgenstund hat Gold im Mund*, vgl.:

Morgenstund hat Gold im Mund, oder der frühe Vogel fängt den Wurm: Gemäß dieser unbestätigten Erkenntnisse stehen 29 Prozent der Bundesbürger vor 6 Uhr auf. Im EU-Durchschnitt sind es nur 15 Prozent. (T05/MAR.04433 die tageszeitung, 23.03.2005, S. 7; Nicht genug Würmer)

Dieses textuelle Potenzial fehlt dem slowakischen Sprichwort.

3.7 DIAFREQUENTE DIFFERENZ

Das Sprichwort *Adel verpflichtet* ist ein gutes Beispiel auch für die diafrequente Differenz. Im Unterschied zum häufigen textuellen Vorkommen in deutschen Texten kommt nämlich dieses Sprichwort in den slowakischen Texten sehr selten vor. Im Slowakischen Nationalkorpus (SNK) kommt dieses Sprichwort nur viermal vor und zwar in der Variante *Šľachtictvo zaväzuje* (Adelstand verpflichtet); das Internet hat nur zwei Belege für die Variante *Pôvod zaväzuje* (Herkunft verpflichtet) und nur zwei Belege *Šľachtictvo zaväzuje* gefunden. Dagegen fanden wir im SNK 11 Belege für die französische Zitatform, vorwiegend in übersetzten Texten, vgl.:

*Vrhol som jediný pohľad na ich portfólio a bolo mi jasné, že tie chatrné výsledky dokonca nezavinil ani nejaký kretén ako Pete McIntyre. Bola to ukážka jasného a obyčajného lajdáctva. Kým v ostatnom svete sa základná sadzba pohybovala okolo dvadsiatich percent, oni ešte vždy držali vládne úpisy z čias druhej svetovej vojny, ktoré im vynášali iba tri-štyri percentá. Keď sme sa dali do obeda, načrtol som predbežný plán reštruktúrácie a Tim prekypoval vďačnosťou. Našťastie McIntyre & comp. Allyn sa riadili heslom **noblesse oblige** a robili Timovi spoločnosť. Neosameli sme teda, keď sme jedli sendviče, a otec Hogan rozprával celkom nezáväzne, napríklad sa ma opýtal, ako je to možné, že hľadám hodnoty v komoditách, ktoré prídu na trh v budúcnosti, hoci kedysi som sa rozhodol pre kariéru zasvätenú pestovaniu hodnôt minulosti. (Segal, Erich: Viera a láska. Bratislava: Media klub 1998)*

Eine markante diafrequente Differenz weist z. B. das textuell häufig vorkommende Sprichwort *Jeder Topf findet seinen Deckel* im Vergleich zum sehr selten vorkommenden Sprichwort *Na každý hrniec sa pokrievka nájde* auf, das im Slowakischen eher als ein fremdes, entlehntes Element empfunden wird.

EINIGE BEMERKUNGEN ZUM PHRASEODIDAKTISCHEN KONZEPT

Věra Kozáková

1 DAS SPRICHWORT UND DIE SPRACHDIDAKTIK

Die Behandlung von Sprichwörtern ist bisher von der Sprachdidaktik wenig beachtet worden. Die langjährige Erfahrung zeigt, dass das phraseologische Material sehr mangelhaft in den Lehrwerken integriert ist. Man will wissen, wozu uns das Sprichwort in der Unterrichtspraxis nützt, auf welche Weise man mit den volkstümlichen Aussagen im Unterricht arbeiten kann. Aus diesem Grund erachten wir es als sinnvoll, ein paar Bemerkungen zum phraseodidaktischen Konzept zusammenzufassen und Sprichwörter als beliebten Sprech Anlass zu präsentieren. Wir sind uns dessen bewusst, dass man nicht auf das Sprichwort verzichten sollte. Sprichwörtliche Sprache ermöglicht spielerisches Vorgehen im DaF Unterricht, was für den Lernerfolg sicher vorteilhaft ist. In diesem Kapitel möchten wir die didaktische Funktion der sprichwörtlichen Sprache hervorheben und die lehrhafte Tendenz von Sprichwörtern an praktischen Beispielen demonstrieren.

2 DEFINITION

Die Phraseologie ist eine relativ junge sprachwissenschaftliche Disziplin, die sich mit der Erforschung von Phraseologismen beschäftigt. Die Erforschung des Sprichwortes hat im Zusammenhang mit der Herausbildung der Phraseologieforschung eine bedeutende Rolle gespielt. Die systematische und kontinuierliche Erforschung der Phraseologie begann etwa in den 1960er Jahren und entwickelte sich bald zu einem autonomen Forschungsbereich. Dank der intensiven Forschung ist die Phraseologie zu einem internationalen Thema der Sprachforschung geworden. Bei der Definition des phraseologischen Materials haben wir uns hauptsächlich an die von Burger (2007) vorgeschlagene Klassifikation gehalten. Burger gliedert die Phraseologismen zuerst generell in referentielle, strukturelle und kommunikative Phraseologismen auf (2007, S. 37). Die referentiellen Phraseologismen werden in die nominativen und propositionalen (satzwertigen) Phraseologismen subklassifiziert. Die propositionalen fungieren als Aussagen über Objekte, Vorgänge oder Sachverhalte (2007, S. 38). Diese Phraseologismen haben wir in unsere Arbeit eingegliedert.

Es ist interessant, wie viele und verschiedene Sprichwortdefinitionen den Sprichwörtern im Laufe der Zeit zugeteilt wurden. Nach Ďurčo kann man zwei grundlegende Richtungen bei der Interpretation der Phraseologismen in der ganzen Geschichte der Phraseologieforschung unterscheiden. Auf der einen Seite betrachtet man die Konstituenten als Elemente, die alle ihre Eigenschaften als Wörter verloren haben und mit ihrer Basis nur noch genetisch zusammenhängen. Auf der anderen Seite werden die Konstituenten immer noch als Wörter qualifiziert (Ďurčo 1994, S. 9). Burger beschreibt die semantische und kommunikative Spezifik des Sprichworts als Subklasse der Phraseologismen. Andere Parömiologen bezeichnen Sprichwörter traditionell als bekannte und inhaltlich geschlossene Sätze, die kontextfrei verstanden werden können. Burger hat die Sprichwörter unter der Klasse der

referentiellen Phraseologismen als Subklasse ausgegrenzt. Nach Burger sind Sprichwörter in sich geschlossene Sätze, die durch kein lexikalisches Element an den Kontext angeschlossen werden müssen (2007, S. 108).

Das, was heute als sprichwörtlich empfunden wird, ist eine Mischung von Sprichwörtern und geflügelten Worten. Eigentliche Sprichwörter entstehen heute nur selten. Im heutigen Sprachgebrauch lebt das Sprichwort eher in der Variation. Man neigt zu Ironisierung und Umbildung. Ursprüngliche Sprichwörter leben oft parallel mit ihren modernen Spielarten: *Der Apfel fällt nicht weit vom Zwetschenbaum*. Viele Sprichwörter sind vielen Sprachen gemein, weil ihre Wurzeln in denselben Traditionen zu suchen sind. Wanzeck schreibt, wie wichtig die Unterscheidung zwischen Benennungsmotiv und Benennungsbegriff für die Etymologie ist. Der Benennungsbegriff wird häufig ohne weiteres erkannt, das Benennungsmotiv bleibt oft im Verborgenen. Die Bildungsbedeutung eines Ausdrucks, die dem Bedeutungsmotiv entspricht, wird oft mehr oder weniger undurchsichtig, weil sie beim Gebrauch keine Funktion mehr hat (Wanzeck 2003, S. 47). Der Ursprung der Sprichwörter liegt – wie allgemein bekannt ist – im Volksmund oder in der Bibel, andere Sprichwörter stammen aus der Antike. Sie wurden zunächst mündlich von Generation zu Generation tradiert und leben heute in fast allen Ländern der Welt als Träger bestimmter Wertvorstellungen. Es erstaunt, wie ähnlich sie sich oft sind. Die linguistische Teildisziplin Parömiologie befasst sich im engeren Sinne mit dem Sprichwort und das Wort selbst leitet sich aus dem Griechischen ab. Der Terminus Sprichwort ist die Bezeichnung einer Alltagskategorie ebenso wie einer wissenschaftlichen Kategorie (Burger 2007, S. 112). *Übung macht den Meister* sagt ein Sprichwort. Ohne Übung kommt niemand zur Meisterschaft, aber ohne Wissen und Erkenntnis auch nicht. Da Sprichwörter zur Phraseologie zu rechnen sind, ergibt sich daraus, dass sie die Grundmerkmale des Phraseologismus erfüllen. Sie sind polylexikalisch, fest und im unterschiedlichen Grade idiomatisch. Ausgehend von den oben geschriebenen Definitionen, werden wir im Weiterem teilweise den Terminus Sprichwort, teilweise den Terminus Phraseologismus benutzen.

In den letzten Jahrzehnten sind mehrere Arbeiten zum Thema Phraseologie erschienen, von denen wir hier nur auf die Arbeiten von Burger (2007), Ďurčo (1994, 2005) Fleischer (2007), Jesenšek und Fabčić (2007) besonders hinweisen möchten. Das Sprichwortphänomen ist in den letzten Jahrzehnten ein interdisziplinärer Forschungsgegenstand geworden. Nach Ďurčo stehen heute zwei Themen im Zentrum der linguistischen Sprichwörterforschung. Einerseits ist es der Status der Sprichwörter im Gesamtsystem der Sprache und im Rahmen der Idiomatik. Andererseits ist es das Funktionieren der Sprichwörter in der heutigen Kommunikation (Ďurčo 2005, S. 9) und darauf wollen wir nun näher eingehen.

3 ZUR DIDAKTISIERUNG DER PHRASEOLOGISMEN

Folgende Wahrheiten sollten den Sachverhalt illustrieren und auf das Thema einstimmen. Nicht umsonst sagt man, dass „Sprichwörter der Schmuck der Rede sind“ und „eine Rede ohne Sprichwort ist wie eine Speise ohne Salz“. Jesenšek betont in ihrem Artikel *Lehr- und Lerngegenstand Phraseologie* drei Pfeiler. 1. Phraseologische Redeweise ist nach Jesenšek ein Normalfall der geschriebenen und gesprochenen Sprache. 2. Phraseme als regelrechte feste Einheiten des Wortschatzes existieren im individuellen Gedächtnis der Sprecher, und zwar schon seit sehr frühen Phasen des muttersprachlichen Spracherwerbs. 3. Einen weiteren Grund für eine intensive Behandlung der Phraseologie im fremdsprachlichen Lernen liegt

darin, dass Prinzipien der phraseologischen Ausdrucksweise zu den sprachlichen Universalien gehören (Jesenšek in Jesenšek und Fabčič 2007, S. 18–19).

Die Phraseologismen spielen, wie bekannt, in der gesprochenen und geschriebenen Sprache seit langem eine erzieherische Rolle und weisen einen belehrenden Charakter auf: *Wem nicht zu raten ist, dem ist auch nicht zu helfen*. In der Frage der Phraseologie als Lerngegenstand beim fremdsprachlichen Sprachenlernen nehmen Didaktiker verschiedene Positionen ein. Einige meinen, Phraseme müssen im fremdsprachlichen Unterricht nicht unbedingt ein Thema sein. Eine gegensätzliche Meinung dazu ist, dass das Erlernen von Phraseologie eine grundlegende Voraussetzung der Sprachbeherrschung ist (Jesenšek in Jesenšek und Fabčič 2007, S. 17). Es gibt keine generell und allgemein gültigen Rezepte für die Behandlung der Phraseologie im Sprachenunterricht festzulegen.

Der Befund, dass Sprichwörter in sich abgeschlossene ganze Sätze bilden, deutet auf semantischer Ebene darauf hin, dass sie als selbständige Mikrotexte aufgefasst werden können (Burger 2007, S. 108). Aus der Perspektive der Sprachproduktion bedeutet dies, dass sie keine textlinguistische Anpassung an einen Kontext benötigen. Aus der Perspektive der Rezeption bedeutet das, dass sie kontextfrei verstanden werden können. Sie beschreiben vor allem menschliche Erfahrungen: *Aller Anfang ist schwer, Ordnung ist das halbe Leben, Kleider machen Leute* und Handlungen: *Wer wagt, gewinnt, Wer lügt, der stiehlt, Jeder fege vor seiner Tür, Wer nicht kämpft, siegt nicht*. Phraseme werden in der Muttersprache relativ früh erworben. Durch Sprichwörter können Eltern ihren Kindern Lebenserfahrungen mitteilen, die sich auf das praktische Leben beziehen: *Verstand ist das beste Kapital, Handwerk hat einen goldenen Boden, Übung macht den Meister*. Diese Satzkonstruktionen bilden ein System, durch welches Verhaltensmuster, Werte und Normen in knapper, leicht fassbarer Form mündlich überliefert werden. Es geht oft um höflich formulierte Befehle, die die Belehrung geben, wie man sich verhalten sollte, was man vermeiden sollte: *Halte Maß in allen Dingen, Male den Teufel nicht an die Wand, Eile mit Weile, Schuster, bleib bei deinem Leisten*. Sprichwörter sind nach Permjakov in erster Linie „Zeichen und Modell für typenhafte reale und gedachte Situationen des Lebens“ (in Burger 2007, S. 108).

Neben der erzieherischen Funktion erfüllen Phraseologismen auch eine didaktische Funktion. In der Unterrichtspraxis werden oft mehrere Ziele gesehen. Komplizierte Sachverhalte unserer Zeit entziehen sich der sprichwörtlichen Verallgemeinerung: *Verbotene Speise schmeckt am besten, Ländlich, sittlich, Der Glaube versetzt Berge*. Der Sprichwortgebrauch ist im DaF Unterricht für die Entwicklung der kommunikativen Kompetenz und für das Erkennen des Sprichworts im Text sehr wichtig. Weiter verfolgt man das Ziel der Lernbereitschaftsentwicklung, deshalb verwendet man das Sprichwort häufig für Sprachspielereien. Damit wird auch seine Bedeutung aktualisiert. Und zuletzt geht es im DaF Unterricht auch um die Förderung der Handlungskompetenz und des Argumentationsvermögens. Die argumentative Kraft der Sprichwörter kann man vor allem im Dialog verwenden, damit fördert man Originalität und Kreativität beim Sprechen. Die Funktion der Sprichwörter lässt sich besonders gut in verschiedenen Texten beobachten. Hier werden sie benutzt, um den Texten Lebendigkeit zu verleihen. Nicht umsonst spricht man heute oft über den Verlust kultureller Werte. An dieser Stelle helfen die Sprichwörter interkulturelle Kompetenz teilweise zu kompensieren. Sie sind historisch fixiert und verdeutlichen mitunter vergessene Werte. Man sollte aber nicht außer Acht lassen, dass Phraseologismen von Epoche zu Epoche variieren können. Deshalb gibt es Phasen, in denen bestimmte Phraseologismen besonders produktiv und andere umgekehrt weniger produktiv sind.

Da Sprichwörter kurze Texte sind, bedienen sie sich Metaphern und Symbolen. Die Personifikation bildet aus abstrakten Begriffen lebende Wesen, Personen oder sogar Tiere und diese treten als Modell für den Menschen auf: *Eine Krähe sitzt gern bei der anderen, Enten können nichts als schnattern, Junge Gänse haben große Mäuler, Die Ratten verlassen das sinkende Schiff.* Es geht um ein häufiges stilistisches Mittel, das den abstrakten Begriffen und Gegenständen ein Handeln oder Leiden zusprechen kann: *Die Zeit heilt alle Wunden, Voller Bauch studiert nicht gern, Ein Unglück kommt selten allein.* Abstrakte Begriffe bezeichnen oft Körperteile wie im Sprichwort: *Lügen haben kurze Beine.* Bei der Metapher wird ein Wort nicht in seiner wörtlichen, sondern in einer übertragenen Bedeutung gebraucht: *Stille Wasser sind tief, Wenn die Katze aus dem Haus ist, dann tanzen die Mäuse.* Inhaltlich bezieht sich das Sprichwort *Stille Wasser sind tief* auf ruhige Leute, deren Reaktion für uns oft unerwartet ist. Oben angeführte Phraseologismenbeispiele sind eigentlich idiomatisierte Wendungen. Die Idiomatizität umfasst einerseits strukturelle Anomalien, andererseits semantische Besonderheiten. Zu den dominanten Komponenten gehören nach Ďurčo in der Phraseologie Substantive und Verben. Substantive verlieren im Phraseologismus ihre „kategoriale Kraft“ als Wortart und zwar in dem Sinne, dass der kategoriale Status einer festen Wortverbindung nicht vom Substantiv bestimmt wird, sondern dies auf Grund der kommunikativen Funktion der Wortverbindung geschieht (Ďurčo 1994, S. 70).

Sprichwörter manifestieren sich oft in Texten, deshalb sollten Lernende entweder mit authentischen oder auch teilweise adaptierten Texten arbeiten und in diesen Texten Sprichwörter erkennen. Der Lernende identifiziert und entschlüsselt das fremdsprachige Phrasem, indem er Analogien zieht. Eine gute Vorgehensweise ist, wenn man bei schon Bekanntem Hilfe sucht. Das sind in erster Linie Kenntnisse unserer Muttersprache (Jesenšek und Fabčič 2007, S. 22). Als Quelle für die Unterrichtsarbeit dienen kurze Texte: Werbungen, Werbeslogans, Horoskope, Gedichte, Lieder usw. Der Ausgangspunkt beim Erwerb der interkulturellen Kompetenz ist die eigene Kultur. Bin ich mir meiner kulturellen Wurzeln und Werte bewusst, werde ich in der Lage sein, eine andere Kultur zu verstehen. Sprichwörter können als konstruktives Hilfsmittel für die Aneignung der Sprache dienen. Durch Freude am Spiel mit Sprichwörtern kann man Barrieren im Lernprozess leichter überwinden. Das Sprichwort ist oft die kurzgefasste Äußerung des Gedankens, die Handlungen und Beziehungen des Lebens bildlich verallgemeinert.

4 ÜBER DIE METHODENVIELFALT

Aus der didaktischen Literatur sind Ansätze bekannt, die eine intensivere Einbeziehung von Phraseologie im fremdsprachigen Unterricht fördern (in Tschechien: Bergerová, Gester, Höppnerová, Malá, in der Slowakei: Ďurčo, Chovaniakova, in Slowenien: Kacjan, Jesenšek, in Ungarn: Kispál). Es gibt eine große Zahl von Unterrichtsmethoden, die einen effektiven Unterricht ermöglichen. Diese Methoden helfen den Lernstoff in einer angemessenen und verständlichen Form zu vermitteln. Es wird deutlich, dass es keine, allein dem deutschsprachigen Unterricht angemessene Methode gibt. Der DaF Unterricht greift auch auf Methoden zurück, welche in anderen Fachdisziplinen hilfreich sind. Über eine passende Methode muss der Lehrer selbst entscheiden und nicht selten verwendet man eine Kombination aus verschiedenen Methoden. Die Methodenvielfalt bedeutet aber nicht ihren unkritischen Gebrauch. Bei der Methodenwahl sollte man verschiedene Kriterien berücksichtigen: vor allem Alter, Interessen, Motivation, Sprachvermögen der Lernenden. Im Weiteren wollen wir einige Methoden näher vorstellen.

4.1 BILDHAFTE METHODE

Zur inneren Formgebung des Sprichwortes gehört außer der Personifikation und der Metapher auch die Bildhaftigkeit. Diese ist wohl die wichtigste Eigenschaft des Sprichwortes, die sich in mehreren Beispielen zeigt: *Der Apfel fällt nicht weit vom Stamm, Der Krug geht so lange zum Brunnen, bis er bricht, Der Spatz in der Hand ist besser als die Taube auf dem Dach*. Die bildhafte Methode, vom Bild zum Sprichwort und umgekehrt, eignet sich für fast alle Übungstypen. Ein Bild sagt manchmal mehr als tausend Worte und trägt in sich selbst eine inhaltliche Kraft. Die illustrative Darstellung oder Symbolisierung kann auch in Fotos, Karikaturen oder Piktogrammen erfolgen. Zum Einsatz von Bildern gibt es vielfältige Vorgehensweisen, die für Lernende anziehend sein können. Zunächst ist es ratsam, ein Bild vorzustellen, Lernende sagen selber, mit welchem Sprichwort dieses Bild ergänzt werden kann. Das ist ein Zeichen dafür, dass sie das Gemeinte verstehen. Mit Bildern gelingt es leichter, gestellte didaktische Ziele zu erfüllen. Die Bildlichkeit kann oft spontane Neugier von Lernenden wecken. Anschließend können Lernende das kreative Umgehen mit dem Bildmaterial beweisen, indem sie den Sprichwörtern selbst Bilder zuordnen und eigene Sprichwortsammlungen erstellen. In weiteren Phasen arbeitet man mit Bildern, die Puzzleform haben können, oder mit beschnittenen Fotos bzw. Karikaturen, die die Phantasie anregen. Lernende sollten wesentliche Informationen über Sprichwörter selbst aussuchen, weil die Bilder nur Träger von bestimmten Inhalten zum Thema sind. Eine weitere Möglichkeit für die bildhafte Sprichwortarbeit im DaF Unterricht stellt die Powerpoint Präsentation dar, die durch Bilder und andere Medien unterstützt wird. Diese wird oft erfolgreich angenommen, weil die Bilder manchmal ganze Texte ersetzen. Wo früher nur ein Text präsentiert wurde, findet man ein Bild. Präsentation fördert das Lernen mit allen Sinnen, weil sie nie rein verbal abläuft.

4.2 DIE SPIELMETHODE

Das Material für Sprachlernspiele und Sprachrätsel ist die Sprache selbst mit ihrer Vielfalt. Die Bedeutung von Sprichwörtern hängt immer von der Gebrauchssituation ab, und hier kann ein und dasselbe Sprichwort sehr verschiedene Funktionen übernehmen, z.B. als Argument oder Vorschlag. Sprichwörter werden sprachlich ganz bewusst und strategisch in der mündlichen und schriftlichen Kommunikation eingesetzt (Fleischer 2007, S. 5).

Spielerische Elemente erhöhen im DaF Unterricht Lernmotivation, fördern Kreativität und Aktivität der Lernenden. Bei der Fremdsprachenvermittlung und Einübung von Lernstoffen dienen Spiele der Entspannung und machen Spaß. So kann es beim Spielen zu neuen oder zusätzlichen Aussagen in der Sprache kommen. Sehr häufig ist das Spiel mit der Sprache auch in Rätseln eingebettet. Und der Rätselcharakter ist in vielen Sprachlernspielen anzutreffen. Mit der Sprache spielerisch umgehen, bedeutet, eine neue Sicht auf sie zu entwickeln. Gehen wir den Lernzielen des Spiels mit der Sprache nach, so liegen diese im Anwenden und Festigen des Sprachmaterials, insbesondere des Wortschatzes, der Wort- und Satzbildung, der Redemittel und grammatischer Strukturen. Den Lernzielen dient eine positive Einstellung zum Erlernen einer Fremdsprache durch den Spielspaß, weiter Wettbewerbscharakter von manchen Spielaufgaben oder ihr interkultureller oder landeskundlicher Hintergrund.

4.3 DIE KOMMENTIERENDE METHODE

Diese Methode aktiviert Lernende und ihre Ansichten. Am Anfang können Lernende gemeinsam mit demselben Sprichwort arbeiten und eigene Standpunkte über den Sprich-

wortinhalt vergleichen oder klären. In einem weiteren Schritt tauschen Lernende Kommentare von zwei gegensätzlichen Sprichwörtern miteinander aus. Zuletzt entscheiden die Lernenden, ob das Sprichwort überholt oder nicht überholt ist: *Wie die Arbeit, so der Lohn, Ohne Arbeit, kein Erfolg, Ohne Fleiß kein Preis, Ehrlich währt am längsten*. Sprichwörter, die früher sinnvoll waren, scheinen heute oft irrelevant zu sein. Die Kommentare zu den Sprichwörtern vertiefen sowohl das logische Denken, als auch die Sprachkompetenz aller Beteiligten.

4.4 DIE DISKUSSIONSMETHODE

Lernende bekommen ein neues Sprichwort und dazu drei Erklärungsmöglichkeiten zur Auswahl. Dann raten sie, welche Erklärung richtig ist. Eigene Standpunkte sollten dabei auch verteidigt werden. Man kann darüber hinaus die schriftliche Arbeitsweise entwickeln, indem man ein Sprichwort an die Tafel schreibt. Dann lässt man die Lernenden ihre Erklärung dazu schreiben oder die richtige Erklärung finden. Bei der Diskussion lernt man das freie und kritische Denken und identifiziert das Wichtigste.

4.5 DIE BRAINSTORMING-METHODE

Diese Methode eignet sich für Fortgeschrittene, weil sie in Bezug auf das freie Sprechen relativ anspruchsvoll ist. Man schreibt das Sprichwort an die Tafel und fordert die Lernenden auf, sich zum vorgestellten Sprichwort zu äußern. Alle Beiträge werden in Kürze an die Tafel geschrieben. Zusammenfassend können Vorteile und Nachteile hervorgehoben werden. Brainstorming ist eine Gesprächsform, in der jeder Lernende ganz spontan seine Einfälle und Ideen äußern soll. Nicht umsonst nennt man diese Methode auch Ideensturm.

4.6 ANDERE METHODEN

Lehrer bevorzugen oft eine Kombination aus verschiedenen Methoden. Das Prinzip der induktiven Methode verläuft vom Einzelnen, Besonderen zum Allgemeinen und bei der deduktiven Methode funktioniert das Schema umgekehrt. Das syntetische Vorgehen erfolgt als Zusammenfassung einzelner Unterrichtseinheiten über ein bestimmtes Thema (Arbeit, Liebe, Wahrheit, Lebenserfahrung). Man fordert dann die Lernenden zum Austausch oder zur Diskussion auf. Zum Schluss wird die Botschaft des Sprichworts in einem oder zwei Gedanken zusammengefasst. In Partnerarbeit versucht man die Sprichwörter zu dem besprochenen Thema zu finden. Das analytische Vorgehen nimmt den umgekehrten Weg wie das synthetische. Es eignet sich vor allem für eine auslegende Textarbeit in Gruppen. Textanalyse und Textinterpretation sind kaum trennbar. Da Sprichwörter Worte und Texte sind, eignet sich die interpretative Vorgehensweise für ihr Verständnis. Sprichwörter bedienen sich Metaphern und Symbolen, so kann die Symboldidaktik bei der Entschlüsselung hilfreich sein. Sprichwörter können sich auch in Bildern oder Spielen manifestieren. Texte sind verschiedenartig: Märchen, Erzählungen, Reportagen, Zeitungsberichte, Briefe, Lieder, Horoskope usw. Man wählt den Text, der dem festgelegten Ziel am besten entspricht. Der Vorteil der Sprichwortanalyse liegt in ihrer Kürze.

5 ÜBUNGSTYPOLOGIE

In diesem Teil wird ein didaktisches Lern- und Lehrkonzept zur Vermittlung der Sprichwörter im Fremdsprachenunterricht dargestellt. Die theoretischen Prinzipien wurden im

phraseologischen Lernmaterial EPHRAS (2006) als Grundlage zur Erstellung von interaktiven phraseologischen Übungen eingesetzt und weiter im Projekt SprichWort (2008) verarbeitet. Šajánková erwähnt Dreischritt von Peter Kühn, der drei Lernstufen vorsieht: Phraseme erkennen – Phraseme entschlüsseln – Phraseme verwenden. Im EPHRAS wurde das Lehrkonzept modifiziert und um eine wichtige zusätzliche vierte Lernstufe ergänzt: *Phraseme festigen* (Šajánková in Jesenšek und Fabčić 2007, S. 29). Im Folgenden werden praktische Beispiele ausführlicher erläutert.

5.1 PHASE – SPRICHWÖRTER ERKENNEN

Es geht um die Einstiegsphase, bei der das Vorwissen aktiviert wird. Die Lernenden sollen Sprichwörter in authentischen oder auch teilweise adaptierten Texten erkennen. Als Quelle dienen Texte aus der Datenbank oder andere Textbelege, wie z. B. Werbungen, Gedichte, Horoskope oder Lieder.

Aufgabebeispiel 1: Im folgenden Text erscheint ein Sprichwort. Lesen Sie den Text und markieren Sie den Satz oder den Satzteil, in dem das Sprichwort vorkommt.

Je akademischer ein Mensch sei, desto weniger achte er auf Körpersprache. Sprichworte und Redewendungen wüssten sehr viel über die psychosomatische Sprache, z.B. «**Liebe geht durch den Magen**» oder «sich etwas zu Herzen nehmen», «doch wir benutzen diese Worte, ohne uns zu überlegen, was dahinter steckt, und das finde ich schade», sagte Dahlke. Wir müssten versuchen, Krankheit zu einem Weg zu machen, denn Krankheit könne uns zurückbringen auf unseren Weg, und in der Krankheit liege die Chance, wenn man die Symbolik erkenne und an sich heranlasse. Krankheit habe nichts mit Schuld zu tun: «Gesundheit ist genauso ansteckend wie Krankheit.»san.

A97/NOV.39111 St. Galler Tagblatt, 04.11.1997, Ressort: TB-ARB; Glarnerwochen als erster Akt

Aufgabebeispiel 2: Im folgenden Text erscheint ein Sprichwort. Lesen Sie den Text und markieren Sie den Satz oder den Satzteil, in dem das Sprichwort vorkommt.

Boris Becker wird auch im kommenden Jahr als Teilzeit-Profi aktiv bleiben. Das hat der dreimalige Wimbledon Sieger, der am Sonntag seinen 31. Geburtstag feierte, in einem Interview angekündigt. „Ich glaube, ich kann noch eine sportliche Rolle im Daviscup spielen“, sagte der Teamchef aus Leimen, der im Heimspiel gegen Rußland im April im Doppel zum Einsatz kommen könnte. „Tennis ist eine **alte Liebe, die nicht rostet.**“

M98/811.89557 Mannheimer Morgen, 23.11.1998, Sport; Becker bleibt Teilzeit-Profi

Aufgabebeispiel 3: Im folgenden Text erscheint ein Sprichwort. Lesen Sie den Text und markieren Sie den Satz oder den Satzteil, in dem das Sprichwort vorkommt.

Doch Neptun erbarmte sich der Altoggenburger Luftfahrer und blies sie während einer Stunde gegen die lockenden Ufer des Parco Naturale di San Rossore, eines einstigen königlichen Jagdgebiets. «15.16 Uhr Reissbahnlandung mit Hundshaus» bei Boccadarno - und **Ende gut, alles gut**. Polizei, Zoll und Fallschirmjäger waren gleich zur Stelle: helfend, gratulierend und die «Montgolfiers» beschenkend.

A97/MAI.04438 St. Galler Tagblatt, 16.05.1997, Ressort: TB-SPO; Ballonfahrer auf den Spuren de Beauclairs

5.2 PHASE – SPRICHWÖRTER ENTSCHLÜSSELN

Ein weiterer Schritt ist die entsprechende Erschließung der Phrasembedeutung. Die Lernenden lernen die Bedeutung der Sprichwörter zu erschließen und die Sprichwörter mit den Situationen sinnvoll zu verbinden. Sie sollen die Bedeutung des Phrasems entschlüsseln, indem Sie Fragen zum Text beantworten. In dieser Phase geht es vor allem um Verstehen und Verbalisieren.

Aufgabebeispiel 1: Was bedeutet folgendes Sprichwort? Kreuzen Sie die jeweils richtige Antwort an.

Alte Liebe rostet nicht.	a) Alte Liebe symbolisiert die Beziehungskrise.
	b) Fast immer lohnt es sich, um eine verlorene Liebe zu kämpfen.
	c) Die erste große Liebe prägt uns für den Rest unseres Lebens.

Lösung: c)

5.3 PHASE – SPRICHWÖRTER FESTIGEN

Diese Phase ist durch Vielfältigkeit der Übungsformen gekennzeichnet (Zuordnungsübungen, Lückentexte, Ergänzungsübungen, Korrekturübungen, Multiple-Choice-Übungen, Sprichwortsalat usw.). Der Lernende muss viele Zusatzinformationen im Gedächtnis speichern.

ZUORDNUNGSÜBUNGEN

Einer Einheit wird bei den Zuordnungsübungen eine entsprechende Form zugeordnet bzw. es sollen zwei passende Einheiten miteinander verbunden werden, etwa: Phrasembedeutung.

Aufgabebeispiel 1: Ordnen Sie den Sprichwörtern die passenden Bedeutungsumschreibungen zu.

1. Glück in der Liebe, Pech im Spiel.	A. Liebe und gutes Essen gehören zusammen.
2. Alte Liebe rostet nicht.	B. Das Leben findet in der Wirklichkeit statt, und nicht im Spiel.
3. Liebe geht durch den Magen.	C. Glücksgefühl und seelisches Wohlbefinden blühen das ganze Leben hindurch.

Lösung: 1B, 2C, 3A

LÜCKENTEXT

Lückenhafte Sprachstrukturen (Texte, Sätze, Wortverbindungen) werden ergänzt. Im Unterschied zu den Einsetzübungen werden dabei keine möglichen Formen angeboten. Die Lernenden müssen die Lücken selbst ausfüllen.

Aufgabebeispiel 2: Ergänzen Sie das Wort, das in dem Sprichwort fehlt. Schreiben Sie das Fehlende in die Lücke.

1. Gegen die Liebe ist kein ... gewachsen.
2. Liebe lässt sich nicht ...
3. Was sich liebt, das ... sich.

Lösung: 1. Kraut, 2. erzwingen, 3. neckt.

KORREKTURÜBUNGEN

Der Lernende korrigiert fehlerhafte Phraseme, in denen grammatische und lexikalische Fehler vorkommen.

Aufgabebeispiel 3: Schreiben Sie das Wort, in dem ein Fehler vorkommt, richtig auf.

Falsch	Richtig
1. Gegen die Liebe ist keine Kraut gewachsen.	
2. Liebe deinen nächsten wie dich selbst.	
3. Glück in der Liebe, Pech in Spiel.	

Lösung: 1. kein Kraut, 2. Nächsten, 3. im Spiel

MULTIPLE-CHOICE-ÜBUNGEN

In den Multiple-Choice-Übungen wird immer eine von drei oder mehreren Möglichkeiten als richtig markiert. Die angebotenen Optionen sind mögliche Antworten auf verschiedene Fragen oder sie stellen Formen dar, die in lückenhafte Strukturen einzusetzen sind.

Aufgabebeispiel 4: Wie heißen folgende Sprichwörter im Original? Wählen Sie die richtige Antwort aus.

Was sich liebt, das ...	a) versteht sich
	b) mag sich
	c) neckt sich
	d) merkt sich

Lösung: c)

5.4 PHASE – SPRICHWÖRTER VERWENDEN

Die Eintönigkeit didaktischer Mittel wirkt sich negativ auf die Effektivität des Sprachlernprozesses aus. Sprichwörter werden metakommunikativ im Text eingebettet. Die Fortgeschrittenen sollen zur mündlichen und schriftlichen Produktion animiert werden. Im Rahmen der Textarbeit müssen Lernende auch über die metakommunikativen Mittel, die oft als festgeprägte und stabile Einheiten vorkommen, sensibilisiert werden. Sie lernen diese in der eigenen Textproduktion zu verwenden.

Aufgabebeispiel 1: Mit welchem Sprichwort kann man folgende Situation sinnvoll verbinden? Ordnen Sie der Situation eines der unten stehenden Sprichwörter zu.

Nicht alle Paare finden auf die gleiche Weise zueinander. Manche Paare begegnen sich auf geistiger Ebene. Sie finden die Ansichten des anderen originell, interessant oder anregend. Andere treffen sich spontan auf der Herzesebene; zärtliche und liebevolle Empfindungen stellen sich bei ihnen leicht ein.

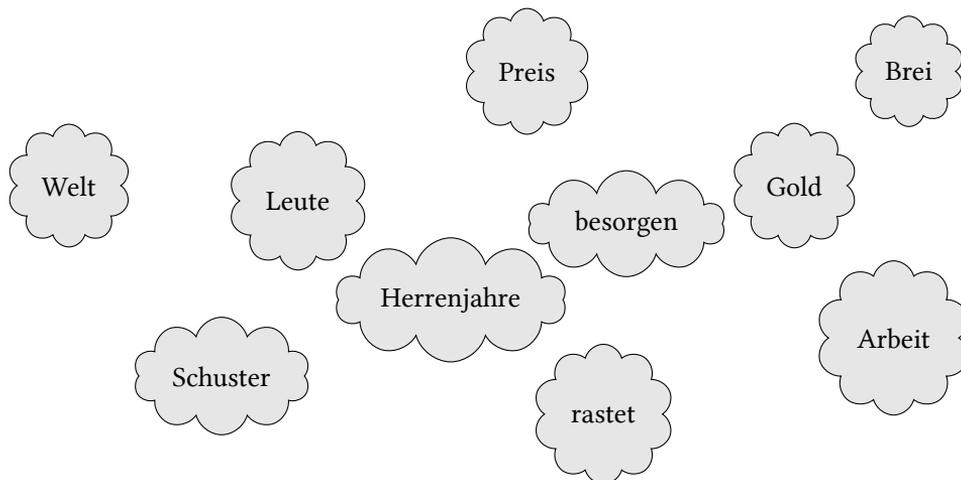
1. Alte Liebe rostet nicht.
2. Was sich liebt, das neckt sich.
3. Liebe geht durch den Magen.

Lösung: 2

Arbeitsblatt 5

Testziel:

Der Lernende zeigt, dass er die Kernform des Sprichworts anhand des Schlüsselwortes formulieren kann.



Welche Sprichwörter sind gemeint?

1. Ohne Fleiß, kein
2. Wer, der rostet.
3. Morgen, morgen, nur nicht heute, sagen alle faulen
4. Viele Köche verderben
5. Morgenstund hat im Mund.
6., bleib bei deinem Leisten.
7. Dem Tüchtigen gehört
8. macht das Leben süß.
9. Lehrjahre sind keine
10. Was du heute kannst, das verschiebe nicht auf morgen.

DAS SPRICHWORT UND DAS WELTBILD. EINE SEMOTISCH-HERMENEUTISCHE UNTERSUCHUNG

Jan Kajfosz

„We have few names and few definitions for an infinity of single things. Therefore recourse to the universal is not strength of thought but *weakness of discourse*. The problem is that man always talks in general while things are singular. Language names by blurring the irrepressible proof of the existing individual.“

– Umberto Eco (2000, S. 23)

1 DAS WELTBILD UND DAS SPRACHLICHE WELTBILD

Im folgenden Text wird das Sprichwort im Bezug auf seine Fähigkeit, sich als Wissen zu präsentieren, untersucht. Unter dem Begriff Wissen muss man sowohl das *formulierte* (also: objektivierte, als Text verfasste) Wissen verstehen, als auch das *unformulierte* Wissen, das nicht in Gestalt von Text erscheint und seinen Ausdruck vielmehr in menschlichen Weltbezügen, darunter im Handeln findet. Diese Unterscheidung kann auf die wissenschaftlichen Ansätze der 1. Hälfte des 20. Jahrhunderts zurückgeführt werden, wo die Fähigkeit des Subjektes zur bewussten Konstituierung der Lebenswelt und seiner selbst in Frage gestellt wurde. Der Verfasser dieses Aufsatzes will an die eher optimistische Variante dieser Fragestellung anknüpfen, und zwar an die phänomenologisch-hermeneutische Voraussetzung, dass selbst wenn jedem Bewussten immer etwas Unbewusstes zu Grunde liegt, es aber dennoch zwischen dem einen und dem anderen keine unüberbrückbare Kluft gibt, sodass es prinzipiell immer möglich ist, das Unbewusste bewusst zu machen. Es wird hier vorausgesetzt, dass der Mensch das Vermögen hat, die Strukturen seines Denkens – das Reich des Kategoriellen oder Konzeptuellen – im reflexiven Hinterfragen des Gedachten zu ergreifen und zu überprüfen. Abgesehen davon, welche Bedeutung die einzelnen sprach- und kulturwissenschaftlichen Ansätze der Reflexion zusprechen oder abstreiten, sind sich alle dahingehend einig, dass das „theoretische“ (formulierte, objektivierte) Wissen durch das Reich des „vortheoretischen“ (unformulierten, unobjektivierten) Wissens begleitet und gestiftet wird, z.B. in Gestalt der angewöhnten Betrachtungsweisen, die nur selten eingesehen, also reflexiv ergriffen werden.¹¹ Die Frage nach dem Zusammenspiel dieser beiden Wissensformen (als Bewusstseinsinhalte verstanden) ist ausschlaggebend auch für die anthropologisch orientierte Sprach- und Kulturwissenschaft, hauptsächlich als Frage nach dem Zusammenspiel von der Sprach- und Kulturkompetenz des Menschen einerseits und den von ihm hergestellten Texten und seinem Handeln andererseits. Anders gesagt: In der anthropologisch orientierten Sprach- und Kulturwissenschaft – wo Sprache und Kultur als

11. „Das aktuell Wahrgenommene, das mehr oder minder klar Mitgegenwärtige und Bestimmte (oder mindestens einigermaßen Bestimmte) ist teils durchsetzt, teils umgeben von einem dunkel bewußten Horizont unbestimmter Wirklichkeit.“ (Husserl 1922, S. 49, vgl. Husserl 1952, S. 3–13) Vgl. mit späteren soziologischen Begriffen *schweigendes Wissen* (Polanyi 1967) oder *Rezeptwissen* (Berger, Luckmann 1971).

zwei ineinandergreifende, unzertrennlich verbundene Zeichensysteme verstanden werden (Lotman, Uspienski 1975, S. 179) – wird die allgemeine Frage nach den beiden Formen des Wissens hauptsächlich auf die Frage nach dem Zusammenspiel von nicht objektivierten (oder nur wenig objektivierten) Kodex und objektivierten Texten eingeschränkt.

Die Tatsache, dass nur ein Bruchteil des Wissens im Alltag als Wissen identifiziert, beschrieben und erklärt wird und nur ein Bruchteil von Erfahrungen und Motiven eingesehen wird (Fay 2002, S. 32–35, Burszta 1998, S. 49–55), findet ihren Niederschlag auch in der Theorie des sprachlichen Weltbildes, die zur theoretisch-methodologischen Basis dieser Untersuchung gewählt wurde. Unter dem *sprachlichen Weltbild* wird hier jener Teil des Weltbildes verstanden, der sich im Sprachsystem manifestiert (Maćkiewicz 1999b, S. 194). Das *Weltbild* eines Menschen oder einer ganzen Menschengemeinschaft kann man wiederum als Anwesenheit eines höchstkomplizierten (und dadurch mehr oder weniger widerspruchsvollen) Sinnes verstehen, der sich im Handeln und in Texten manifestiert, die auf die Welt als Ganzes (als Weltbeschreibung) oder auf einen ihrer Bestandteile gerichtet sind. Im phänomenologischen Sinne ist das Weltbild die intentionale – also subjektbezogene – Wirklichkeit. Daher ist sie als eine Eigenschaft des einverlebten Subjektes zu verstehen, im Unterschied zu dem sprachlichen Weltbild, das als eine Eigenschaft der Sprache zu verstehen ist. Selbst das Weltbild, als Anwesenheit des subjektbezogenen Sinnes, ist gewissenmaßen „sprachlich“, und zwar deswegen, dass seine Gestalt durch das entsprechende sprachliche Weltbild (also: durch die im Sprachsystem fixierten Erfahrungen, Ansätze, Gesichtspunkte und Angewohnheiten) mehr oder weniger geprägt wird. Das sprachliche Weltbild und das Weltbild sind deshalb als eine dialektische Einheit zu verstehen, wo einerseits das sprachliche Weltbild die Erfahrungen, Ansätze, Gesichtspunkte und Angewohnheiten seiner Träger – und somit ihr ganzes Weltbild – prägt, andererseits wirken die Erfahrungen, Ansätze, Gesichtspunkte und Angewohnheiten der Mitglieder der entsprechenden Sprachgemeinschaft auf ihr Sprachsystem ein (Weisgerber 1929, S. 86–87, S. 98–99). Die gleiche Dialektik gilt auch für die als Zeichensystem verstandene Kultur, die jede Sprache notwendig begleitet.

Die Sprachwissenschaft und Kulturwissenschaft liefern genügend Argumente dafür, dass das sprachliche Weltbild und das Weltbild manchmal insofern ineinanderfallen, dass eine Trennlinie zwischen dem Sprachsystem (*langue*) und seinen Realisierungen – den Texten (*paroles*) – schwer zu ziehen ist (Maćkiewicz 1999b, S. 194–195). Es wird immer deutlicher, dass das Sprachsystem mit seinen Texten so untrennbar verbunden ist, dass in vielerlei Hinsicht nicht eindeutig werden kann, was zum System gehört und was zu seinen Realisierungen. Die Texte, die zum Klischee werden (Phraseologismen, Sprichwörter, im Volksmund gebrauchte Sprüche, allgemein bekannte Witze, städtische Legenden und andere umläufige Narrationen), können als Realisierungen des Sprachsystems betrachtet werden, die durch ihre Wiederholbarkeit selbst systemhaft wurden und dadurch in das Sprachsystem eingedrungen sind oder es mehr oder weniger beeinflusst haben. So werden Texte Bestandteile des Sprachsystems, und somit etwas, was die Gestalt neuer Texte prägt. Man kann annehmen, dass Elemente der Sprache ständig zwischen dem Sprachsystem (*langue*) und seinen Realisierungen (*paroles*) unterwegs sind. Daher ist die gegenwärtige Sprachwissenschaft kaum denkbar ohne den Begriff des Diskurses (*discourse*), als Zwischensphäre zwischen dem Kode und dem Text, also als eine dynamische Struktur, die sowohl das Sprachsystem als auch seine Texte sowie die gegenseitigen Beeinflussungen unter ihnen enthält (Dijk 2001, Jäger 2004, S. 113–157, Giza 1991, S. 34–46, Labocha 2000, S. 92). In unserem Zusammenhang heißt das, dass das Weltbild, das sich im sprachlichen Text manifestiert, je

nachdem, wie dieser Text verbreitet und dauerhaft ist, zum Bestandteil des Sprachsystems werden kann.

Wenn man also annimmt, dass die von dem Menschen wahrgenommenen Sachverhalte von vornherein mit Zeichen (darunter mit Wörtern, als Sprachzeichen verstanden), „verschmolzen“ sind (Weisgerber 1964a, S. 41), und dass die menschliche Lebenswelt durch die Eigenart der an ihr beteiligten Zeichensysteme beeinflusst wird (Kajfosz 2003b: S. 468–486), heißt das bei weitem nicht, dass jedes Mitglied einer bestimmten Sprachgemeinschaft nur über ein solches Weltbild verfügen würde, das mit dem in der Sprache fixierten Weltbild identisch wäre. Die Sprache setzt der Erfahrung keine unüberwindbaren Grenzen, sie gestaltet die Erfahrungen lediglich in dem Sinne, dass sie dem Menschen gewisse Sehens- und Interpretationsweisen der angetroffenen Sachverhalte zuschiebt oder dass sich ihm diese Sehens- und Interpretationsweisen selber als etwas Selbstverständliches anbietet (Sapir 1978, S. 22¹²). Es geht nicht darum, dass eine Sprache bei ihren Sprechern gewisse Erfahrung völlig verhindert, sondern diese nahelegt, suggeriert; dass sie ihre Aufmerksamkeit auf gewisse Aspekte richtet, anderen wiederum keine Beachtung schenkt. Die Sprache gewöhnt den Menschen an gewisse Ansätze, Gesichtspunkte, an bestimmte Sehens- und Interpretationsweisen, und erschwert ihm gleichzeitig den Zugang zu anderen Ansätzen, Gesichtspunkten, Sehens- und Interpretationsweisen. Das Angewöhnte ist jedoch nicht das einzig Mögliche: Es ist zwischen der habituellen und der potentiellen Erfahrung zu unterscheiden (Sapir 1978, S. 22).

Die Sprache, die die Gestalt des menschlichen Weltbildes prägt, gibt dem Menschen paradoxer Weise zugleich Möglichkeiten zur Transgression seines Weltbildes (Kwaśnica 1991, S. 31–48, Kalaga 2001, S. 10; Fay 2002, S. 72–82). Jeder Mensch kann dank der Sprache, die das Denken überhaupt möglich macht¹³, in seinen Gedanken, Ansichten, Stellungnahmen verschiedene „Lücken“, „Risse“ und „Spalten“ (z. B. in Gestalt von Widersprüchen) entdecken, er kann zu ihnen Stellung nehmen und sie modifizieren. Anders gesagt: Manchmal erkennt der Mensch, dass die wahrgenommene Wirklichkeit mit der Weise, auf der er sie kategorisiert – also begrifflich eingeteilt – hat, nicht übereinstimmt, was ihn dann dazu bringen kann, diese Taxonomie zu modifizieren. Solche Einsichten und die mit ihnen zusammenhängenden Neubewertungen können z. B. in der Entdeckung bestehen, dass man von seinen Stereotypen manchmal getäuscht wird, dass eigene Begriffe und mit ihnen zusammenhängende Wirklichkeitsbilder, Bewertungen und Erwartungen den einzelnen wahrgenommenen Sachverhalten nicht immer entsprechen. So kann man beispielsweise erkennen, dass die Sprichwörter, die sich als „Wahrheiten“ oder als „Wahrheit des Volkes“ präsentieren¹⁴, im Bezug auf die einzelnen Erfahrungen mit der Welt nicht immer recht haben oder dass sie sich sogar widersprechen.

12. Siehe Vorwort von Anna Wierzbicka.

13. Die Bildung von Allgemeinbegriffen (. . .) und die Loslösung des Selbstbewußtseins vom naiven Erleben vermag der Mensch nur zu vollziehen in und mit der Sprache. Hier ist alles Sinnliche verflüchtigt, und die abstrakten Gedanken müßten in nichts zerflattern, wenn nicht das Wort den festen Punkt darstellte, um den sie sich kristallisieren können“ (Weisgerber 1964b, S. 180).

14. ‘Sprichwörter sind die Weisheit auf der ‘Gasse’, ‘Sprichwort, Wahrwort’, ‘Przysłowia są mądrością narodów’ (Sprichwörter sind die Weisheit der Völker). (Wójcik, Ziebart 1997)

An Sprichwörtern kann man zeigen, dass dem Menschen die Realität einerseits als eine taxonomisierte Ordnung erscheint, andererseits ist sie wechselbar, multidimensional, heterogen und manchmal auch gar widerspruchsvoll (vgl. Kajfosz 2003a: S. 65–78). Das Weltbild, das im Rahmen der phänomenologisch-hermeneutischen Fragestellung mit der Lebenswelt gleichgestellt werden kann, hat im gewissen Sinne systematischen (geordneten) Charakter, im gewissen Sinne wiederum unsystematischen (ungeordneten) Charakter. Das hängt mit der Tatsache zusammen, dass das Weltbild immer eine „Synthese“ des Konkreten und des Abstrakten, des postulierten Vorsprachlichen und Sprachlichen (des Natürlichen und Kulturellen) ist, sodass es weder auf eine „reine“, an sich seiende Wirklichkeit, noch auf die Sprache und auf alle anderen semiotischen Systeme, die dem Menschen die Wirklichkeit vermitteln, zurückgeführt werden kann.

Das Weltbild hat Zeichencharakter, es basiert auf einem relativ dauerhaftem System der Zeichen – darunter der Sprachzeichen – das der wahrgenommenen Wirklichkeit eine verhältnismäßig dauerhafte und einfache (übersichtliche) Struktur verleiht, wobei sich diese Wirklichkeit bei genauerer Betrachtung als radikale Mannigfaltigkeit zeigt. Schon Aristoteles betont, dass „die Worte und die Menge der Reden (der Zahl nach) begrenzt sind, die Dinge aber sind der Zahl nach unbegrenzt“ (Bocheński 1956, S. 64; vgl. Apel 1959, S. 17). Deswegen muss es dazu kommen, dass vielfältige Erscheinungen mit einem einzigen Begriff gestellt werden und dass sie dadurch auf eine Erscheinung reduziert werden (Eco 2000, S. 23). Die Sprache verhüllt somit durch ihre begrenzte Zahl der Begriffe einige Unterschiede des Seienden, andere hebt sie wieder hervor. Die Limitation der unendlich mannigfaltigen Wirklichkeit (ihre „Verschmelzung“ mit Begriffen der Sprache) erfolgt durch sprachbedingte Erfindung einer begrenzten und daher übersichtlichen Zahl der verhältnismäßig allgemeingültigen und dauerhaften Unterschiede und Ähnlichkeiten im wahrgenommenen Seienden, und zwar so, dass einige Aspekte des Seienden markant und maßgeblich, andere hinweggesehen und vergessen werden (Weisgerber 1964b, S. 204; Krapiec 1985, S. 33). Den Vorgang der „begrifflichen Verarbeitung“¹⁵ der Wirklichkeit, in dem unendlich mannigfaltige und wechselbare Aspekte einer begrenzten Zahl der Begriffe zugeordnet werden, nennt man *Kategorisierung*. Sie besteht in „Stückelung“, Fixierung und vor allem in Vereinfachung des unendlich Vielfältigen und Abwechslungsreichen, sodass der Mensch sich in der Welt gut orientieren kann (vgl. Jackendoff 1983, Lakoff 1987, Maćkiewicz 1999a, S. 52–53). Die Einteilung des Seienden durch die Begriffe der Sprache bedeutet aber keine absolute Konsequenz und Kohärenz. Die kategorisierte Wirklichkeit (der Mensch kennt keine andere) ist voll von „Rissen“, „Sprüngen“ und „Brüchen“ – voll von Inkonsequenzen und Paradoxien, die bei genauerer Betrachtung der Welt zu Tage kommen. Im Zusammenhang damit entsteht die Frage, in welchen Umständen der Mensch überhaupt willens ist, die Welt einer genaueren Betrachtung zu unterziehen. Bei jeder genaueren Betrachtung droht nämlich der Verlust der inneren Sicherheit, dass man sich in der Welt vollkommen orientiert.

Dank der Kategorisierung erscheint die Lebenswelt dem Menschen als Reich der zuverlässigen Selbstverständlichkeit, die umso weniger reflektiert wird, je mehr „natürlich“

15. „Das Verhalten des sprachtüchtigen Menschen und die Art seiner sprachlichen Benennung beruht darauf, daß er die Erscheinungen nicht konkret-vereinzelt sieht, sondern kategorial, in begrifflicher Verarbeitung auffaßt“ (Weisgerber 1929, S. 18).

und vorhersehbar sie ist. Im Bezug auf die oben erwähnte Unterscheidung zwischen dem „formulierten“ und dem „unformulierten“ Wissen ist zu betonen, dass die Kategorisierung primär nicht bewusst geschieht. Man teilt die Welt nur selten bewusst in die einzelnen Sachverhalte oder Vorgänge.¹⁶ Da, wo das Urteilen, das der Kategorisierung zu Grunde liegt, mehr Anstrengung und Erfindungskraft fordert, wird einem das Bemühen, das Konkrete und das Allgemeine in Einklang zu bringen, ausdrücklich bewusst: Manchmal wird man mit so einem Sachverhalt konfrontiert, dass man gezwungen ist, diesen zu *interpretieren*, zu *definieren* oder zu *typologisieren*. Dann wird die vorgenommene Einteilung der wahrgenommenen Wirklichkeit (auf Grund entsprechender Unterschiede und Ähnlichkeiten) gezielt durchgeführt. Man begreift, dass der angetroffene Sachverhalt keinem seiner Begriffe und keiner seiner bisherigen Erfahrungen entspricht. Ein solcher Sachverhalt ist *akategorial*, und zwar in dem Sinne, dass er keiner der eigenen Kategorien entspricht. Als akategorial erschien z. B. seinen ersten Entdeckern das Schnabeltier, da es sich um eine hybride „Mischung“ aus Ente, Fisch und Maulwurf handelte. Das vorgefundene, konkrete Schnabeltier (*token*) war akategorial, weil es keiner der Kategorien (*types*) seiner Entdecker entsprach, was natürlich nicht heißt, dass es mittels keiner Kategorie wahrgenommen wurde (Eco 2000, S. 58–59, S. 89, S. 241–244). Prinzipiell könnte man also zwischen zweierlei Erscheinungen unterscheiden: erstens den Erscheinungen, die *kategorial unproblematisch* sind, in dem Sinne, dass sie unseren Begriffen (und den mit ihnen zusammenhängenden Erfahrungen und Erwartungen) entsprechen, zweitens den Erscheinungen, die unseren Begriffen (und den mit ihnen zusammenhängenden Erfahrungen und Erwartungen) weniger entsprechen, was Angst, Unsicherheit oder sogar existentielle Not hervorrufen kann. Siehe folgendes Schema:

**KATEGORIAL UNPROBLEMATISCH – BEKANNT – EINGETEILT – GEORDNET –
 SYSTEMATISCH – GUT INTERPRETIERBAR – VORHERSEHBAR –
 ERWARTUNGSGEMÄSS – GEWÖHNLICH – BERUHIGEND – SICHER**
 x
**AKATEGORIAL – UNBEKANNT – UNEINGETEILT – UNGEORDNET –
 UNSYSTEMATISCH – SCHWER INTERPRETIERBAR – UNVORHERSEHBAR –
 ÜBERRASCHEND – UNGEWÖHNLICH – BEUNRUHIGEND – UNSICHER**

Neben Sachverhalten in der Welt gelten als wahrnehmbare Erscheinungen selbst die Begriffe. Wenn man Sachverhalte in der Welt mit Begriffen (*Prototypen*¹⁷) vergleicht, kann man sagen, dass die wechselbaren Sachverhalte in der Welt eher *akategorial* sind, im Unterschied zu dauerhaften Begriffen, die in diesem Vergleich als *kategorial unproblematisch* gelten.¹⁸ Analog dazu: *die wechselbare und multidimensionale Wirklichkeit ist akategorial im Vergleich mit den verallgemeinernden Aussagen der Sprache*, sodass der Mensch eine mehr oder weniger starke Tendenz aufweist, die verallgemeinernden Aussagen der Sprache zu

16. „Wir erlernen die meisten ‘Wortinhalte’ nicht bewußt, erst recht nicht kraft einer Definition; vielmehr ist gerade das die wunderbare Leistung der Sprache, daß unter ihrem Einfluß dieses Wissen unbewußt heranwächst; daß sie es dem Menschen ermöglicht, alle seine Erfahrungen zu einem Weltbild zu vereinigen, und ihn darüber vergessen läßt, wie er früher, vor der Spracherlernung, den Erscheinungen gegenüberstand“ (Weisgerber 1929, S. 29–30).

17. Der Prototyp könnte – vereinfacht – als eine Vorstellung von einem typischen Repräsentanten des entsprechenden Begriffes verstanden werden.

18. Alles, was der enkulturierte und sprachkundige Mensch wahrnimmt, ist von vornherein mit Begriffen seiner Sprache, sowie mit anderen sprachlichen und nichtsprachlichen Zeichen „verschmolzen“, was jedoch nicht heißt, daß man einen konkreten Sachverhalt einem Begriff nicht gegenüberstellen kann (so wie man dem Weltbild das sprachliche Weltbild gegenüberstellen kann).

überschätzen und die Wechselbarkeit und Multidimensionalität des Seienden wiederum zu unterschätzen, bis zur Selbsttäuschung. Diese „Schwäche des Diskurses“ – wie sie U. Eco nennt (Eco 2000, S. 23) – hat eine einfache phänomenologische Erklärung: Der innere Bedarf nach der Sicherheit und Geborgenheit ist der Grund für die Tendenz, die verallgemeinernden Aussagen der Sprache festzuhalten und die Wirklichkeit, zu der sich die verallgemeinernden Aussagen der Sprache beziehen, zu vergessen oder gar zu leugnen. Das kann man sowohl an Stereotypen (an vereinzelt Begriffen), als auch an stereotypen Urteilen, darunter an Sprichwörtern ausweisen. Die Rolle der Stereotype im Weltbild ähnelt in dieser Hinsicht der Rolle der Sprichwörter im Weltbild.

Unter *Stereotypen* verstehen wir Begriffe oder Begriffsstrukturen, die mit *erstarrten, vereinfachten, kollektiv bedingten und gepflegten Wirklichkeitsbildern* verbunden sind, die eine *eindeutige wertende Prägung* haben (Lippmann 1922, Bartmiński 2007, S. 54). Da überhaupt alle Begriffe mehr oder weniger mit erstarrten, vereinfachten und axiologisch geprägten Wirklichkeitsbildern verbunden sind, hat die Unterscheidung zwischen „gewöhnlichen“ Begriffen und Stereotypen eher heuristischen Charakter. Das Leben der Stereotype (wie das Leben aller Begriffe) erfolgt im Rahmen der Zusammenwirkung der unmittelbaren Erfahrung des einzelnen Menschen mit den Erfahrungen Anderer, die durch das Erzählte oder im Sprachsystem Niedergeschlagene an ihn vermittelt werden. Die Stereotype prägen die menschlichen Erwartungen, die Erwartungen wirken wieder in Erfahrungen hinein, die Erfahrungen stärken wiederum die mit entsprechenden Stereotypen verbundenen Erwartungen usw. Die Dialektik und der Einklang zwischen dem Stereotyp, der Erwartung und der Erfahrung kann durch eine zufällige Erfahrung durchbrochen werden, die einen Unterschied zwischen dem *Allgemeinen* (dem Begriff und dem mit ihm zusammenhängenden Wirklichkeitsbild) und dem *Konkreten* explizit macht, was zweierlei Folgen haben kann: entweder wird das Konkrete als unwesentliche Ausnahme geleugnet, oder es wird das Allgemeine in Frage gestellt und dadurch vielleicht auch modifiziert. Auch hier kann eine mehr oder weniger deutlich bewusste Befürchtung (oder im Gegenteil Abenteuerlust) vor dem Unsicheren eine gewisse Rolle spielen, also die Angst vor dem *Akategorialen* (vor dem Chaos, vor der Desorientierung), mit dem man konfrontiert wäre, wenn man seine Wirklichkeitsbilder (seine Vorstellungen) einer kritischen Untersuchung unterziehen, sie verändern oder gar aufgeben müsste. Für den Menschen ist also die Überzeugung wichtig, man orientiert sich gut in seiner Lebenswelt, man kann sie gut deuten und vorhersehen, was in ihr und mit ihr passiert; man kann sie unbegrenzt im kognitiven und im pragmatischen Sinne „kontrollieren“. Diese voraussichtlich allgemeinemenschliche Motivation liegt dem Glauben zu Grunde, dass es möglich ist, über eine beschränkte Zahl einfacher Regeln – der Sprichwörter – zu verfügen, die dem Menschen einen tadellosen Umgang mit der Welt sichern würden.

Das Sprichwort ist das Allgemeine (eine allgemeine Aussage), das etwas Konkretes (eine konkrete Handlung, Stellungnahme, Ansicht usw.) rechtfertigt. *Das Sprichwort, das etwas rechtfertigt, braucht selbst keine Rechtfertigung.* Wenn ein Sprichwort nicht zu einer Situation passt, wird es nicht gebraucht – es „existiert“ nicht; wenn es zu einer Situation passt, ist es dagegen vollkommen berechtigt. Die Vollkommenheit des Sprichwortes in der Situation, die von dem Sprichwort bestätigt wird, lässt keine Frage nach dem Wahrheitswert des Sprichwortes zu, sie lässt keinen Weg zum eventuellen Zweifeln am Sprichwort offen. Die Wahrheit des Sprichwortes kann prinzipiell nicht angezweifelt werden, weil das Sprichwort als eine „Regel des Weltgeschehens“ im Bezug auf das Entscheiden und Handeln immer

post factum erscheint. Das Sprichwort wird selten als eine mögliche Option in Erwägung gezogen, noch bevor man eine endgültige Entscheidung hinsichtlich eines Sachverhaltes getroffen hat, noch bevor man eine Stellung bezogen hat. Das Sprichwort, das eine bezogene Stellung oder vertretene Ansicht rechtfertigt, braucht selbst keine Rechtfertigung deswegen, dass es (als das Allgemeine) immer nur einer anderen (konkreten) Stellungnahme Legitimität verleiht. Sollte sich eine Haltung, die von einem Sprichwort gerechtfertigt wird, als fraglich erweisen, zieht sich das Sprichwort aus der Aktualität in die Potentialität zurück, es verliert den Status des Textes (*parole*) und als Bestandteil des Kodes (*langue*) wartet es auf seine weitere „Gelegenheit“, wo es wieder benutzt wird. Das bedeutet, dass das Sprichwort praktisch nie Gefahr läuft, es könnte selbst fraglich werden. Irren kann sich nur der konkrete Mensch, nicht das Sprichwort als eine allgemeine Wahrheit. Je eifriger man an die ausnahmslose Richtigkeit eines Sprichwortes glaubt, desto einfacher geht man in einer anderen Situation zu einem gegensätzlichen Sprichwort über (vgl. Arendt 2002, S. 238–239; Arendt 1998, S. 19). Die Abwechslung der Sprichwörter, die sich nebeneinander manchmal als widersprüchlich erweisen müssten, könnte man als *Situationsdogmatik* bezeichnen. Sie besteht darin, dass je nach Bedarf aus dem Gedächtnis Dogmen in Gestalt von Sprichwörtern herausgeholt werden oder sie geraten wiederum in Vergessenheit, sodass eventuelle Widersprüche zwischen ihnen unbemerkt bleiben.

Man kann annehmen, dass die Sprichwörter dadurch entstehen, dass eine kritische Einsicht in das Weltgeschehen, die in einer Aussage ihren Ausdruck findet, sich von dem Kontext ihrer Entstehung löst. Ein Sprichwort entsteht so, dass sich eine Aussage von ihrer Historizität befreit, dass sie sich von der Bindung an die konkreten Umstände ihrer Entstehung trennt (Barthes 2000, S. 277–278), wobei sich gleichzeitig zu dieser Aussage (*signifiant*¹ + *signifié*¹) eine sekundäre Bedeutung (*signifié*²) gesellt, die man „Sprichwörtlichkeit“ nennen könnte – es gesellt sich zu dieser Aussage „Allgemeingültigsein“, „Weisheitsein“ und im Laufe der Zeit „Weisheit-der-Völker-sein“ oder „Erfahrung-der-Vorfahren-sein“. Eine solche Aussage wird dann keiner Begründung mehr bedürfen. Wenn man ein Sprichwort benutzt, erfreut man sich der Tatsache, dass man die Weisheit seiner Ahnen zu Wort kommen lässt, dass man Recht hat, dass man ebenso klug wie die mythischen (idealisierten) Vorfahren ist, und dass Situationen, die sonst uneindeutig wären, eindeutig werden. Die Zusatzbedeutung „Sprichwörtlichkeit“, die sich zu einer Aussage gesellt und sie in eine absolut gültige Wahrheit verwandelt – und dadurch verzeichnet – könnten wir im Anschluss an Roland Barthes *Mythos* nennen. Ein so verstandener Mythos „beseitigt die Kompliziertheit der menschlichen Handlungen, verleiht ihnen die Einfachheit der Essenz, liquidiert jede Dialektik, jeden Übergriff hinter das unmittelbar Anschauliche, er gestaltet die Welt ohne Widersprüche, er verschafft erfreuliche Klarheit“ (Barthes 2000, S. 278). Wenn man die barthessche Auffassung von Mythos und die Rolle der Sprichwörter innerhalb des Weltbildes in Zusammenhang setzt, darf man nicht vergessen, dass sowohl das eine, als auch das andere grundsätzlich ein *Ausdruck der Kategorisierung* (also: der begrifflichen Verarbeitung der Welt) ist, die für die Orientierung in der Welt *unentbehrlich* ist. An dieser Tatsache darf keine Kritik an Mythen, Stereotypen oder Sprichwörtern vorbeigehen. Dabei ist zu betonen, dass – was die Fähigkeit einer kritischen Auseinandersetzung mit Sprichwörtern (sowie Stereotypen) betrifft – jeder Mensch prinzipiell der kritischen Untersuchung seines Sprach- und Kulturgutes fähig ist, was im Zusammenhang mit der oben erwähnten transgressiven Rolle der Sprache, die das Denken möglich macht, steht.

Das Sprichwortgut, das im Rahmen des Weltbildes die Rolle der höchst Allgemeinen Essenz der Wahrheit – und daher die Rolle des höchst Systematischen (wo von einem Paradox keine Rede sein kann) – spielt, ist, genau betrachtet, voll von Widersprüchen. Dies ist das Recht der Kategorisierung, die aus dem radikal Vielfältigen eine Einheit macht. Dies ist auch das Recht des Stereotypes (in diesem Zusammenhang eines Sprichwortbildes), der über die radikale Mannigfaltigkeit und auch Widersprüchlichkeit der Objekte (der einzelnen Sprichwörter), auf die er sich bezieht, hinwegsieht. Noch anders gesagt: dies ist das Recht des menschlichen Erkennungsvermögens, am Allgemeinen (am Bild des Sprichwortes als einer vollkommenen, allgemeingültigen Wahrheit und Weisheit der Ahnen oder der Völker) zu haften und das Konkrete (die konkreten Sprichwörter und die konkreten Lebenssituationen) zu ignorieren. Jedenfalls lassen sich zwischen Sprichwörtern und Sachverhalten in der Welt verschiedene „Spalten“ und „Risse“ finden, wenn man sie einer kritischen Untersuchung unterzieht (Krzyżanowski 1980 S. 44, S. 93–94, S. 133). Wenn man das Sprichwortgut, das als Ganzes für Volksweisheit gehalten wird, auf der Ebene der einzelnen Sprichwörter untersucht, stellt man fest, dass die einzelnen Sprichwörter untereinander manchmal widersprüchlich sind. Es kommt daher, dass sich im Sprichwortgut vielerlei (historisch und kulturell bedingte) Betrachtungsweisen und Ansätze niedergeschlagen haben (Hołówka 1986, S. 136–137), u.a. magisch-fatalistisches Denken (wo die Herrschaft des Schicksals über der Welt anerkannt wird), christliche Volksreligion (wo jedes Unglück als Gottesstrafe für die begangenen Sünden angesehen wird), Humanismus (der mit Emanzipationstendenzen des Menschen und mit dem Mut zu radikalen traditionsfeindlichen Wenden zusammenhängt) usw. Das Sprichwortgut – das im Rahmen des Weltbildes die Rolle der *höchst Allgemeinen Essenz der Wahrheit*, und daher die Rolle des *höchst Systematischen* (also: paradoxen) spielt – ist, wie gesagt, voll von Kontradiktionen, wenn auch versteckten. Dies ist die notwendige Voraussetzung dafür, dass die Sprichwörter dem Menschen Argumente für verschiedene, und daher auch entgegengesetzte Haltungen liefern können.

Die fatalistische Haltung, die mit der Überzeugung verbunden ist, dass man in der Welt gar nichts ändern kann, wird z. B. durch folgendes deutsches Sprichwort gerechtfertigt: *‘seinem Schicksal kann niemand entgehen’*. Den Glauben an die Möglichkeit einer Veränderung zum Besseren und auf die Möglichkeit des aktiven Gestaltens seiner Zukunft, bestätigen Sprichwörter wie *‘jeder ist seines Schicksals Schmied’*, *‘jeder ist seines Glückes Schmied’*, *‘wollen ist können’*, *‘wo ein Wille ist, ist auch ein Weg’*, *‘dem Mutigen gehört die Welt’*, *‘dem Mutigen hilft das Glück’* oder auch das neutestamentliche *‘der Glaube kann Berge versetzen’*. Zum Sprichwortgut kann man greifen, wenn man bestätigen will, *‘alte Liebe rostet nicht’*, aber auch wenn man das Gegenteil bestätigen will: *‘alte Liebe rostet, wenn sie neue kostet’* oder *‘aus dem Leben – aus dem Sinn’*. Man kann Sprichwörter finden, die das Eigene dem Fremden bevorzugen oder umgekehrt: z. B. *‘jedem gefällt das Seine’*, *‘jedem Löffel gefällt sein Stiel’* und *‘aus fremder Küche schmeckt die Suppe gut’*. Man könnte weitere Beispiele der Paradoxie des Sprichwortgutes auflisten und feststellen, dass sich unter Sprichwörtern äußerst schwierig ein Motiv finden lässt, wo die sprichwörtliche Weltanschauung konsequent wäre (Hołówka 1986, S. 132). Durch Sprichwörter kann man äußerst gegensätzliche Haltungen rechtfertigen und sie nach Bedarf ändern und zwar so, dass man beim Vertreten irgendeiner Haltung seine vorhergehenden Haltungen und mit ihnen zusammenhängende Sprichwörter vergessen hat oder vergessen haben will. Dies ist der Grund dafür, dass der gesunde Menschenverstand praktisch nie eine „Erkennungskapitulation“ ausrufen muss, weil er in jeder Situation ein Sprichwort als eine eindeutige allgemeine Regel parat hat (Hołówka

1986, S. 137). Die Paradoxie des Sprichwortgutes könnte dabei über die Wirklichkeit, auf die sich die Sprichwörter beziehen, etwas Wesentliches verraten, und zwar das, dass sie tatsächlich mehr oder weniger ambivalenten Charakter hat. Dies will jedoch der gesunde Menschenverstand nicht wahrhaben, und zwar deswegen, weil eine solche Entdeckung die Vollkommenheit des Sprichwortes in Frage stellen würde, es sei denn, der gesunde Menschenverstand verwandelte selbst diese Entdeckung in eine vollkommene Wahrheit. Dies passiert tatsächlich und es findet seinen Ausdruck in beliebtesten Sprichwörtern oder Maximen der postmodernen Ära, wie etwa: *‘alles ist relativ’*, *‘jeder hat seine eigene Wahrheit’* oder *‘es gibt keine Wahrheit’* (vgl. Barthes 2000, S. 239–271).

Die Opposition gegen den Dogmatismus des Sprichwortes kann sich also selbst in Dogmatismus verwandeln. Anders gesagt: Der Skeptizismus gegenüber aller Verallgemeinerung (darunter gegen die Sprichwörter) kann selbst verallgemeinert werden. R. Barthes sagt in diesem Zusammenhang, dass „der Mythos sich aller Sachen bemächtigen kann, auch der Bewegung, die sich ihm widersetzt“ (Barthes 2000, S. 265, vgl. Arendt 1998, S. 16). Auch der Verlust der Wahrheit kann also zum einzigen „Prinzip“ erklärt werden, was die oben angeführten „postmodernen Sprichwörter“ beweisen, die, sofern dem Verfasser dieses Kapitels bekannt ist, bisher in keine Sprichwörterbücher eingedrungen sind, man kann aber annehmen, dass es nur eine Frage der Zeit ist. Die Konsequenzen der Kritik an Sprichwörtern können also durch ihre Verabsolutierung paradoxer Weise zu neuen Sprichwörtern führen, und zwar so, dass sie sich wieder vom Kontext ihres Entstehens lösen – dass sie verallgemeinert werden. Selbst der Versuch, Extreme zu vermeiden, kann zum Entstehen erstarrter Allgemeinaussagen führen, z. B.: *‘die Wahrheit liegt in der Mitte’*, *‘alles mit Maßen’* oder *‘halte Maß in allen Dingen, so wird dir jedes Werk gelingen’*. Selbst der Versuch, die Vollkommenheit der absoluten Wahrheiten zu mildern, führt also in gewissen Umständen zum Entstehen einer neuen „absoluten Wahrheit“ (zum Entstehen eines neuen wirklichkeitsfeindlichen Grundsatzes), was dem Verzicht auf das Ausüben der menschlichen Urteilskraft, also dem Verzicht auf das unaufhörliche Vermitteln zwischen dem Konkreten und dem Allgemeinen, gleicht.

3 DAS SPRICHWORT ALS AUSDRUCK DER ALLTAGSMETAPHYSIK

Wenn man Sprichwörter für einen besonderen Fall von *Folklore* hält – also für anonyme, spontan hergestellte und im entsprechenden sprachlich-kulturellen Milieu allgemeinverständliche Texte, die dank ihrer ständigen Reproduzierung zu Bestandteilen des sprachlich-kulturellen Systems werden (Bogatyrev, Jakobson 1929, S. 900–913) – kann man sie als eine unmittelbare Offenbarung des Weltbildes anerkennen. Man kann nämlich voraussetzen, dass das, was die gebrauchten Sprichwörter sagen, auch tatsächlich geglaubt wird oder dass es sich dem Menschen von allen möglichen Optionen am stärksten aufdrängt. Anders gesagt: Wenn sich das Weltbild einer Sprach- und Kulturgemeinschaft in sprachlichen Texten und besonders in standardisierten sprachlichen Texten (darunter in – wenn auch widersprüchlichen – Sprichwörtern) offenbart, kann das Weltbild aus diesen Texten mehr oder weniger akkurat rekonstruiert werden. Das Bild des Sprichwortes – also das, wofür das Sprichwort von seinen Trägern gehalten wird oder in einer Zeitperiode wurde – wird daran sichtbar, was die Sprichwörter über sich selbst aussagen. Die Sprichwörter identifizieren sich mit *Weisheit und Wahrheit*: z. B. *‘Sprichwörter sind die Weisheit auf der Gasse’*, *‘Sprichwort, Wahrheit’*.

Wenn man annimmt, dass das Sprichwort vom ausschlaggebenden Teil seiner Träger mit Wahrheit identifiziert wird (oder identifiziert wurde), ist von Bedeutung, welche die meist verbreitete Auffassung von Wahrheit ist (oder in gewisser Zeitperiode war). Auch dies wird an Sprichwörtern, aber auch auf allen anderen Ebenen des populären, gegenwärtigen oder vergangenen Diskurses sichtbar. Die in unserem Sprach- und Kulturraum meist verbreitete Auffassung von Wahrheit – nicht im Sinne einer strengen Definition, sondern im Sinne der wichtigsten konnotativen (also: mehr oder weniger schweigend begleitenden) Bedeutungen – lässt sich durch folgendes Schema wiedergeben:

WAHRHEIT – FERN (VERBORGEN) – DAUERHAFT (EWIG, FEST) – ALLGEMEIN
(VOLLKOMMEN) – SICHER

x

UNWAHRHEIT – NAH (OFFENSICHTLICH) – VERGÄNGLICH (ZEITWEILIG,
WECHSELBAR) –PARTIKULÄR (UNVOLLKOMMEN) – UNSICHER

Viele Argumente liefert in dieser Hinsicht die Lexik: Etwas *einsehen* heißt, etwas Wahrhaftes, was unter dem Oberflächlichen und Täuschenden steckt, zu ergreifen. Analogisch trifft ein *tiefer Gedanke* etwas, was hinter der Oberfläche steckt. *Hinterfragen* heißt wiederum danach zu fragen, was sich hinter dem Scheinbaren, hinter dem Irreführenden verbirgt. Man beachte auch den Begriff die *nackte Wahrheit*, die Redensart *‘die Maske fallen lassen’* oder das Sprichwort *‘im Abgrund wohnt die Wahrheit’*. Dass man sich etwas *vor Augen führen* muss, dass man *mit der Wahrheit herausrückt* oder dass *die Wahrheit aus dem Winkel hervorkommt* setzt ebenso voraus, dass das Wahre im Prinzip fern von der menschlichen Sehweite liegt, dass es verborgen ist. Im Bezug auf die räumliche Dimension dieser konzeptuellen Metapher (Lakoff, Johnson 1980) lässt sich sagen, dass der Unterschied zwischen dem Wahrhaften und dem Unwahrhaften im Unterschied zwischen dem *Fernen* und dem *Nahen* (oder im Unterschied zwischen dem *Offensichtlichen* und dem *Versteckten*) besteht. Im Bezug auf die zeitliche Dimension entspricht der Unterschied zwischen dem Wahrhaften und dem Unwahrhaften dem Unterschied zwischen dem *Dauerhaften* und dem *Vergänglichen* (oder im Unterschied zwischen dem *Ewigen* und dem *Zeitweiligen*), was wieder auf verschiedenen Ebenen des populären Diskurses sichtbar wird, darunter an Sprichwörtern, wie *‘die Lüge geht, die Wahrheit besteht’*, *‘Wahrheit besteht, Lügen vergeht’* oder *‘was lange hält, wird (endlich) gut’*. Sie setzen voraus, dass die Zeit der fortdauernden Wahrheit nicht schadet, sondern ihr vielmehr hilft, weil sie das Unwahrhafte beseitigt.

Neben lexikologischen und parämiologischen Beweisen könnte man auch andere Beweise (z. B. aus der narrativen Folklore) heranziehen, die die Berechtigung der oben aufgezählten denotativen und konnotativen (als formuliertes und als unformuliertes Wissen verstandenen) Bedeutungen der Wahrheit bestätigen würden.

Mit den Konnotationen, die den Begriff der Wahrheit als *unformuliertes Wissen* begleiten und manchmal auch *formuliert* werden (in Denotationen verwandelt werden), hängt die Tendenz zum Unterschätzen oder sogar zum Leugnen des vergänglichen und partikulären Konkreten und zum Haften am dauerhaften, allgemeingültigen und sicheren Allgemeinen zusammen. Man könnte diese Tendenz als *Alltagsmetaphysik* oder als *Volksmetaphysik* bezeichnen. Eine solche Tendenz, die mit der Angst vor dem Wechselbaren, Unsicheren, Unübersehbaren oder dem Chaotischen in Zusammenhang zu setzen ist, kann verschiedene Äußerungen haben, darunter auch systematisch-philosophische Äußerungen: z. B. das archaische Bemühen, die ewigen, einzig wahren Muster, die dem Menschen am Anfang

der Zeit (*in illo tempore*) anvertraut wurden, treu nachzuzahlen; die Lehre von der ewigen Wiederkehr oder die Fixierung des Lebens Jesu Christi im Kalender (also im Zeitkreis); die vorsokratische Suche nach dem ursprünglichsten „Baustein“ der Welt (*arche*), auf den sich das ganze Seiende zurückführen ließe; die Ideenlehre Platons; den gnostischen Dualismus des scheinbaren Diesseits und des einzig wahren, vollkommenen, unveränderlichen Jenseits, der im volkstümlichen Christentum Europas ständig lebhaft ist (vgl. Eliade 1998, Gottfried 1984, Pokorný 1986) usw. Alle diese Beispiele kann man als Ausdruck der Suche nach dem Dauerhaften und Homogenen (und daher Einfachen), das sich hinter dem Flüchtigen und Heterogenen (und daher Komplizierten) verbirgt, betrachten.

Diese Tendenz kann man als eine Flucht vor dem *Chaos* des Konkreten in den *Kosmos* des Abstrakten verstehen, die da gefährlich werden kann, wo die Angst vor dem Chaos die Überzeugungskraft der einzelnen Erfahrungen mit der Welt völlig überwältigt. Für einen der Ausdrücke solcher kognitiv motivierten Alltagsmetaphysik kann man die Überzeugung halten, dass durch Sprichwörter die allgemeine Wahrheit getroffen wird, die die konkreten Lebenssituationen, hinter denen sie sich verbirgt, eindeutig erklären kann. Wie gesagt, zeigt sich die Sehnsucht nach dem *Kosmos* – also nach der Kontrolle über das Weltgeschehen – oft daran, dass die Tatsachen, die mit einem Sprichwort nicht übereinstimmen, verstümmelt oder gelehrt werden. Der Gebrauch des Sprichwortes (so wie andere Äußerungen des metaphysischen Denkens) kann also der Wirklichkeit mehr oder weniger Gewalt antun, indem er die Ambivalenz und Ambiguität einer Situation, deren Eindeutigkeit das Sprichwort bestätigen soll, nivelliert. In der Anwendung des Sprichwortes als eines eindeutigen, allgemeinen „Prinzips“ werden die Momente der Wirklichkeit, die mit ihm nicht übereinstimmen, ausgeschlossen. Mit anderen Worten: Auf Grund des Bemühens, das radikal Mannigfaltige und Wandelbare mit dem einen, einzig wahren „Prinzip“ in Einklang zu bringen, werden ganze Abschnitte der wahrgenommenen Welt ignoriert. Wenn man die Auffassung von Denken in Betracht zieht, wie sie z. B. bei Hannah Arendt zu finden ist, wo das Denken im unaufhörlichen Überprüfen der eigenen Gedanken (Thesen) im Bezug auf die Welt besteht, sodass jedes Ergebnis des Denkens nie als endgültig betrachtet werden kann (Arendt 2002, S. 132–133, S. 235, Arendt 1998, S. 8), wird sich das Sprichwort (als „erstarrter Gedanke“ verstanden) als denkenfeindlich erweisen, indem es durch seine vollkommene Klarheit und Eindeutigkeit weiteres Denken überflüssig macht.

Dies ist kein Versuch, das Sprichwort als eine „Täuschung des Diskurses“ zu entwerten. Es ist eher ein Versuch, seine potentiellen Stärken und Schwächen zu zeigen im Bezug auf das menschliche Vermögen, sich in der Welt zu orientieren. Es wurde hier auf der einen Seite der Versuch unternommen zu zeigen, dass die Suche nach dem Allgemeinen (nach dem Dauerhaften) ein legitimer Ausdruck der Kategorisierungsprozesse, ein legitimer Ausdruck der sprachlichen Verarbeitung der Wirklichkeit (darunter ihrer Einteilung, Systematisierung, Vereinfachung und Immobilisierung) ist. Auf der anderen Seite ist zu betonen, dass mit Sprichwörtern – sowie mit allen Begriffen (Stereotypen) – die Gefahr verbunden ist, die darin besteht, dass sich die Verallgemeinerungen der Sprache von der Wirklichkeit (als radikale Vielfalt verstanden) manchmal soweit loslösen können, dass sie eher zum Hindernis auf dem Weg zu ihrem Erschließen werden.

METAPHERN IN DEN FACHSPRACHEN. DEUTSCHE METAPHERNKOMPOSITA IM WIRTSCHAFTSDEUTSCH IM VERGLEICH MIT IHREN SLOWAKISCHEN ÄQUIVALENTEN

Iveta Kontríková

1 DIE METAPHER IN DER FACHSPRACHE

In den Fachsprachen ist es keine Ausnahme, dass sie außer typischen Einheiten der Fachsprachen – Fachbegriffen – auch weniger typische, aber doch relativ frequentierte Einheiten enthalten, die vor allem in der literarisch kunstvollen und poetischen Sprache oder in der Sprache der Journalistik, häufig aber auch in der Umgangssprache vorkommen, und zwar Metaphern. In diesem Kapitel befassen wir uns mit der Problematik der Metaphern, ihrer Entstehung bzw. Bildung, ihren Arten, mit der Polysemie in Bezug auf Metaphern, mit der Fachlexik (vor allem mit der Fachlexik des Wirtschaftsdeutschen), die Metaphern enthält, mit der Metaphorisierung und der Terminologisierung der Lexeme. Das Ziel ist die grafische Darstellung eines polysemantischen Begriffes und seine Beschreibung im Zusammenhang mit der Metaphorisierung, die Analyse einer lexikalischen Art der deutschen Einwortmetaphern – substantivischer Metaphernkomposita im Fachwortschatz des Wirtschaftsdeutschen, und ihr Vergleich mit ihren slowakischen Äquivalenten.

Um die Prozesse der Metaphernbildung in den Fachsprachen, der Metaphorisierung und der Terminologisierung näher zu behandeln, befassen wir uns in den ersten Teilen des Kapitels mit den wichtigsten sprachwissenschaftlichen Begriffen, die mit der gegebenen Problematik zusammenhängen – Metapher, Metaphorisierung, Terminologisierung, Metaphernbildung. Da eines der Teilziele die Analyse der Metaphernkomposita in der Fachsprache Wirtschaftsdeutsch ist, beginnt der theoretische Teil mit der kurzen Charakteristik der Komposita als Ergebnis der in der deutschen Sprache am meisten frequentierten Wortbildungsart – Komposition.

Der untersuchte Korpus der Metaphernkomposita wurde dem deutsch-slowakischen Fachwörterbuch des Wirtschaftsdeutschen entnommen. Weitere Beispiele im Text stammen aus deutschen Wörterbüchern (Duden) und aus dem Internet.

2 ZUR TERMINOLOGIE – KOMPOSITUM, METAPHER, TERMINOLOGISIERUNG, METAPHORISIERUNG

2.1 KOMPOSITUM

Ein Kompositum ist laut der deutschen Sprachwissenschaft das Ergebnis der Komposition, d.h. eine Zusammensetzung von zwei unmittelbaren Konstituenten – dem Erst- und dem Zweitglied, wobei beide Glieder entweder (freie) Grundmorpheme bzw. freie Morphemkonstruktionen oder Konfixe sein können (vgl. Fleischer und Barz 1995, S. 45). Die Komposition ist die produktivste und häufigste Wortbildungsart des Deutschen und die Wortbildung der Fachtermini ist keine Ausnahme. Umgekehrt kann behauptet werden, dass die Fachbegriffe

sehr oft mittels Komposition gebildet sind. In der Terminologie des Wirtschaftsdeutschen gibt es unterschiedliche Arten der Komposita, die man nach mehreren Kriterien einordnen kann, z. B. nach der Anzahl der Grundmorpheme, der Struktur ihrer unmittelbaren Konstituenten, dem Ursprung der Grundmorpheme oder der unmittelbaren Konstituenten usw. (vgl. Kontríková und Biris 2007, S. 66–68). Einige Komposita der Fachsprache sind zugleich Metaphern, d.h. Metaphernkomposita.

Aber nicht alle Wörter, die mehr als ein Grundmorphem enthalten, sind Komposita. Oft handelt es sich um Derivate. Die Grundlage dieser Derivate sind Komposita, z. B. das Wort *Messestand* entstand auf Grund der Zusammensetzung der Wörter *Messe* und *Stand*, es geht also um ein Kompositum. Aber z. B. die Begriffe *Großhändler* oder *Wettbewerber*, die zwei Grundmorpheme enthalten, sind Suffixderivate der Komposita: *Großhandel* + *-er/Umlaut*, *Wettbewerb* + *-er*.

Im Slowakischen ist die Komposition im Vergleich zum Deutschen nicht so frequentiert. Mittels dieser Wortbildungsart wurden im Slowakischen nur 16% der motivierten Wörter gebildet. Die häufigste Wortbildungsart ist hier die Derivation. Von allen motivierten Wörtern sind 84% Derivate, wovon 48% durch Suffigierung, 24% durch Präfigierung, 10% durch Konversion und 2% durch Suffigierung und Präfigierung oder Suffigierung und Konversion gebildet sind (vgl. Ondrus, Horecký, Furdík 1980, S. 140–141).

2.2 METAPHER

Die Metapher (griechisch μεταφορά „Übertragung“, von *metà pherein* „anderswohin tragen“) ist eine rhetorische Figur, bei der ein Wort nicht in seiner wörtlichen, sondern in einer übertragenen Bedeutung gebraucht wird, und zwar so, dass zwischen der wörtlich bezeichneten Sache und der übertragen gemeinten eine Beziehung der Ähnlichkeit besteht (vgl. <http://de.wikipedia.org/wiki/Metapher>).

Metaphern werden nicht für primäre Spracherscheinungen gehalten. Auf Grund der Philosophie des Denkens kann gesagt werden, dass Menschen mit den Metaphern leben. Das Alltagsleben ist mit den Metaphern fest verbunden, nur wird es nicht bedacht. Die Metaphern findet man nicht nur in der üblichen Konversation, sondern auch in der Belletristik, Poesie und sogar in der Sprache der Wissenschaften (vgl. Polčicová 2007, S. 10).

Die Metaphern sind, ausgehend von ihrer Definition, meistens Mehrworttropen, unter denen eine Beziehung zu einer anderen Bedeutung oder Sache besteht, oder bei denen der Kontext nötig ist, damit man als Leser den Zusammenhang zwischen dem Gegenstand (Denotat) und dem Zeichen (Wort, Benennung) verstehen kann.

Im Zusammenhang mit den Fachsprachen spricht man häufiger über die kognitive Metapher, die in einem wissenschaftlichen Text nichts Fremdes oder Störendes ist. Man kann sogar behaupten, dass ein Text, der Metaphern zulässt, auch Phraseologie zulässt (vgl. Mlacek 2007, S. 66–67). Unter phraseologischen Wendungen, die Texte aus den Wirtschaftszeitungen enthalten, sind auch solche zu finden, die in die Fachsprache einzureihen sind (Olejárová 1999, 7.9)

Es gibt mehrere Typen der Neubedeutungen, die mit unterschiedlichen Typen der Übertragung der Benennungen verbunden sind. Die häufigsten sind die Metaphern, die auf Grund der Übertragung der identischen äußeren Eigenschaften der Gegenstände entstehen, wie z. B. im Slowakischen *kohútik* und seine metaphorisch identische deutsche Entsprechung *Wasserhahn* (vgl. Mlacek 1980, S. 163). Man unterscheidet einerseits poetologische Metaphern, die für einen Text und einen Autor typisch sind und nur in dem einen Text

vorkommen (individuelle oder originelle Metaphern), andererseits Metaphern, die in der Umgangssprache oder Fachsprache benutzt werden, d.h. solche Metaphern, die als Lexeme vorkommen und ihre feste übertragene Bedeutung haben (lexikalisierte Metaphern) (vgl. Mistrík 1997, S. 136).

2.3 METAPHORISIERUNG UND TERMINOLOGISIERUNG

Neubedeutungen und also auch neue Termini können ebenfalls mittels Übertragung der Bedeutungen entstehen. Diese Übertragung wird meistens mittels Tropen realisiert, vor allem als Metapher, Metonymie (Pars pro Toto oder Totum pro Parte) und Synekdoche. Unter Metaphorisierung versteht man die Übertragung der Bedeutungen von einem Begriff auf einen anderen Begriff bzw. Gegenstand, auf Grund der äußeren Ähnlichkeiten, meistens Farbe, Größe, Form usw. (vgl. Masár 1991, S. 191–192). In der Fachsprache der Wirtschaft findet man viele Einwortmetaphern, wie z. B. *Handel, Messe, Kostenlawine, Preisschlachten*, wobei es sich in den meisten Fällen um Komposita handelt, aber auch Mehrwortmetaphern, wie z. B. *lebenswichtige Finanzspritze, Aufhellung der Wirtschaftslage*. Wenngleich es sich um Fachbegriffe der Wirtschaftssprache handelt, findet man in wissenschaftlichen Texten solche Beispiele seltener; charakterischer sind sie für journalistische Texte.

Eine der produktivsten Wortbildungsarten in den Fachsprachen sowohl im Deutschen als auch im Slowakischen ist die Terminologisierung. In der slowakischen Sprachwissenschaft wird diese Art der Entstehung neuer Termini als semantische Wortbildung bezeichnet (vgl. Mistrík und Koll. 1993, S. 451). Unter Terminologisierung versteht man einen Prozess in der Sprache, wobei ein Wort aus der Gemeinsprache den Status eines Terminus gewinnt, so z. B. das Wort *Wasser* – als Flüssigkeit zum Trinken, Waschen usw., und der Terminus *Wasser* in der Terminologie der Physik, der Chemie, der Biologie usw. Auf Grund der Terminologisierung der Wörter aus der Gemeinsprache entstehen interdisziplinäre Homonyme, d.h. homonyme Begriffe, die in mehreren Fächern benutzt werden (vgl. Masár 1991, S. 102, S. 108, S. 150). Als Beispiele im Wirtschaftsdeutschen können die Termini *Markt, Geld, Versicherung* usw. genannt werden.

Die deutschen Autoren zählen die semantischen Prozesse nicht zum Gegenstand der Wortbildung im engeren Sinne, sondern sprechen über mehrere Verfahren der Nominationsbildung, die mit vorhandenem Material operieren, ohne dass sie alle in den Bereich der Wortbildung im engeren Sinne fallen. Eines der Verfahren der Nominationsbildung ist außer dem syntaktischen und morphologisch-strukturellen das semantische Verfahren. Dennoch ist nicht zu übersehen, dass diesem Verfahren für die Bildung neuer Nominationseinheiten größere Bedeutung zukommt, als bisweilen angenommen wird (Fleischer und Barz 1995, S. 7). Die gemeinsprachlichen Ausdrücke werden dabei in Fachbegriffe umgewandelt. Im Wirtschaftsdeutschen kann man viele Beispiele finden – z. B. das Lexem *Kette* (Reihe aus beweglich ineinandergfügten oder mit Gelenken verbundenen (Metall)gliedern und im Wirtschaftsdeutschen z. B. *Handelskette*), *Verbrauch* (Essen, Konsumieren und im Wirtschaftsdeutschen z. B. *Energieverbrauch, staatlicher Verbrauch*).

3 METAPHERNBILDUNG

Die Entstehung der Metaphern kann man mit Hilfe der semantischen Verschiebung des klassischen semiotischen Dreiecks (vgl. Ondruš und Sabol 1984, S. 62) erklären, in dem das Zeichen Z1 eine neue Identität Z2 bekommt, und zwar die Identität eines anderen Begriffes B2 bzw. Gegenstandes G2. Die Zeichen Z1 und Z2 bleiben formell identisch, die Begriffe

B1, B2 und Gegenstände G1, G2 sind einander nicht identisch, man kann hier aber von einer Ähnlichkeit auf Grund bestimmter äußerer Ähnlichkeiten sprechen. Als Beispiel zur näheren Erklärung der Verschiebung der Bedeutungen wählten wir das Lexem *Kette*. In den folgenden zehn Abbildungen sind die klassischen semiotischen Dreiecke dargestellt, mit dem gleichen Zeichen (Form, Wort im Sinne einer Buchstabenkette), aber unterschiedlichen Begriffen und Gegenständen.

Abbildung 1 *Kette Ia*

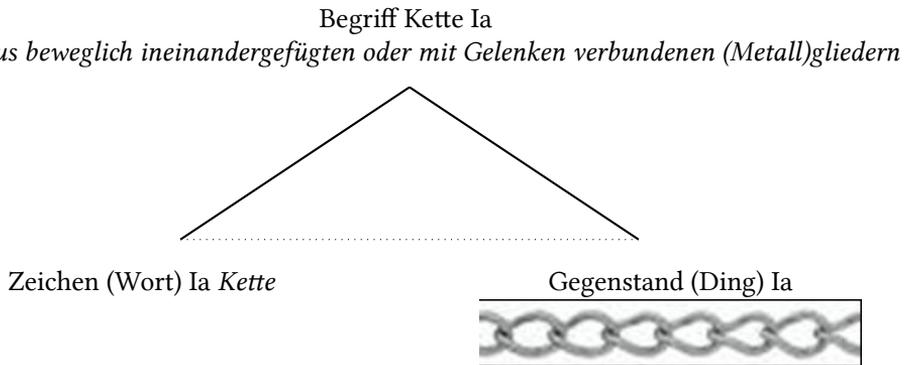


Abbildung 2 *Kette Ib*

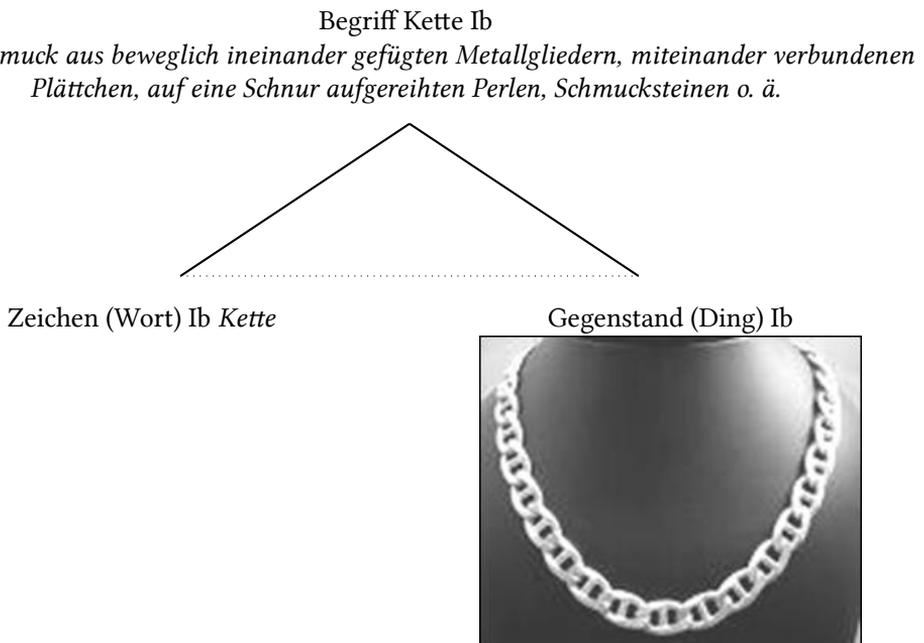


Abbildung 3 *Kette IIa*

Begriff *Kette IIa*
Reihe von Menschen, die sich an den Händen fassen, unterhaken o.ä., die etwas von einem zum anderen geben

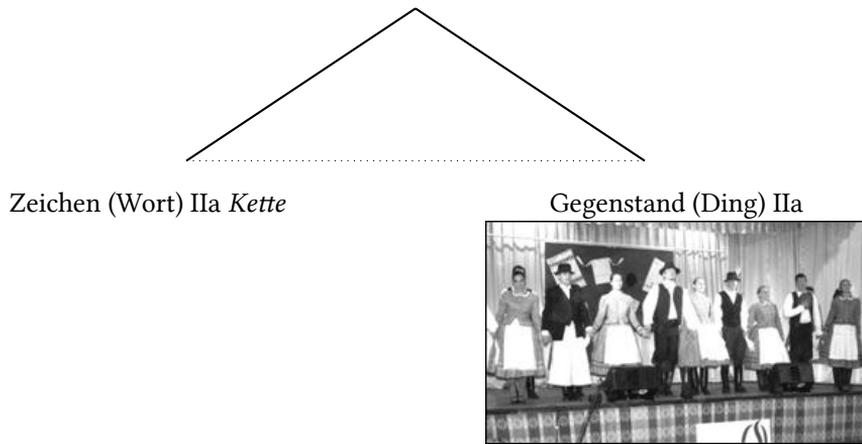


Abbildung 4 *Kette IIb*

Begriff *Kette IIb*
Ununterbrochene Reihe von Gleichartigem

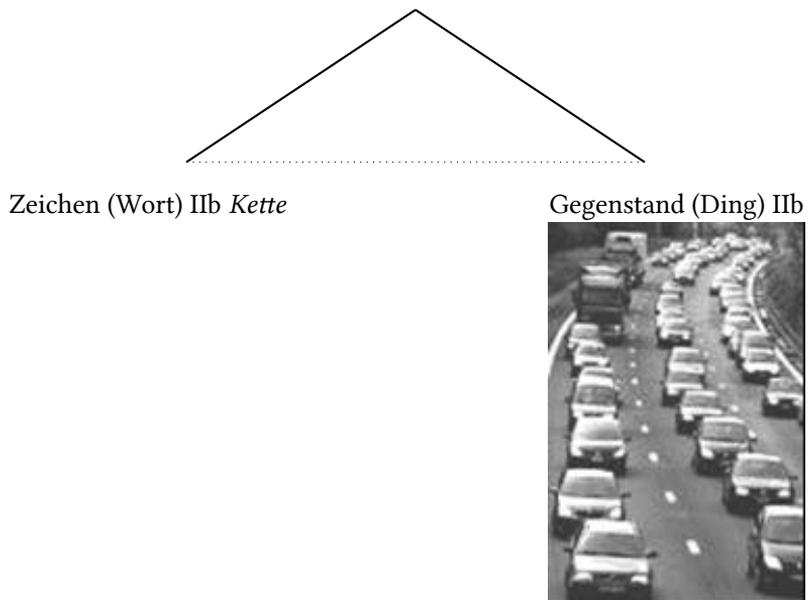


Abbildung 5 *Kette IIc*

Begriff *Kette IIc*
Aufeinanderfolge von gleichartigen Ereignissen, Geschehnissen, Handlungen

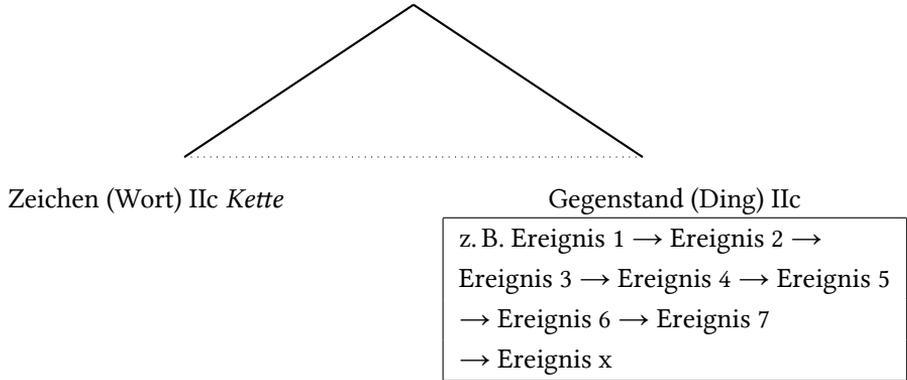


Abbildung 6 *Kette IId*

Begriff *Kette IId*
Mehrere an verschiedenen Orten befindliche Betriebe, die zu einem Unternehmen gehören

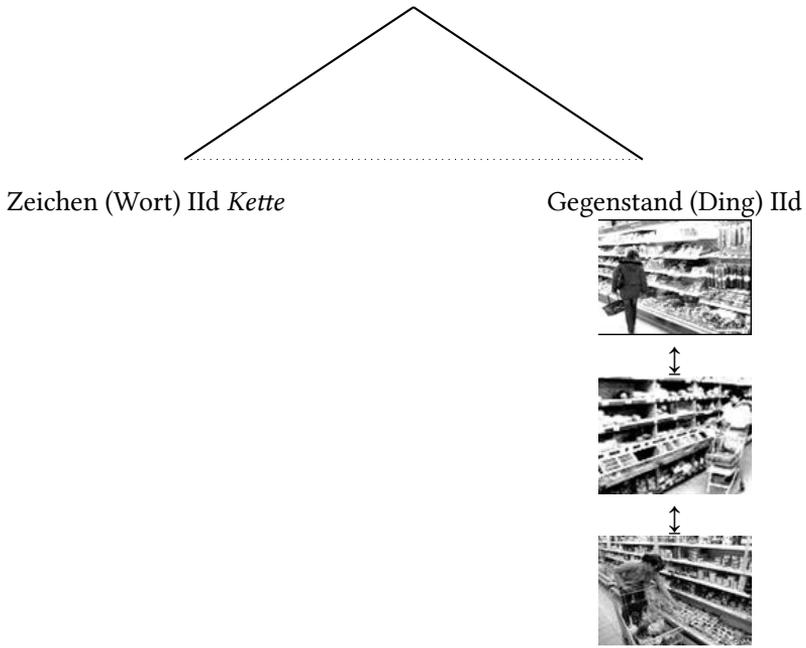


Abbildung 7 *Kette IIe*

Begriff *Kette IIe*
Syntaktisch zusammengehörende Wortgruppe (Sprache der Sprachwissenschaft)

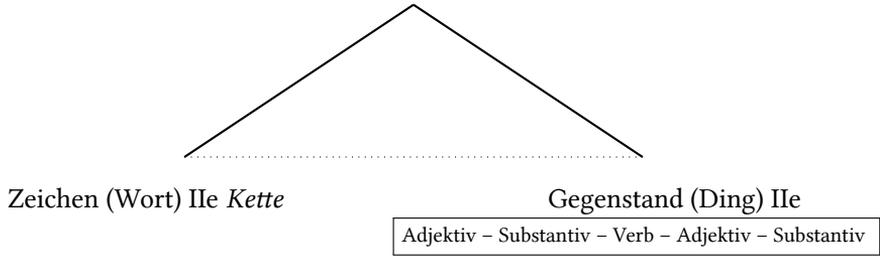


Abbildung 8 *Kette III*

Begriff *Kette III*
In Längsrichtung verlaufende Fäden in einem Gewebe oder in Längsrichtung aufgespannte Fäden auf einem Webstuhl

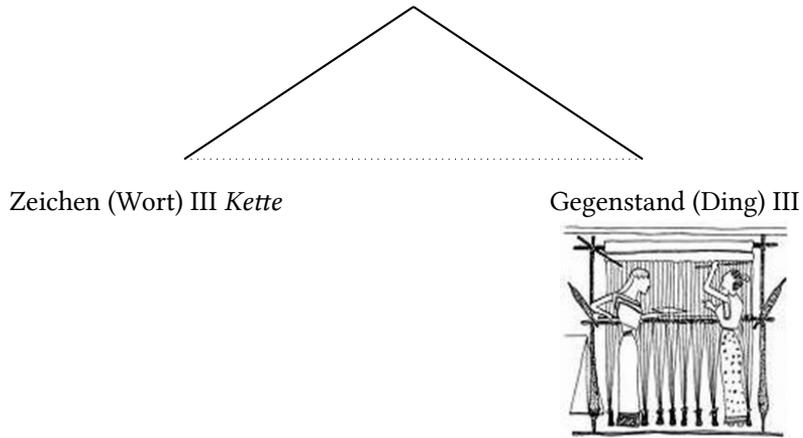


Abbildung 9 *Kette IVa*

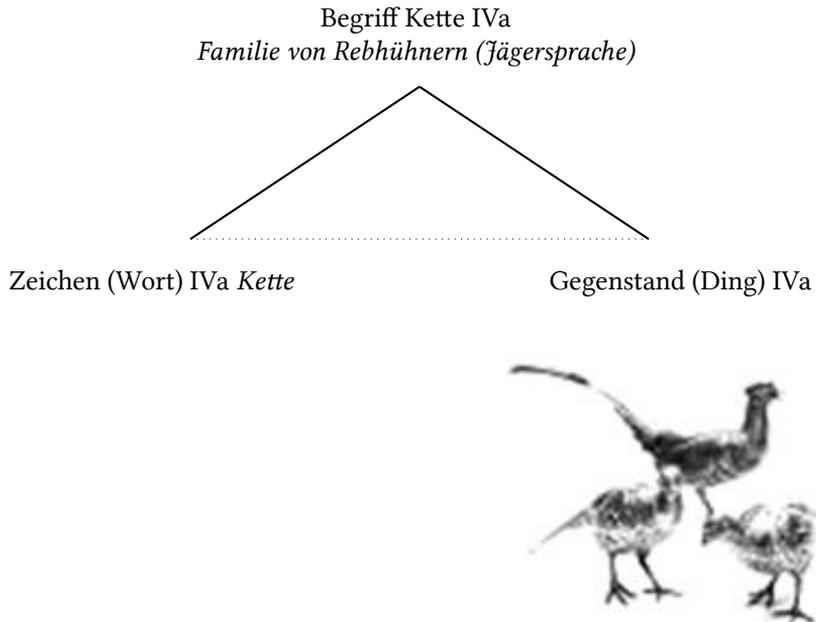
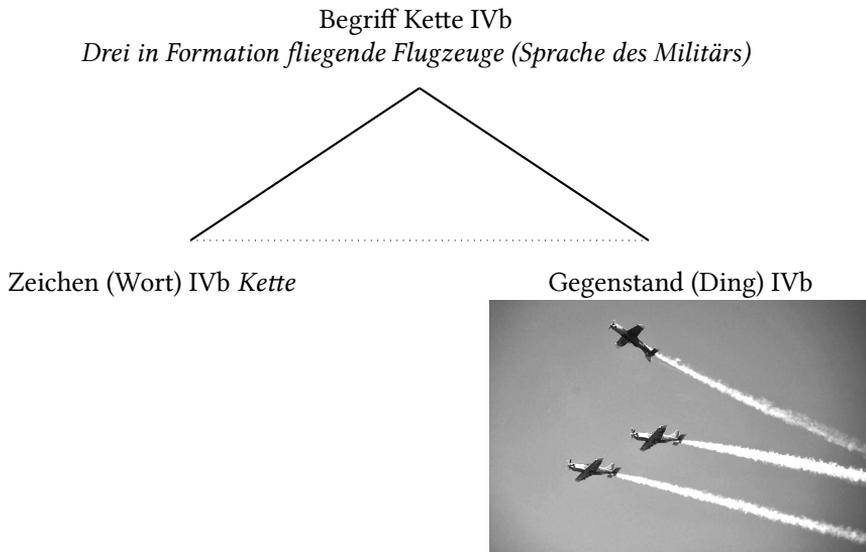


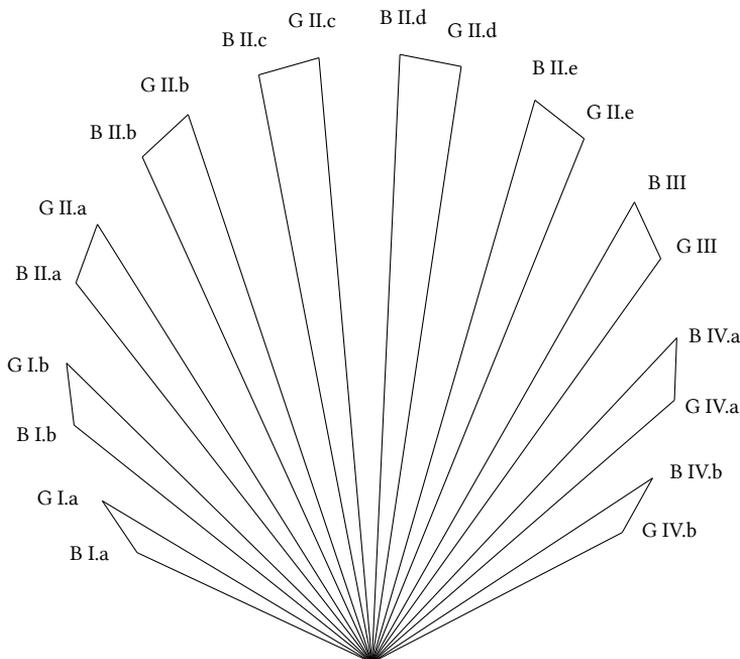
Abbildung 10 *Kette IVb*



Das polysemantische Wort *Kette* hat insgesamt zehn Bedeutungen, die auf Grund der äußeren Ähnlichkeiten eine „Wortkette“ bzw. graphisch dargestellt ein fächerförmiges geometrisches Gebilde von Dreiecken bilden (siehe Abb. 11). Die Dreiecke sind mittels eines Eckpunktes verbunden, der das Zeichen Z als einen Komplex bzw. Schichten von Zeichen 1-10 darstellt. Es bedeutet, dass die semiotischen Dreiecke über den identischen Eckpunkt *Kette* als Reihenfolge von gleichen Graphemen oder Phonemen verfügen, wobei sich die restlichen zwei Eckpunkte der Dreiecke aber gegeneinander unterscheiden. Es gilt, mathematisch dargestellt: $Z = Z1 = Z2 = Z3 = Z4 = Z5 = \text{usw.}$, $B1 \neq B2 \neq B3 \neq B4 \neq B5 \neq \text{usw.}$, $G1 \neq G2 \neq G3 \neq G4 \neq G5 \neq \text{usw.}$, wobei die Symbole Z - Zeichen, B - Begriff und G - Gegenstand darstellen. Zugleich haben aber die Begriffe B1 - B10 und Gegenstände G1 - G10 ein gemeinsames Merkmal - das Merkmal der äußeren Ähnlichkeit, d.h. Nacheinanderfolge von bestimmten Substanzen, Personen, Dingen, Handlungen, Geschehnissen usw.

Das Wort *Kette A1* mit der Bedeutung *Reihe aus beweglich ineinandergefügten oder mit Gelenken verbundenen (Metall)gliedern* ist zeitlich die älteste Bedeutung, also die „Grundbedeutung“, deren Merkmal der „Nacheinanderfolge von bestimmten identischen oder ähnlichen Elementen“ auf weitere andere, einander identische oder ähnliche Elemente übertragen wurde. Von dieser „Grundbedeutung“ des Wortes *Kette* wurde das Zeichen bzw. Benennung *Kette* auf weitere neun Begriffe und Gegenstände verschoben. In der graphischen Darstellung des Prozesses der Verschiebung der Benennung entstand ein fächerförmiges Gebilde des polysemantischen Wortes *Kette*.

Abbildung 11 Ein Fächer von semiotischen Dreiecken der zehn Bedeutungen des Lexems *Kette*



Legende: Z - Zeichen, B - Begriff, G - Gegenstand.

Mittels Übertragung bzw. Verschiebung eines gemeinsamen äußeren Merkmals auf andere Begriffe und Gegenstände entstehen in den Sprachen polysemantische Wörter (vgl. Ondrus, Horecký, Furdík 1980, S. 162).

Gleich wie in den vorherigen Beispielen entstehen die Metaphern auch in der slowakischen Sprache. Als Beispiele kann man die Lexeme *jablko* (*Apfel*) oder *pero* (*Feder, Kugelschreiber*) nennen.

Die zehn polysemantischen Begriffe des Lexems *Kette* haben aber im Slowakischen nicht zehn Entsprechungen des äquivalenten slowakischen Lexems *reťaz*. Das slowakische Äquivalent *reťaz* ist zwar auch ein polysemantischer Begriff, die einzelnen slowakischen Bedeutungen sind aber mit den deutschen nicht (total)identisch. Die slowakischen Wörterbücher führen nur drei Bedeutungen des Lexems *reťaz* an, wovon die erste dem deutschen Begriff Ia entspricht, die zweite den Begriffen IIa, IIb und IIc. Die zweite Bedeutung der slowakischen Metapher *reťaz* entspricht nämlich dem Begriff „Nacheinanderfolge von Personen, Gegenständen oder Erscheinungen in mehr oder weniger ununterbrochener Reihe“ (vgl. Peciar 1959–1968). In dieser Bedeutung wird aber oft das Suffixderivat des Substantivs *reťaz* benutzt – *reťazec*. Im slowakisch-deutschen Wörterbuch findet man als deutsche Entsprechung dieses Begriffes das Wort *Kette* (Juriková et al. 1997, S. 492). Im Vergleich mit dem Begriff *reťaz* wird aber im Slowakischen der Begriff *reťazec* mehr als Fachbegriff benutzt. Der dritte Begriff des Lexems *reťaz* ist als Historismus zu betrachten, mit der Bedeutung *Fessel* (vgl. Majtán 2000). Spezifische Bedeutungen hat aber die slowakische Diminutivbildung *retiazka*. Das Diminutivum hat drei Bedeutungen – 1. kleinere, schwächere Kette (goldene, silberne, Uhrkette) und entspricht den deutschen Bedeutungen *Kette Ia* und *Kette Ib* bzw. dem Diminutiväquivalent *Kettchen*. Die zweite Bedeutung ist *Fessel* und wird vorwiegend als Pluralbildung benutzt *retiazky*. Die dritte Bedeutung ist *eine Art der Strick-, Häckel- oder Sticktechnik*. Die deutschen Wörterbücher führen diese Bedeutung nicht extra an (Duden), aber das slowakisch-deutsche Wörterbuch führt bei dem slowakischen Begriff *retiazka* u.a. die deutschen Entsprechungen *Fessel*, *Kette* (Stricktechnik), *Kettentisch* (Beim Sticken) an.

Die meisten der zehn Bedeutungen des Lexems *Kette* werden in der Gemeinsprache verwendet, einige verstehen sich ausschließlich als Fachbegriffe. In der Gemeinsprache werden die Bedeutungen der polysemantischen Wörter mittels Kontext bestimmt. Ohne Kontext muss erklärt werden, um welche Bedeutung des Zeichens *Kette* es sich handelt, z. B. im Wörterbuch. Im Duden findet man vier Gruppen von Bedeutungen des Zeichens *Kette*, die in weitere Untergruppen untergliedert werden. Die erste Gruppe bilden zwei Begriffe – der Grundbegriff – *Reihe aus beweglich ineinandergefügten oder mit Gelenken verbundenen (Metall)gliedern* und *(Hals)schmuck aus beweglich ineinander gefügten Metallgliedern, miteinander verbundenen Plättchen, auf eine Schnur aufgereihten Perlen, Schmucksteinen o. ä.* Es gibt hier einen großen äußeren Ähnlichkeitsgrad zwischen beiden Bedeutungen, der Unterschied besteht nur im Material und Zweck des Gegenstandes. Beide können auch als Fachbegriffe benutzt werden, der erste z. B. in der Fachsprache der Technik (Maschinenbau, aber auch Lebensmittelproduktion usw.), der zweite in der Fachsprache der Schmuckerzeugung, -verkauf usw.

In der zweiten Gruppe mit fünf Untergruppen ist der Grad der äußeren Ähnlichkeit niedriger. Die *Kette* ist hier mehr als ein Symbol von Verkettung von: 1. Menschen, 2. Gegenständen, 3. Ereignissen, 4. Betrieben, Unternehmungen, 5. syntaktischen Einheiten zu verstehen. Die ersten vier Wörter werden auch in der Gemeinsprache benutzt, aber alle

fünf sind vor allem Fachbegriffe in den folgenden Fachdisziplinen: 1. Tanz, 2. Verkehr, 3. Chemie, 4. Wirtschaft, 5. Sprachwissenschaft.

In der dritten Gruppe befindet sich nur eine Bedeutung – *in Längsrichtung verlaufende Fäden in einem Gewebe oder in Längsrichtung aufgespannte Fäden auf einem Webstuhl* – ein Fachbegriff der Textilfachsprache. Der Ähnlichkeitsgrad hat in dieser Bedeutung einen noch niedrigeren Wert.

Die vierte Gruppe bildet ein Fachbegriff der Jägersprache (Rebhühnerfamilie) und ein Begriff der Sprache des Militärs (Flugzeugformation). Der äußere Ähnlichkeitsgrad des Merkmals „Nacheinanderfolge“ hat in diesen zwei Begriffen den niedrigsten Wert.

Bei den polysemantischen Wörtern bzw. multidisziplinären Fachbegriffen entschlüsselt der Empfänger des Textes (der Information) im Rahmen der Kommunikation die richtige Bedeutung des Begriffes aus dem Kontext. Wenn der Sender des Textes (der Information) ganz präzise die Bedeutung eines polysemantischen Begriffes ausdrücken will, kann er den Begriff näher spezifizieren, z. B. mit Ergänzung eines Prädikats oder mit Hilfe der Bildung eines Kompositums, dessen eine unmittelbare Konstituente der gegebene polysemantische Begriff ist. Auf diese Art und Weise werden die polysemantischen Wörter nicht nur von anderen unterschieden, sondern sie können auch ein weiteres spezifisches Merkmal des Gegenstandes ausdrücken. Als Beispiele kann man im Zusammenhang mit den vorherigen Beispielen des polysemantischen Wortes (Begriffes) *Kette* folgende Präzisierungen nennen:

Kette Ia: *feste Kette, süße Kette, Bremsenkette, Fahrradkette, Motorkette, Metallkette, Plastik-kette, Sägekette, Schneeketten* usw.

Kette Ib: *goldene Kette, Bronzekette, Frauenkette, Kinderkette, Korallenkette, Männerkette, Muschelkette, Silberkette, Seilkette, Schmuckkette, Zinkkette* usw.

Kette IIa: *Fußgängerkette, Kinderkette, Läuferkette, Menschenkette, Polizeikette, Reiterkette, Soldatenkette, Tänzerkette* usw.

Kette IIb: *Baumkette, Bilderkette, Lichterkette, Mauerkette, Schilderkette, Sternenkette, Waggonkette* usw.

Kette IIc: *Explosionskette, Feierkette, Gewinnkette, Kriegskette, Lawinenkette, Mordkette, Unfallkette, Urlaubskette* usw.

Kette IId: *Einzelhandelskette, Firmenkette, Geschäft(s)kette, Großhandelskette, Handelskette, Unternehmenskette* usw.

Kette IIe: *Wortkette*

Kette III: *Fadenkette*

Kette IVa: *Rebhühnerkette (Synonym: Rebhühnerschar)*

Kette IVb: *Flugzeugkette*

4 METAPHERARTEN IN DEN FACHSPRACHEN

In den Fachsprachen kann man vorwiegend über zwei Arten von Metaphern sprechen (vgl. <http://de.wikipedia.org/wiki/Metapher>):

Tote Metaphern – deren metaphorischer Charakter nicht mehr bewusst ist, z. B. *Tisch-bein, Handschuh* (Gegenbegriff: lebende Metaphern).

Lexikalisierte Metaphern – Tote Metaphern, die als Zweitbedeutung in den Wortschatz eingegangen sind. Beispiel: *Schloss* (Burg, die ein Tal „abschließt“).

4.1 METAPHERN IN DER FACHSPRACHE DER WIRTSCHAFT

Die gleiche Bildung der Metaphern und also der Neubedeutungen des gleichen Lexems, wie es im Teil 2 dargestellt ist, findet man häufig auch in der Fachsprache der Wirtschaft. Oft sind das Mehrwortmetaphern, wie z. B. *die Sprache ist Visitenkarte einer Firma, Lebenszyklus eines Unternehmens, Renaissance des E-Commerce* usw. Die Einwortmetaphern sind häufig Komposita, d.h. Wörter, die mindestens zwei, aber auch mehrere Grundmorpheme enthalten. Eine solche Art der Metaphern nennt man Metaphernkomposita. In der deutschen Fachsprache der Wirtschaft sind sie hochfrequentiert, in der slowakischen sind sie weniger häufig, was sich aus dem Wortbildungspotenzial beider Sprachen ergibt.

5 METAPHERNKOMPOSITA

Laut Fleischer und Barz (1995, S. 99) werden Komposita mit metaphorischen Erscheinungen als Metaphernkomposita bezeichnet. Die Autoren unterscheiden zwischen den folgenden Arten:

- komparativ-exozentrische Komposita, die als Ganzes metaphorisiert sind (*Augenblick, Fuchsschwanz*),
- komparativ-endozentrische Komposita, in denen das Erstglied der Bildempfänger und das Zweitglied Bildspender ist (*Informationsflut, Kostenlawine*). Das Erstglied kann dabei ohne metaphorisch-expressive Charakteristik für das Ganze stehen, was für Determinativkomposita bekanntlich ungewöhnlich ist,
- komparativ-endozentrische Komposita, in denen das Zweitglied der Bildempfänger und das Erstglied Bildspender ist (*Sackgasse, Schmutzliteratur*),
- Komposita mit ausgewogenem Verhältnis semantischer Gleichwertigkeit zwischen den unmittelbaren Konstituenten (*Ölpest*), in denen das Erstglied nicht ohne weiteres mit dem Bildempfänger gleichzusetzen ist,
- expressive Personenbezeichnungen mit metaphorischen Tier- oder Gegenstandsbenennungen (*Bücherwurm, Glückspilz*).

Das Gebiet meiner Forschung der Metaphernkomposita stellen die substantivischen Komposita dar, die zugleich Bestandteile der Fachterminologie sind, auch wenn laut der kognitiven Theorie der Metapher Lakoff und Johnson (1980) die Metaphern in den Fachsprachen als nicht nur selbstständige Sprachmittel wahrnehmen, weil der Kontext dabei eine wichtige Rolle spielt (vgl. Polčicová 2006, S. 11–14). Über die toten und lexikalisierten Kompositionsmetaphern kann aber behauptet werden, dass sie als Fachbegriffe auch ohne Kontext ihre feste gleiche Bedeutung haben, z. B. *Schwarzmarkt, Flautejahr, Blindtest, Blitzprüfung* usw.

6.1 METAPHERNKOMPOSITA IN DER FACHSPRACHE WIRTSCHAFTSDEUTSCH

In der Fachsprache Wirtschaftsdeutsch findet man ausgehend von der Klassifizierung nach dem Kriterium der „Festbedeutung“ der Metaphern folgende Beispiele der Metaphernkomposita:

Tote Metaphern, z. B. *Banknote, Volksbank, Volkswagen, Buchhaltung*.

Lexikalisierte Metaphern, z. B. *Kettenhandel, Netzgeld, Wirtschaftskreislauf, Wertpapier*.

Viele Metaphernkomposita, die als lexikalisierte oder auch tote Metaphern bezeichnet werden, haben das metaphorische Merkmal nur in einer der unmittelbaren Konstituenten. Metapherische Konstituente kann die erste, aber auch die zweite unmittelbare Konstituente sein, z. B.

- die ersten metaphorischen Konstituenten: *Anreiz, Netz, Kette, Kopf, Luft, Reife, Pilot* in Komposita: *Anreizlohn, Netzgeld, Kettenhandel, Kopffiliale, Luftfracht, Reifeprüfung Pilotprojekt,*
- die zweiten metaphorischen Konstituenten: *Hand, Kreislauf, Papier, Spielraum, Spitze, Kraft, Verkehr* in: Komposita *Privathand, Wirtschaftskreislauf, Wertpapier, Arbeitsspielraum, Arbeitsspitze, Arbeitskraft, Postzahlungsverkehr.*

Nach der Klassifizierung laut Fleischer und Barz kann man im Wirtschaftsdeutschen folgende Arten der Metaphernkomposita finden:

- komparativ-exozentrische Komposita, die als Ganzes metaphorisiert sind (*Papierkrieg, Ruhestand, Treuhand*),
- komparativ-endozentrische Komposita, in denen das Erstglied der Bildempfänger und das Zweitglied Bildspender ist (*Bedürfnispyramide, Altersgrenze*). Das Erstglied kann dabei ohne metaphorisch-expressive Charakteristik für das Ganze stehen, d.h. *Bedürfnisse, Alter*,
- komparativ-endozentrische Komposita, in denen das Zweitglied der Bildempfänger und das Erstglied Bildspender ist (*Plastikgeld, Schattenwirtschaft*).

Die deutschen Metaphernkomposita des Wirtschaftsdeutschen können die einzelnen unmittelbaren Konstituenten, die die Träger des metaphorischen Merkmals sind, aus mehreren Bereichen haben (vgl. Höppnerová 2004). Von diesen Bereichen kann man in Fachbegriffen-Komposita des Wirtschaftsdeutschen mehrere Beispiele der Motivation finden. Die unmittelbare Konstituente, die das ganze Kompositum metaphorisiert, ist immer eine Metapher, d.h. sie selbst hat schon eine übertragene Bedeutung.

A. DIE ERSTE UNMITTELBARE KONSTITUENTE IST AUS DEM BEREICH:

1. Naturwissenschaften:

- Botanik (*Kernfrage, Kernbereich, Kerngesellschaft, Stammkapital, Zweigstelle*)
- Farbenbezeichnung (*Schwarzarbeit, Blaupause*)
- Geographie (*Insellösung, Spitzenmanagement*)
- Maßeinheiten (*Dutzendware, Kilometergeld*)
- Physik (*Echoeffekt, Krafffahrer, Kraftverkehr, Wellpappe*)
- Wetter (*Blitztest, Blitzprüfung, Blitzumfrage, Kaltmiete*)
- Zoologie (*Federführer, Kuhhandel, Lockvogelangebot, Lockvogelwerbung, Mammutgesellschaft*)

2. Mensch und Leben

- Eigenschaften der Menschen (*Stillhalter*)
- Ernährung (*Konsumelektronik*)
- Kleiderstück (*Manteltarif, Mantelfirma*)
- Körper (*Handbuch, Kopfbogen, Kopffiliale, Kopfsteuer, Kopfteil, Sichteinlagen, Stimmzettel*)
- Personenbezeichnung. Das ganze Kompositum bezeichnet aber keine Person. (*Muttergesellschaft, Mutterunternehmen, Tante-Emma-Laden, Tochtergesellschaft, Tochterunternehmen*)
- Sport (*Auslaufdatum, Staffgebühren*)
- Tätigkeiten der Menschen (*Spielraum*)

3. Bauen, Haus, Wohnen
 - Bauwesen (*Dachfonds, Dachmarke, Kaskadenbesteuerung*)
 - Haus und Wohnen (*Haushaltslücke, Bezugsquelle, Kellerwechsel, Speicherverwalter*)
4. Geisteswissenschaften und Kunst:
 - Kirche, Religion (*Messestand, Messegelände*)
 - Malerei (*Bildmedium, Farbeffekt*)
5. Dienstleistungen:
 - Medizin (*Belebungs-effekt, Blindtest*)
 - Militär (*Kampfpfeis*)
 - Post (*Briefschulden*)
6. Andere Bereiche
 - Buchwesen (*Buchgeld, Buchhalter*)
 - Ort, Platz (*Grenzpreis*)
 - Schreibwesen (*Ausschreibungsbedingung*)
 - Technik (*Schlüsselposition*)
 - Theater (*Kulissenmakler*)
 - Verpackung (*Schachtelgesellschaft*)

B. DIE ZWEITE UNMITTELBARE KONSTITUENTE IST AUS DEM BEREICH:

1. Naturwissenschaften:
 - Bewegung, Orientierung (*Arbeitskräftewanderung, Ausgabekurs, Bankkontenbewegung, Banknotenumlauf, Bedarfsschwankung, Bevölkerungsbewegung, Kapitalabwanderung, Kapitaleinkünfte, Kapitalrückwanderung, Kassensturz, Kontrakteinkommen, Kompetenzüberschreitung, Kompetenzübertragung, Konjunkturaufschwung, Materialzugänge, Steuerflucht*)
 - Botanik (*Abonnenstamm, Amtsblatt, Bankstammdaten, Bankzweigstelle, Wirtschaftsblütezeit*)
 - Chemie (*Kapitalverwässerung, Kontoauflösung*)
 - Erdoberfläche (*Bauland, Bestimmungsland*)
 - Geographie (*Angebotsüberhang, Bedarfsspitze, Leistungsebene, Kapazitätsengpass, Kapazitätsgebirge, Kapazitätsüberhang, Kapitalfluss, Kapitalzufluss, Kreditbedarfsspitze, Materialfluss*)
 - Geometrisches Gebilde (*Benutzerkreis, Angebotskurve, Arbeitskreis, Betragsaufrundung, Betragsabrundung, Inflationsspirale*)
 - Klima und Wetter (*Absatzflaute, Konjunkturklima, Konjunkturabkühlung*)
 - Natur (*Deckungsquellen, Käuferflut*)
 - Physik (*Abwertungsdruck, Arbeitskraft, Arbeitsgang, Anrechtsschein, Aufwertungsdruck, Betriebseinheit, Jobrotation, Kapitalstrom, Kassendifferenz, Konjunkturüberhitzung, Leistungsniveau, Lohnskala, Marktlastizität, Spekulationswelle, Streikwelle*)

- Zoologie (*Absatzrenner*)
 - Wetter (*Arbeitsklima, Betriebsklima, Tagestief*)
 - Zeit (*Bedarfsspanne*)
2. Mensch und Leben
- Ernährung (*Bedarfsättigung, Machthunger, Marktübersättigung*)
 - Personen- und Berufsbezeichnung. Das ganze Kompositum bezeichnet aber keine Person. (*Konzerntochter, Kursläufer, Ladenhüter, Lagerhüter*)
 - Spiel (*Antwortkarte, Bankomatkarte*)
 - Sport, Sportplatz (*Berufswettkampf, Unternehmerlaufbahn*)
 - Textilie und Kleiderstück (*Aktienmantel, Anleihemantel, Bankennetz, Eigenkapitaldecke*)
 - Verpflegung, Gastwirtschaft (*Betriebswirt*)
3. Bauen, Haus, Wohnen
- Architektur und Bauwesen (*Arbeitseingang, Ausfuhrisikodeckung, Ausfuhrsperr, Bankdeckung, Bankhaus, Banknebenstelle, Belegschaftsabbau, Bereitstellungsplafond, Beschäftigtenabbau, Bevölkerungsaufbau, Distributionskanal, Kreditplafondierung*)
 - Haus und Wohnen (*Abweichungsschwelle, Adressfenster, Betriebsküche, Bettenhaus, Handelskammer, Krisenherd, Maklerkammer, Seuchenherd*)
 - Möbel (*Anlagespiegel, Eigenkapitalpolster, Lagerspiegel, Mietspiegel, Minister sessel*)
4. Geisteswissenschaften und Kunst:
- Kirche, Religion (*Auslandsmesse*)
 - Psychologie (*Arbeitsmarktverhalten, Belegzwang, Kaufverhalten, Marktverhalten*)
5. Dienstleistungen
- Medizin (*Konjunkturbelebung, Arbeitshygiene, Ausfuhrbelebung, Berufspflichtverletzung, Betriebsblindheit, Computervirus, Eigentumsverletzung, Kapitalspritze*)
 - Militär (*Beraterstab, Betriebskantine*)
 - Post (*Aktienpaket, Aktionärsbrief, Bankbriefkasten, Bewerbungsbrief*)
 - Schule (*Abnahmezeugnis*)
 - Verkehr (*Abrechnungsverkehr, Amtsweg, Beförderungsweg, Berufsweg, Datenverkehr*)
6. Andere Bereiche:
- Ort, Platz (*Abnehmerland, Absatzmarkt, Arbeitsmarkt, Arbeitsraum, Aktivseite, Arbeitsplatz, Armutsgrenze, Beleihungsgrenze, Betragsobergrenze, Bildungslücke*)
 - Schreibwesen (*Benachrichtigungsschreiben, Anlagepapiere*)
 - Staat, Regierung, Politik (*Betriebsverfassung, Betriebspolitik*)
 - Technik (*Inflationsschraube, Kapitalabfluss, Kostenschlüssel*)
 - Veränderung, Wechsel (*Bankwechsel, Datumwechsel*)
 - Verpackung (*Schaukasten*)

Auch beide unmittelbaren Konstituenten können Metaphern sein, z. B. *Nachwuchskräfte, Herberge, Gutschein, Eidgenossen (cenné papiere emitované vo Švajčiarsku), Eilbote*.

7 FREMSPRACHIGE ÄQUIVALENTE DER DEUTSCHEN METAPHERNKOMPOSITA AUS DER FACHSPRACHE DES WIRTSCHAFTSDEUTSCHEN

7.1 SLOWAKISCHE ÄQUIVALENTE

Laut manchen Autoren ist die wortwörtliche Übersetzung der deutschen Metaphern ins Slowakische gar nicht möglich. Vor allem bei kongnitiven Mehrwortmetaphern der Fachsprachen, die dort nicht nur als selbstständige Spracheinheiten zu betrachten sind, weil man bei ihnen auch spezifische Denkstrukturen in Betracht ziehen muss – z. B. die Metapher *Markt – das Nervenzentrum der Wirtschaft* (vgl. Polčicová 2006, S. 13). Bei Metaphernkomposita ist das aber nicht der Fall. Im Slowakischen kann man häufig wortwörtliche Äquivalente der deutschen Metaphernkomposita (und umgekehrt) finden, die einerseits die gleiche metaphorische Bedeutung haben, andererseits aber keine Wortbildungsäquivalenz aufweisen. Als Beispiele kann man folgende Metaphernkomposita und ihre slowakischen Äquivalente anführen:

- *Schwarzmarkt* – *čierny trh*,
- *Schattenwirtschaft* – *tieňové hospodárstvo*,
- *Arbeitskraft* – *pracovná sila*.

In diesen Beispielen handelt es sich in beiden Sprachen um Metaphern. Die Entsprechungen der deutschen Komposita sind im Slowakischen meistens Mehrwortbegriffe. In den deutschen Beispielen sind in den ersten zwei Komposita die Träger der Metaphorisierung des ganzen Kompositums die ersten unmittelbaren Konstituenten *Schwarz-* im Sinne von „illegal“ und *Schatten-* im Sinne von „etwas, was man nicht klar sehen kann, was man (vor den Augen der Öffentlichkeit bzw. des Rechtswesens) verstecken will“, in dem dritten Beispiel die zweite Konstituente *-kraft* im Sinne von „Mensch, der Arbeit leistet“. Die Wörter *schwarz*, *Schatten* und *Kraft*, die in den Begriffen metaphorische Bedeutung haben, sind als Metaphern auch in anderen Komposita Träger des metaphorischen Merkmals. Das Adjektiv *schwarz* kann dabei zwei unterschiedliche metaphorische Merkmale aufweisen: 1. *schwarz* im Sinne von „illegal“, z. B. *Schwarzarbeiter, Schwarzarbeiterin, Schwarzbrennerei, Schwarzfahrer, SchwarzfahrerIn, Schwarzfahrt, Schwarzgeld, Schwarzhandel, Schwarzhändler, SchwarzhändlerIn, Schwarzmarktpreis, Schwarzsender* (alle genannten metaphorischen Komposita können als Begriffe in der Fachsprache Wirtschaftsdeutsch benutzt werden) 2. *schwarz* im Sinne von „Farbe“, die in der Verbindung mit einem weiteren Grundmorphem eine neue Bedeutung bekommt, z. B. *Schwarzkittel, Schwarzkünstler, SchwarzkünstlerIn, Schwarzmalerei, Schwarzpulver, Schwarzrock, Schwarzseher, SchwarzseherIn, Schwarzseherei, Schwarzwild, Schwarzwurzel* (es handelt sich um keine Fachbegriffe aus dem Wirtschaftsdeutsch). Die Metaphernkomposita mit dem Teil „Schatten“ sind im Vergleich mit den Komposita mit dem Teil „schwarz“ nicht so frequentiert; im Wirtschaftsdeutsch findet man die folgenden Begriffe: *Schattenhaushalt, Schattenkabinett*, in anderen Fächern die Begriffe *Schattenseite* und *Schattendasein*. Zu den Fachbegriffen des Wirtschaftsdeutsch mit dem metaphorischen Teil „-kraft“ gehören Termini, wie z. B. *Finanzkraft, Halbzeitkraft*. Mehrere Komposita haben den metaphorischen Teil „Kraft-“ in der ersten unmittelbaren Konstituente, z. B. *Kraftfahrzeug, Kraftfahrer, Kraftverkehr, Kraftwerk, Kraftloserklärung*.

Das Gleiche gilt für ihre slowakischen Entsprechungen *čierny (trh)*, *tieňové (hospodárstvo)* und *(pracovná) sila*, die eigentlich die wortwörtlichen Übersetzungen der deutschen Begriffe sind.

In der exzerpierten Literatur kommen folgende Arten der Äquivalente der deutschen Metaphernkomposita der Fachsprache Wirtschaftsdeutsch vor:

Tabelle 1 Arten der Äquivalente der deutschen Metaphernkomposita mit Beispielen

Deutsches Metaphernkompositum	Slowakisches Äquivalent	Art des slowakischen Äquivalentes
Formblatt	formulár	nichtmetapherische
Gewährträger	ručiteľ	Einwortbegriffe
Großhandel	velkoobchod	metapherische Einwortbegriffe
Gesetzgeber	zákonodarca	
Großverbraucher	velkospotrebitel'	
Geschäftsleben	obchodná činnosť	nichtmetapherische
Fahrzeughalter	majiteľ vozidla	Zweiwortbegriffe
Finanzkraft	finančný potenciál	
Freibetrag	nezdaniteľná suma	
Freistück	výtlačok zadarmo	
Gesamthaushalt	celkový rozpočet	
Habenzinsen	kreditné úroky	
Festangebot	záväzná ponuka	
Terminreue	dodržovanie termínov	
Flugliniennetz	letecká sieť	metapherische Zweiwortbegriffe
Forderungsübergang	prevedenie pohľadávky	
Fremdenverkehr	cestovný ruch	
Gehaltsgrenze	platová hranica	
Geldbewegung	pohyb peňazí	
Geldkreislauf, Geldumlauf	obeh peňazí	
Gesellenbrief	výučný list	
Gesetzumgehung	obchádzanie zákona	
Gewinnschwelle	prah zisku	
Geldverkehr	peňažný styk	
Gerichtsweg	súdna cesta	
Gewinnzuwachs	prírastok zisku	
Tochtergesellschaft	dcérska spoločnosť	
Flaschenhals	úzky profil	vollmetapherische
Geschäftskreise	obchodné kruhy	Zweiwortbegriffe
Finanzierungslücke	medzera vo financovaní	metapherische präpositionale Zweiwortbegriffe
Fortkommen	úspech v kariére	nichtmetapherische
Gummiaktien	akcie gumárenských podnikov	Dreiwortbegriffe
Halbtagskraft	pracovník na polovičný úväzok	
Geisterfahrer	vodič jazdiaci v protismere	nichtmetapherische präpositionale Dreiwortbegriffe
Hauptbuchunterlagen	hlavné účtovné doklady	
Gastarbeiter	zahraničné pracovné sily	metapherische Dreiwortbegriffe
Grenzzinssatz	hraničná úroková sadzba	
Gewerbefreiheit	sloboda v živnostenskom podnikaní	metapherische präpositionale Dreiwortbegriffe

7.2 AUSGEWÄHLTE ÄQUIVALENTE DER METAPHERNKOMPOSITA DES WIRTSCHAFTSDEUTSCHEN IN ANDEREN FREMDSPRACHEN

Auch in anderen Sprachen findet man gleiche Metaphern oder sogar Metaphernkomposita als wortwörtliche Äquivalente der Begriffe *Schwarzmarkt*, *Schattenwirtschaft* und *Arbeitskraft*. Im Englischen *black market*, im Französischen *marché noir*, im Italienischen *mercato nero*, im Spanischen *mercado negro*, im Rumänischen *piata neagra*, im Ungarischen *feketepiac*, im Russischen *чёрный рынок*, im Polnischen *czarny rynek*, im Tschechischen *černý trh*. Ähnlich ist das mit dem Begriff *Schattenwirtschaft* – englisch *shadow economy*, französisch *économie de l'ombre*, rumänisch *conomie din umbra*, russisch *теневое хозяйство*, ungarisch *árnyékgazdaság*, tschechisch *stínová ekonomika*, italienisch aber *l'economia sommersa*, spanisch *la economía sumergida*, polnisch aber *gospodarka oparta o pracę na czarno*. Der Begriff *Arbeitskraft* hat in einigen vorher genannten Sprachen wortwörtliche metaphorische Entsprechungen, in den anderen nicht, deshalb kann man hier auch teilweise über metaphorische Äquivalente sprechen. Im Englischen gibt es drei metaphorische Entsprechungen *labour force* und *work force*, aber außerdem auch weitere synonyme Begriffe (Komposita) wie *man-power*, *manpower*. Im Französischen *force de travail*, im Spanischen *la fuerza laboral*, im Rumänischen *forța de muncă*, im Ungarischen *munkaerő*, im Russischen *рабочая сила*, im Polnischen *siła robocza*, im Tschechischen *pracovní síla*, aber im Italienischen *manodopera*.

In diesen Beispielen handelt es sich um Metaphernbegriffe mit identischen Äquivalenten in mehreren Sprachen. Die weitere Forschung in diesem Bereich könnte bestätigen oder widerlegen, dass die Fachbegriffe im Bereich Wirtschaft in mehreren Sprachen auf identischer Basis der Metaphorisierung entstanden sind, auch wenn die Begriffe unterschiedliche Wortbildungsform haben – es sind vorwiegend Komposita (germanische Sprachen) oder Mehrwortbegriffe (romanische und slawische Sprachen). Diese Metaphernbegriffe sind jüngere Begriffe, die mittels Metaphorisierung wahrscheinlich erst in der Zeit der Entwicklung der modernen Ökonomie entstanden. Aus einer Sprache konnten so die Metaphernbegriffe in die anderen Sprachen mit der gleichen Art der Metaphorisierung durchdringen.

FACHSPRACHLICHE PHRASEOLOGISMEN UND DIE ROUTINE IM DEUTSCHEN GESCHÄFTSBRIEF

Renata Šilhánová

1 DER STELLENWERT DER PHRASEOLOGISMEN IM FS-UNTERRICHT UND IN DER GESCHÄFTS- KORRESPONDENZ

In den letzten Jahrzehnten verzeichnete die Sprachwissenschaft die Tendenzen, das Interesse der Forschung vom Sprachsystem zum Sprachgebrauch zu verschieben. Im Fremdsprachenunterricht geht es vorzugsweise um den Sprachgebrauch, zu dem auch die Verwendung der Phraseologismen sowohl in der gesprochenen, als auch geschriebenen Sprache gehört. Denn die Kenntnis von Phraseologismen zählt zur allgemeinen Kommunikationsfähigkeit und deren Erwerb, Aktivierung und Beherrschung bilden die grundlegende Voraussetzung für die Erweiterung des Wortschatzes und der Ausdrucksfähigkeit sowohl im mündlichen, als auch im schriftlichen Sprachgebrauch. Für den Nicht-Muttersprachler könnte es manchmal schwierig sein, die häufig verwendeten Ausdrücke, wie z. B. *Hals- und Beinbruch, guten Rutch, im Geld schwimmen, blaumachen, gut drauf sein* oder *rote Zahlen schreiben* richtig zu übersetzen bzw. deren Äquivalent in der jeweiligen Muttersprache zu finden. Das Problem besteht darin, dass die Phraseologismen nicht nach überschaubaren Regeln identifizier- und erlernbar sind. Das ist auch der Grund dafür, warum die Phraseologismen beim Erwerb des Deutschen als Fremdsprache besondere Aufmerksamkeit erfordern. Die Wichtigkeit, sich den Phraseologismen im Fremdsprachenunterricht zu widmen, betont auch Wolfgang Fleischer: „Dass der Phraseologie für den Fremdsprachenunterricht eine besondere Bedeutung zukommt, dürfte außer Frage stehen. Die Befähigung zu einer auch nur begrenzten Kommunikation in einer Fremdsprache ist ohne eine minimale Beherrschung der Phraseologie nicht möglich“ (Fleischer 1982, S. 25).

Als Beispiel der Schwierigkeiten bei der Suche nach einem korrekten Äquivalent der deutschen Verbindung ins Tschechische können die semantischen und syntaktischen Besonderheiten der verbalen Phraseologismen genannt werden, und zwar vor allem der Funktionsverbgefüge. Das Verb besteht aus zwei Elementen, aus dem verbalen und dem substantivischen, die voneinander räumlich getrennt sind. Dabei darf bei der Erschließung der Bedeutung nicht vom Verb ausgegangen werden, sondern vom Substantiv oder der Präpositionalgruppe als Träger der Hauptbedeutung (die darüber hinaus sehr oft am Satzende stehen). Das Verb hat eine andere Bedeutung als die, die dem Studierenden vertraut ist. So bezeichnen beispielsweise die Bedeutungsverben *gehen, kommen, treten* keine Bewegung, sondern dienen nur als eine Umschreibung des Verbalbegriffes. Es ist also nicht möglich, Wendungen wie z. B. *in die roten Zahlen kommen, zu Lasten gehen* usw. wörtlich zu übersetzen. Meistens entspricht einem deutschen Funktionsverbgefüge im Tschechischen nur ein Vollverb.

Am effektivsten ist der Fremdsprachenunterricht wohl dann, wenn die Phraseologismen als lexikalische Einheiten gelernt werden, im Sinne des Wortschatzerwerbs. Dobrovolski

(1995, S. 18) erklärte zum Erwerb von Phraseologismen: „Es ist zweckmäßiger und für die kognitive Verarbeitung der sprachlichen Äußerungen ökonomischer, die Phraseologismen als Lexikoneinheiten zu speichern als sie jedes Mal neu zu generieren.“ Mit Hinblick auf die Menge des phraseologischen Materials der jeweiligen Sprache ist es jedoch schwierig zu unterscheiden, welche Phraseologismen es wert sind, als Einheit gelernt zu werden. Man muss unter den zahlreichen, in Betracht kommenden Phraseologismen wählen. Dafür stehen dem Studierenden drei Quellen zur Verfügung (Kamber 2008, S. 2–3):

1. Die Angaben in Grammatiken und Lehrbüchern, die jedoch oftmals sehr begrenzt sind und wo das Thema der Phraseologismen entweder gar nicht oder nur durch ein paar wenige Aufgaben dargestellt ist.
2. Die Angaben in ein- und zweisprachigen Wörterbüchern und Lexika, die jedoch nicht nach der Wichtigkeit und Häufigkeit gereiht werden, sondern Hochfrequentes mit Seltenem vermischen.
3. Die Introspektion, wobei das Auswahlkriterium in der intuitiven Entscheidung, was wichtig oder unwichtig ist, beruht.

Als geeignete Forschungsmethode für die Feststellung, welche Phraseologismen am häufigsten gebraucht werden, kommt die empirische Korpusarbeit in Frage, die es ermöglicht, die sprachliche Performanz zu erfassen und die Entwicklung von Methoden zum Spracherwerb und Sprachunterricht zu fördern. Das wichtigste und zugleich objektivste Kriterium ist die Frequenz. Will man im Fremdsprachenunterricht das Gebräuchliche und nicht das Besondere unterrichten, scheint diese Entscheidung durchaus sinnvoll, denn nur eine quantitative Analyse ermöglicht es, im Fremdsprachenunterricht diejenigen grammatischen Phänomene zu präsentieren, die sich als besonders geläufig erweisen.

Die Frequenz der phraseologischen Einheiten haben wir am Beispiel der deutschen Korrespondenz untersucht, weil wir Geschäftskorrespondenz unterrichten. Unsere Untersuchung stützt sich dabei auf die im Fachsprachenunterricht gewonnenen Kenntnisse und Erfahrungen aus dem Bereich der Geschäftskorrespondenz und auf die Erfahrungen, die wir direkt in der Praxis gesammelt haben. Direkt im Unterricht haben wir festgestellt, dass die Studierenden sprachliche Probleme bei der Erstellung eines Geschäftsbriefes haben, die bereits bei der Entscheidung, welche Anrede- bzw. Schlussformulierung für den jeweiligen Brief geeignet ist, zu beobachten sind. In den Geschäftsbriefen erscheinen häufig fachspezifische Wendungen und Sätze, die sich in Briefen oft wiederholen und zur sprachlichen Routine gehören. Die Studenten haben im Unterricht selbst Briefe erstellt und sich dabei in erster Linie auf die Routinenwendungen und fachsprachlichen Phraseologismen orientiert. Im Rahmen unserer Untersuchung der deutschen Geschäftskorrespondenz haben wir uns also bemüht festzustellen, in welchem Maße die phraseologischen Einheiten in der Geschäftskorrespondenz vorkommen und welche Arten von Phraseologismen im heutigen Schriftwechsel am häufigsten verwendet werden. Nachstehend zählen wir die meistgebrauchten phraseologischen Erscheinungen in der Geschäftskorrespondenz auf, wobei wir uns in diesem Kapitel auf die Routine in den Geschäftsbriefen orientieren.

2 FACHSPRACHLICHEN PHRASEOLOGISMEN IN DER GESCHÄFTSKORRESPONDENZ

Die Fachsprache, die man im Geschäftsleben verwendet, bedarf der Eindeutigkeit in der Benennung fachspezifischer Sachverhalte. Vollidiomatische Wendungen, die durch metaphorische oder bildhafte Vergleiche eine übertragende Bedeutung hervorrufen, führen eher

zu einer Mehrdeutigkeit und Ungenauigkeit. Deshalb ist auch der Anteil der teil- oder nichtidiomatischen Wendungen ziemlich hoch, während die vollidiomatischen Wendungen nur selten feststellbar sind (vgl. Duhme 1997, S. 120). Wenn man die Tatsache berücksichtigt, dass die Geschäftsbriefe Handlungen und Tätigkeiten zum Ausdruck bringen, dann stellt man fest, dass die verbalen Phraseologismen einen großen Teil des Phraseologiebestandes in der Geschäftskorrespondenz darstellen. Neben den teil- oder nichtidiomatischen verbalen Verbindungen spielen die Funktionsverbgefüge die wichtigste Rolle. Stereotype Situationen und Handelstätigkeiten werden sprachlich durch mehr oder weniger stabile fachspezifische Wendungen und Sätze bewältigt (vgl. Höppnerová 1991, S. 148), wobei nur einige, besonders häufige fachspezifische Wendungen und Sätze in den Bereich phraseologischer Erscheinungen rücken. „Die fachspezifischen Wendungen und Sätze widerspiegeln die sich wiederholenden, stereotypen Situationen der Handelstätigkeit. Sie haben eine rationelle und stabilisierende Funktion, bezeichnen den gegebenen Sachverhalt präzise, ökonomisch und in einer konventionellen Form“ (Höppnerová 1991, S. 127).

Die Handelskorrespondenz stellt das Mittel für die Abwicklung der Geschäfte dar. Die Geschäftsbriefe zeichnen sich durch eine gewisse Konventionalität, sprachliche Routine und – wie die heutigen Trends zeigen – auch durch Ausdrucksbequemlichkeit, die auf die Entwicklung der elektronisch realisierten Kommunikation zurückzuführen ist, aus. Alle diese Eigenschaften finden ihren Ausdruck in den Routinenformeln, die gleichzeitig den Schwerpunkt des phraseologischen Bestandes in den Geschäftsbriefen darstellen. Das weitere Merkmal der Geschäftskorrespondenz, vorzugsweise derjenigen mit neuen Geschäftspartnern bzw. mit Partnern, deren Kommunikation auf der offiziellen Ausdruckweise beruht, ist die Höflichkeit, die in der Verwendung von Höflichkeitsformeln und Höflichkeitswendungen bzw. -floskeln zum Ausdruck kommt. Das Streben nach Ausdrucksökonomie führt demgegenüber zur Verwendung von knappen adjektivischen oder adverbialen Phraseologismen, die zusammen mit den substantivischen Phraseologismen in den Geschäftsbriefen jedoch in einem weitaus geringeren Maße als die verbalen Phraseologismen vorkommen. Auf Grund der von Fleischer vorgenommenen morphologisch-syntaktischen Klassifizierung der Phraseologismen führen wir an dieser Stelle einige Beispiele für fachspezifische phraseologische Einheiten, die in Geschäftsbriefen vorkommen, auf:

2.1 SUBSTANTIVISCHE PHRASEOLOGISMEN

Substantivische Phraseologismen sind als solche zu klassifizieren, die eine substantivische Komponente als Kernwort aufweisen und bei denen kein Verb als obligatorische Komponente auftritt. Die Zahl der substantivischen Phraseologismen ist in der Geschäftskorrespondenz ziemlich niedrig. Meistens handelt es sich hierbei um Begriffe und Verbindungen, die sich auf den alltäglichen Verkehr zwischen Geschäftspartnern beziehen und die bestimmte Bedingungen des Geschäftsverhältnisses ausdrücken. Die Grundlage eines fachspezifischen substantivischen Phraseologismus bildet eine Benennung für wichtige ökonomische Kategorien, wie z. B. *Preis*, *Bedarf*, *Angebot*, *Kosten*, die mit einem Adjektiv bzw. mit einem anderen Substantiv oder einem präpositionalen Attribut verbunden wird. Aus dieser Kombination entstehen dann die Verbindungen, wie z. B. *äußerster Preis*, *laufender Bedarf*, *langfristiges Angebot*, *vorläufige Kosten* usw. Diese Verbindungen dienen ebenfalls zur Bezeichnung von Sachen, die einer Art von Differenzierung bedürfen, z. B. *Angebot – verbindliches Angebot*, *unverbindliches / freibleibendes Angebot*, *verlangtes Angebot*, *bemustertes Angebot*.

2.2 ADJEKTIVISCHE PHRASEOLOGISMEN

Adjektivische Phraseologismen bilden in der syntaktischen Funktion die attributive Voranstellung eines Substantivs. Die Kriterien für die Unterscheidung solcher phraseologischer Wendungen sind jedoch problematisch¹⁹, denn soweit Adjektive als Attribute eine phraseologische Verbindung mit einem Substantiv eingehen, handelt es sich in der Regel um substantivische oder adverbiale Phraseologismen. Sind sie mit einem Verb phraseologisch verbunden, liegt ein verbaler Phraseologismus vor (vgl. Fleischer 1997, S. 147). Diese Phraseologismen nehmen unter den fachspezifischen Phraseologismen eine Randposition ein.²⁰ Derartige Verbindungen kommen in den Geschäftsbriefen nur selten vor, und zwar vorzugsweise in Verbindung mit den Lieferbedingungen. Häufiger erscheinen jedoch in den Geschäftsbriefen die elliptischen Ausdrücke in der attributiven Funktion, die die sog. Frachtklausel identifizieren, wie z. B. *ab Werk* (Preis für die Waren ohne Transportkosten) oder *frachtfrei Bestimmungsort* (der Preis umfasst alle mit der Lieferung ins Ausland zusammenhängenden Kosten).

2.3 ADVERBIALE PHRASEOLOGISMEN

Adverbiale Phraseologismen bilden im Unterschied zu den adjektivischen Strukturen, die mehr oder weniger eine Randerscheinung darstellen, eine zahlreiche und vielfältige Gruppe von Phraseologismen, bei denen den größten Anteil – ebenso wie in der Allgemeinsprache – diejenigen Phraseologismen darstellen, die eine modale Bedeutung ausdrücken, z. B. *in bar, auf Gefahr, in eigenem Namen, gegen Nachnahme, im Auftrag*. Sie stellen die Bedingungen dar, unter denen die Geschäftstätigkeit oder Handlung durchgeführt wird. Die nächsten zwei Gruppen bilden die adverbialen Phraseologismen mit der lokalen (z. B. *frei Haus, ab Bahnhof*) oder temporalen (z. B. *auf Abruf, auf Verschiffung*) Bedeutung.

2.4 VERBALE PHRASEOLOGISMEN

Die verbalen Phraseologismen werden in den Geschäftsbriefen sehr häufig verwendet. Die hohe Anzahl an verbalen Phraseologismen in den wirtschaftssprachlichen Texten und in der Geschäftskorrespondenz lässt sich auf die Tatsache zurückzuführen, dass der Geschäftsverkehr auf der Tätigkeit der Geschäftspartner beruht, was einen großen Bedarf an Verben erfordert. Und diesen Bedarf decken gerade die verbalen Phraseologismen, zu denen die Funktionsverbgefüge und die teil- oder vollidiomatischen verbalen Verbindungen zählen.

Dabei handelt es sich nicht nur um fachspezifische Termini, die sich auf das bestimmte Begriffssystem des jeweiligen Faches beziehen, sondern auch „schwach terminologisierte verbale Verbindungen, die der Bezeichnung fachlicher Inhalte dienen und einen konstanten, unerlässlichen Bestandteil der Geschäftsbriefe darstellen, z. B. *eine Einigung mit dem Geschäftspartner erzielen, eine Stellungnahme zur Reklamation abgeben, eine Zusage zur*

19. Siehe auch Rothkegel (1973, S. 110ff), Černyševa (1986, S. 186); sie bezeichnet diese lediglich als „Paarformeln“.

20. Höppnerová (1991, S. 58) führt drei Beispiele für fachspezifische adjektivische Phraseologismen auf, und zwar Strukturen, die in attributiver Funktion erscheinen: *gesund ausgeliefert* (in einwandfreiem Zustand ausgeliefert; Klausel in Außenhandelsverträgen, durch die der Käufer das Risiko für Qualitätsveränderungen der Ware bis zu ihrer Übernahme auf den Verkäufer überträgt) als teildiomatische Wendung und zwei vollidiomatische Wendungen: *von der Stange* (serienmäßig hergestellt), *falle wie sie falle* (Bezeichnung für beliebige Qualität).

Ausstellungsfläche machen“ (Höppnerová 1991, S. 69). An dieser Stelle führen wir nur einige Beispiele der verbalen Phraseologismen mit höherer Frequenz in den Geschäftsbriefen auf:

Einfaches Substantiv + transitives Verb

- ... nach dem Treffen muss endlich eine **Entscheidung getroffen werden** ...
- ... es müssen einige **Änderungen vorgenommen werden** ...
- ... **erteilen** wir Ihnen folgende **Bestellung** ...
- ... ist in Sachen der Liefertermine noch eine **Zusatzvereinbarung zu treffen**
- ... sind wir bereit, Ihnen noch eine **Nachfrist zu setzen** ...

Einfaches Substantiv + intransitives Verb:

- ... **die Zahlung erfolgt** ohne Abzug ...
- ... **die Warenübernahme erfolgt** gegen Zahlung des Restbetrags ...
- ... zur Zeit **besteht** keine **Nachfrage** nach ...

Präposition + Substantiv + transitives Verb

- ... **setzen** Sie uns bitte **in Kenntnis**, sobald Sie die Kontonummer erfahren ...
- ... die mit dem Rücktransport entstandenen Kosten **bringen** wir Ihnen **in Abzug** ...
- ... **setzen** Sie sich bitte mit unserem Rechtsanwalt baldmöglichst **in Verbindung** ...
- ... werden wir Ihnen **in Rechnung stellen** ...

Präposition + Substantiv + intransitives Bewegungsverb:

- ... da Sie mit dem Auftrag **in Lieferverzug gerieten** ...
- ... ist eine neue Preisliste **in Kraft getreten** ...
- ... die mit der Nachbesserung verbundenen Kosten **gehen zu Lasten** des Lieferanten ...
- ... **ins Geschäft kommen** ...

Präposition + Substantiv + intransitives Zustandsverb; nichtidiomatische Verbindungen

- ... unser Unternehmen **befindet sich in der Krisensituation** ...
- ... die mangelhaften Waren **sind jetzt beim Überprüfen** ...
- ... mit unseren Preiskalkulationen **stehen** wir **unter starkem Druck** ...

3 PHRASEOLOGISCHE TERMINI

Im Zusammenhang mit der Geschäftskorrespondenz müssen einige Bemerkungen zu den fachsprachlichen und allgemeinsprachlichen Phraseologismen gemacht werden. Nicht immer ist sich die Forschung in Fragen der Abgrenzung und Stellung der allgemeinsprachlichen Phraseologismen zu den fachsprachlichen Phraseologismen einig. Dies lässt sich am Beispiel der Mehrworttermini, die in der Geschäftskorrespondenz sehr häufig vorkommen, belegen.

Die phraseologischen Termini bilden eine besondere Gruppe von Ausdrücken, die wie „jeder (Wort-) Terminus“ (Burger 2007, S. 50) funktionieren. Das heißt, sie sind in ihrer Bedeutung strikt festgelegt bzw. normiert und diese Festlegung gilt primär nur innerhalb

des fachlichen Systems der Sprache. Ihre Festigkeit ist, je nach fachlichem Kontext, unterschiedlich ausgeprägt. Einige Forscher rechnen die Mehrworttermini und die stabilen fachsprachlichen Wendungen in die Kompetenz der Phraseologie und betrachten diese als phraseologische Einheiten (vgl. Černyševa, Pilz, Eckert, Häusermann), eine andere Gruppe von Linguisten sieht in den Mehrworttermini keine Merkmale der Phraseologie. So lehnt es beispielsweise Molotkov ab, „das Schema der Bildung von Phraseologismen durch Umdeutung von als Basis dienenden Wortverbindungen auf die Bildung von terminologischen oder onymischen Wortgruppen zu übertragen“ (Molotkov 1977, S. 61). Eine ähnliche Auffassung vertritt auch Telija, die zu den Phraseologismen nur diejenigen terminologischen Wortgruppen rechnet, die „im Unterschied zu den Wortgruppen eigentlich terminologischen Charakters als besonderen Zeichentyps einen Prozess der semantischen Umdeutung durchgemacht haben“ (Telija 1968, S. 272). Von „terminologischen Phraseologismen“ ist daher nicht zu sprechen (Eckert 1975, S. 6). Am ausführlichsten beschäftigt sich Fleischer mit dem Verhältnis von Termini und Phraseologismus. Er sieht das Verhältnis von Termini und Phraseologismen problematisch und unterscheidet die terminologisierten Wortgruppen von den nichtterminologischen (phraseologischen wie auch freien) Wortgruppen. Fleischer gliedert die Termini ebenso wie auch die Eigennamen aus den Phraseologismen aus und weist ihnen eine Sonderstellung zu. Er führt folgendes Beispiel auf:

Terminologisch: *spezifisches Gewicht, erweiterte Reproduktion, spitzer Winkel*
 Nichtterminologisch frei: *spezifischer Anteil, erweiterte Fragestellung*
 Nichtterminologisch phraseologisch: *langer Atem* (große Ausdauer), *harter Brocken*
 (schwierige Aufgabe)

Ihm zufolge ist „der grundsätzliche Unterschied zwischen terminologischer Wortgruppe einerseits und nichtterminologischer phraseologischer Wortgruppe andererseits derselbe wie zwischen einem Terminus und einem Nichtterminus als Einzelwort“ (Fleischer 1997, S. 72). Der Terminus ist einem Begriff eindeutig zugeordnet, daher kontextunabhängig und fachbezogen. Burger ist demgegenüber für die Einbeziehung der Termini in die Phraseologie, wofür die Tatsache spricht, dass zahlreiche fachsprachliche Bereiche für den Alltag unmittelbar relevant sind bzw. zunehmend relevant werden. Manche Begriffe, z. B. aus der Wirtschaft, werden allgemein verständlich und häufig verwendet. Burger betrachtet nicht nur diejenigen terminologischen Wortgruppen als phraseologisch, die in der Gemeinsprache eine „sekundäre Methaphorisierung“ erfahren haben (z. B. *jmdn. Schachmatt setzen* in der Bedeutung *jmdn. handlungsunfähig machen*), sondern mindestens diejenigen terminologischen Wortverbindungen, die sich auch in alltäglichen Zusammenhängen wiederfinden (vgl. Burger 2007, S. 51). In dieser Hinsicht sind die „halbfachsprachlichen“ Texte zu nennen, in denen Fachwissen an Laien vermittelt wird. Rothkegel zeigt dies am Beispiel der Texte aus der Computer-Software (*Taste drücken, Symbol anklicken, Text einblenden* usw.). Diese Phraseologismen sind überwiegend schwach idiomatisch, sie haben den Charakter von Kollokationen, von Teil-Idiomen.

3.1 FREMDSPRACHLICHE PHRASEOLOGISMEN

Eine spezifische Gruppe bilden die fremdsprachlichen Phraseologismen, und zwar vor allem die englischer Herkunft (*Joint Venture, Public Relations, Know how*), die eine große Verbreitung gefunden haben und praktisch keine oder nur selten verwendete deutsche Äquivalente besitzen.

Im Bereich der sprachlichen Höflichkeit sollte man die Aufmerksamkeit auch den Formulierungsregelmäßigkeiten bei Geschäftsbriefen widmen. Es handelt sich dabei um die Routinenformeln, die bestimmte sprachliche Routine und Formelhaftigkeit zwischen dem Sender und Empfänger sowie ihr gegenseitiges Verhältnis zum Ausdruck bringen und die den Grundstein der Briefe allgemein darstellen. Die Routinenformeln gehören in die Gruppe der pragmatischen Phraseologismen.

Pragmatische Phraseologismen sind solche Phraseologismen, die „nur mit pragmatischen Kategorien beschrieben werden können“ (Burger, Buhofer, Sialm 1982, S. 105). Sie verfügen über die typischen Merkmale von Phraseologismen, d.h. Stabilität, Polylexikalität, Idiomatizität und Reproduzierbarkeit. Fleischer ordnet die pragmatischen Phraseologismen der Phraseologie im weiteren Sinne, das heißt der Peripherie zu (Fleischer 1997, S. 69). Diese These findet ihre Bekräftigung in der Tatsache, dass sich die pragmatischen Phraseologismen nicht semantisch umschreiben lassen. Földes drückt das so aus: „Viele Phraseologismen müssten semantisch und pragmatisch kommentiert werden, während manche Wendungen, wie z. B. die Routinenformeln, anders genannt, die pragmatischen Idiome, ausschließlich mit primär pragmatischem Instrumentarium (in ihrem soziokulturellen Umfeld) beschreibbar sind, da ihnen keine semantische Paraphrase zugeordnet werden kann, sondern eine Art Gebrauchsanleitung ...“ (Földes 1995, S. 73).

Coulmas meint, dass pragmatische Phraseologismen, die er als Routinenformeln bezeichnet, sehr wichtig für die soziale Interaktion sind, weil sie „das sprachliche Gewand kollektiver Strategien zielorientierten Handelns und Reagierens“ (Coulmas 1981, S. 69) sind. Er unterscheidet selbstständige Äußerungseinheiten, wie z. B. *ich entschuldige mich* und die nicht-selbstständigen Äußerungseinheiten, wie z. B. *ich glaube, nicht wahr*.²¹

Die selbstständigen Äußerungseinheiten standen im Zentrum des Interesses mehrerer Phraseologieforscher, weil sie an charakteristische Situationstypen (voraussagbar, obligatorisch, äusserungssituationsabhängig, kulturspezifisch²²) gebunden sind. Sie wurden funktional in verschiedene Gruppen untergliedert, so z. B. von Pilz (1978, S. 633ff.):

1. Höflichkeitsformeln (*Guten Tag*):
 - a) Grußformeln:
 - Begrüßungsformeln (*Guten Tag*)
 - Anredeformeln (*Sehr geehrte Damen und Herren*)
 - Schlussformeln (*Mit freundlichen Grüßen*)
 - Abschiedsformeln (*Auf Wiedersehen*)
 - Festtagsgrußformeln (*Frohes Fest*)
 - Spezielle Gruß- und Wunschformeln (*toi, toi, toi*)
 - b) Konversationsformeln (*Hätten Sie die Freundlichkeit*)
 - c) Tischformeln (*Guten Appetit*)
2. Entgegnungs- Erwidierungsformeln (*Tu, was du nicht lassen kannst*)
3. Beschwichtigungs- und Ermahnensformeln (*Ruhig Blut!*)
4. Schelt- und Fluchformeln (*Hol's der Henker*)
5. Kommentarformel (*Langt kräftig zu*)

21. Vgl. Coulmas 1981, S. 69, S. 119.

22. Vgl. Coulmas 1981, S. 81f.

Die nicht-selbstständigen Äußerungseinheiten gehören nach Stein (1995, S. 50) zu den gesprächsspezifischen und schreibspezifischen Routinenformeln. Sie treten als „Teil von Äußerungen“ auf und können mehrere verschiedene Funktionen zugleich übernehmen (Stein 1995, S. 50).

Typisch für die mündliche Kommunikation sind ebenfalls die sog. gesprächsspezifischen Äußerungseinheiten, die das Gespräch steuern, der Gliederung des Textes dienen und zur Ausgestaltung der Partnerbeziehung beitragen (vgl. Stein 1995, S. 238f), z. B. *ehrlich gesagt ...*, *offen gesagt, glaube ich ...*, *ich finde*. Diese Funktionen der Routinenformeln erlauben dem Sprecher, Zeit zu gewinnen, um darüber nachdenken zu können, was er sagen will, zugleich sind sie „sowohl Formulierungs- als auch Interpretationshilfen“. Es gibt eine Menge von Routinenformeln mit den Verben *sagen, meinen, glauben, finden* und dem Substantiv *Meinung*, z. B.: *Ich muss sagen ...*, *ich will nur sagen ...*, *wie gesagt ...*, *ich bin der Meinung ...*.

Für die Bezeichnung der festgeprägten Formeln, die in den Geschäftsbriefen angewendet werden, lässt sich der Begriff Routinenformeln²³ am besten benutzen. Der Grund lässt sich auf die Tatsache zurückführen, dass diese Formeln durch ihren häufigen Gebrauch zur sprachlichen Routine oder zum Stereotyp geworden sind und als feste Ganzheiten im Gedächtnis bleiben. Die Routinenformeln weisen eine ziemlich große Variabilität auf und ihr Gebrauch hängt von den konkreten Umständen ab. Sie finden ihre Anwendung in der Anrede (*Sehr geehrter Herr K ...*), in den Einleitungsformeln (*bezugnehmend auf Ihr Schreiben ...*), Anlageformeln (*anbei übersenden wir Ihnen ...*), Schlussformeln (*in Erwartung Ihrer baldigen Antwort verbleiben wir ...*) und Grußformeln (*Mit freundlichen Grüßen*).

4.1 ANREDEFORMELN

Die Anredeformeln eröffnen die Kommunikation zwischen zwei räumlich entfernten Partnern. Im Deutschen ist die direkte Anrede des Empfängers üblich – auch in offiziellen Briefen, die man in allgemeinen Angelegenheiten an Behörden und Institutionen richtet. Die Standardvorgabe für die Anrede von Personen in Firmen und Behörden, die man nicht namentlich kennt oder deren Geschlecht man nicht kennt, lautet im Deutschen

Sehr geehrte Damen und Herren
Sehr geehrte Geschäftsfreunde

Ist der Empfänger oder Bearbeiter namentlich bekannt, schreibt man

Sehr geehrter Herr ..., (Name, evtl. Grade oder Titel) bzw.
Sehr geehrte Frau ..., (Name, evtl. Grade oder Titel)
Sehr geehrter Herr Dr. Neider
Sehr geehrter Herr Neider
Sehr geehrte Frau Prof. Meineke

Besonderer Respekt wird bekundet, wenn der Name weggelassen und nur der Titel verwendet wird:

Sehr geehrter Herr Doktor, bzw.
Sehr geehrte Frau Professor, seltener auch
Sehr geehrte Frau Professorin

23. In Anlehnung an z. B. Coulmas (1981), Gläser (1987).

Die Anrede nur mit dem akademischen Grad oder Titel findet in Deutschland fast ausschließlich nur gegenüber Ärzten Verwendung. Hier lassen Akademiker im Schriftverkehr untereinander bei der Anrede die Titel in der Regel sogar ganz weg, führen sie jedoch in der Anschrift auf. Eine besondere Form ist auch die Anrede mit

Sehr geehrter Kollege (... , evtl. plus Nachname) bzw.
Sehr geehrte Frau Kollegin

Will man seiner besonderen Achtung für den Empfänger Ausdruck verleihen, kann man auch folgende Anreden verwenden, die aber leicht altmodisch wirken:

Verehrte Frau ... / Verehrter Herr ...
Hochverehrter Herr ...
Sehr verehrte gnädige Frau ...

Paare sind einzeln anzusprechen, wobei die Höflichkeitsfloskel *sehr geehrte* bzw. *sehr geehrter* jeweils in der maskulinen und femininen Form zu wiederholen ist, da sonst gegen die grammatische Kongruenz verstoßen würde:

Sehr geehrte Frau Maier, sehr geehrter Herr Maier
Liebe Frau Maier, lieber Herr Maier

4.2 EINLEITUNGSFORMELN

Die Einleitungsformeln stellen einen Bezug zum vorausgehenden Geschehen dar, womit sie die hinweisende Funktion ausüben. Während die Anrede- und die Grußformel zu einem korrekten, höflichen Brief gehören, hängt die Verwendung der Einleitungs-, Anlage- oder Schlussformel vom Briefinhalt ab: Nicht jeder Brief bezieht sich auf den vorausgegangenen Briefwechsel oder eine mündliche bzw. telefonische Abmachung, enthält eine Anlage oder schließt mit einer Bitte bzw. Hoffnung ab (vgl. Höppnerová 1991, S. 119). Oft wird das, worauf sich die Einleitungsformel bezieht, bereits in der Betreffzeile aufgeführt. Daraus ergibt sich auch die aktuelle Tendenz, auf die Einleitungsformel ganz zu verzichten. Die am häufigsten vorkommenden Einleitungsformeln sind:

... wir beziehen uns auf ...
... im Anschluss auf Ihr Schreiben ...
... hiermit bestätigen wir ...
... wir nehmen Bezug auf ...

4.3 ANLAGEFORMELN

Auf beigefügte Dokumente wird links unter dem Briefftext mit dem unterstrichenen Vermerk *Anlage(n)*²⁴ verwiesen. Dieser Hinweis kann pauschal, ohne weitere Spezifizierung, durch Nennung der Anzahl der Anlagen oder durch Auflistung der einzelnen Anlagen unter dem Vermerk erfolgen. Der Vermerk „Anlage bzw. Beilage“ erfüllt die hinweisende Funktion und kündigt an, dass dem Schreiben noch mindestens ein weiteres Blatt hinzugefügt ist.

24. In Süddeutschland, Österreich und der Schweiz „Beilage(n)“.

*In der Anlage übersenden wir Ihnen
Anbei schicken wir Ihnen ...
... in der Anlage übersenden wir Ihnen ...
... anliegend erhalten Sie ...
... anbei erhalten Sie ...*

4.4 SCHLUSSFORMELN

Die Schlussformel drückt gewöhnlich eine Hoffnung, eine Erwartung, Überzeugung, Versicherung, eine Bitte, ein Versprechen oder einen Dank aus und hat daher häufig imperativische oder zumindest verhaltenssteuernde Funktion. Daran knüpft fast ausschließlich „mit freundlichen Grüßen“ bzw. „hochachtungsvoll“ (vgl. Höppnerová 1991, S. 122) an.

*... In Erwartung Ihrer Stellungnahme verbleiben wir ...
... wir hoffen, Ihnen hiermit gedient / geholfen zu haben ...
... und stehen Ihnen jederzeit zur Verfügung ...*

4.5 GRUSSFORMELN

Die Aufgabe der Grußformel besteht im Abschließen der Kommunikation. Es gibt eine Vielfalt von Grußformeln, aktuell werden jedoch nur einige benutzt. In offiziellen Briefen gilt als Standardgrußformel der Ausdruck

*Mit freundlichen Grüßen
Mit kollegialem Gruß*

Variationen sind möglich, z. B.

*Mit freundlichem Gruß
Mit bestem Gruß
Mit (den) besten Grüßen
Beste Grüße
Mit verbindlichem Gruß*

Besteht zwischen Absender und Empfänger ein engeres Bekanntschaftsverhältnis, sind auch persönlichere Grußformeln möglich, wie z. B.

*Liebe Grüße
Herzliche Grüße
Mit herzlichen Grüßen
Ganz liebe Grüße
Herzlichste Grüße
Mit herzlichem Gruß*

Will man besondere Wertschätzung für den Empfänger (z. B. in Briefen an Behörden und Amtspersonen bzw. Würdenträger) zum Ausdruck bringen, kann man das in Deutschland veraltende, in Österreich aber noch übliche *Hochachtungsvoll* oder gar das sehr förmlich wirkende *Mit vorzüglicher Hochachtung* verwenden.

Die Routinenformeln haben in der Geschäftskorrespondenz eine spezifische Funktion, und zwar die Bewältigung der sich wiederholenden kommunikativen Handlungen, die man

als „kommunikative Routinen“ (Burger 2007, S. 57) bezeichnet. Syntaktisch gesehen, sind sie sehr heterogen, sie setzen sich zusammen aus zwei Wörtern bis hin zu ganzen Sätzen, in semantischer Hinsicht „haben viele von ihnen mit den idiomatischen referentiellen Phraseologismen gemeinsam, dass sie ihre wörtliche Bedeutung verloren haben, aber im Gegensatz zu jenen haben sie keine neue, semantisch beschreibbare Bedeutung entwickelt. Es handelt sich also in vielen Fällen um de-semantisierte Wortverbindungen mit einer bestimmten kommunikativen Funktion“ (Burger 2007, S. 57).

In den Geschäftsbriefen erscheinen die Routinenformeln als „stereotype, mehr oder weniger festgeprägte Einheiten, die infolge gesellschaftlicher Konventionen für die Briefpartner verbindlich sind. Ihre Festigkeit hängt von ihrer Vorkommenshäufigkeit ab. Sie stellen zum Teil konstante, konstituierende Elemente der Geschäftsbriefe dar“ (Höppnerová 1991, S. 125).

Der Unterricht der Handelskorrespondenz fängt gewöhnlich mit den Routinenformeln an. Die Studenten müssen die meistens aus allgemeinsprachlichen Elementen bestehenden Formeln bewältigt haben, ehe sie sich den fachsprachlichen Wendungen und Sätzen zuwenden. Die Bedeutung der Routinenformeln sollte jedoch nicht überbewertet werden.

5 FACHSPEZIFISCHE WENDUNGEN UND SÄTZE

Neben den oben erwähnten Phraseologismen und Routinenformeln erscheinen in den Geschäftsbriefen viele fachspezifische Wendungen. „Die fachspezifischen Wendungen und Sätze widerspiegeln die sich wiederholenden, stereotypen Situationen der Handelstätigkeit. Sie haben eine rationale und stabilisierende Funktion, bezeichnen den gegebenen Sachverhalt präzise, ökonomisch und in einer konventionellen Form“ (Höppnerová 1991, S. 127). Diese Wendungen haben jedoch mit den fachsprachlichen Phraseologismen wenig gemeinsam, weil nur einige besonders häufige Wendungen und Sätze in den Bereich der Phraseologie rücken.

Die fachspezifischen Wendungen und Sätze sind Material, das man je nach dem konkreten Bedarf verwendet, kombiniert und modifiziert. Die Zahl dieser Wendungen ist praktisch unbegrenzt, und im Vergleich zu den Routinenformeln findet man kaum ganz identische Sätze und Formulierungen in den jeweiligen Briefarten, eher verschiedene Variationen. Ein Angebot umfasst z. B. drei Grundphasen, und zwar:

1. Der Verkäufer/Lieferant bedankt sich bei dem Briefpartner für das Interesse an seiner Ware bzw. für die Anfrage

Vielen/Besten Dank für Ihre Anfrage vom..

Wir danken Ihnen für Ihr Interesse an unserem Lieferangebot

In Ihrer Anfrage vom ... bitten Sie uns um ...

Wie wir Ihrer Anfrage vom ... entnommen haben, sind Sie an unserem Lieferprogramm interessiert ...

Wir freuen uns über Ihr Interesse an unseren Erzeugnissen

Wir danken Ihnen für Ihre Anfrage vom ... und bieten Ihnen an ...

2. Der Verkäufer/Lieferant formuliert das konkrete Angebot inkl. genauer Beschreibung der Ware (Art, Menge, Liefereinheiten, Größe, Farbe usw.), Verpackungsart, Lieferbedingungen, Zahlungsbedingungen, Liefertermine.

Unsere Preise verstehen sich ab Werk einschließlich Verpackung

Die Preise gelten ab Werk

Der Preis beträgt ...

3. Der Verkäufer/Lieferant drückt die Hoffnung aus, dass ein Geschäft zu den erwähnten Bedingungen realisiert wird und bittet um baldige Antwort.

Wir würden uns freuen, wenn es zu einer dauerhaften Geschäftsbeziehung kommt, und sehen Ihrem Auftrag mit Interesse entgegen.

Wir hoffen, dass diese Konditionen Ihren Vorstellungen/Wünschen entsprechen und dass Sie uns einen Auftrag erteilen.

In der Hoffnung auf eine gute Zusammenarbeit ...

Wir freuen uns auf Ihren Auftrag ...

Wir würden uns freuen, Ihren Auftrag zu erhalten ...

Beim Untersuchen der Angebote verschiedener Unternehmen stellt man fest, dass jedes Angebot ganz andere Strukturen, Formen und nicht zuletzt auch Formulierungen bzw. Variationen zur Anwendung bringt. Die fachspezifischen Wendungen und Sätze unterscheiden sich durch die Valenz der Verben, Substantive und Adjektive, durch semantische Valenz, Äquivalente der Komponenten der Funktionsverbgefüge; es werden häufig Synonyme verwendet.

Auch wenn die oben angeführten Beispiele in bestimmter Hinsicht über die Merkmale der Phraseologismen verfügen, sind nur einige von ihnen den phraseologischen Einheiten zuzuordnen. Es handelt sich hierbei um besonders häufige Wendungen und Sätze mit fester konventioneller Form, die eine fachspezifische Funktion erfüllen. Zu solchen Verbindungen, die als phraseologische Erscheinungen betrachtet werden können, zählt Höppnerová z. B.

Die Preise gelten ab Werk.

Die Preise verstehen sich einschließlich Zoll und Verpackung.

Wir bieten freibleibend an: ...

Zwischenverkauf vorbehalten.

Versicherung: von Haus zu Haus durch den Käufer gedeckt.

Zahlung nach Erhalt der Ware. (Höppnerová 1991, S. 131)

6 PHRASEOLOGISMEN IN DER GESCHÄFTSKORRESPONDENZ: AUSBLICK UND TRENDS

Im Zusammenhang mit den aktuellen Tendenzen des heutigen Schriftwechsels, die mit der zunehmenden E-Mail-Korrespondenz zusammenhängen und die nach Kürze, Klarheit, Verständlichkeit und Ausdrucksökonomie streben, entsteht die Frage, ob die Phraseologismen immer noch zur Alltagspraxis des Schreibens der Geschäftsbriefe gehören, laufend verwendet werden und vor allem aktuell sind. Denn die Grundfunktion des Geschäftsbriefes ist es hauptsächlich, Informationen zu vermitteln, und zwar verständlich, kurz und klar (vgl. Auftragsbestätigung, Angebot, Reklamation). Sucht jedoch ein Unternehmen durch die Handelskammer einen neuen Geschäftspartner oder wendet es sich an das Gericht mit einem Antrag auf Konkurseröffnung, dann bedarf ein solches Schreiben der formellen Ausdrucksweise, die in der Verwendung von Höflichkeitsformulierungen, manchmal auch Floskeln und nicht zuletzt phraseologischer Termini oder der Substantiv-Verb-Kollokationen (vgl. Burger 2007, S. 55) zum Ausdruck kommt.

ZUR PROBLEMATIK DER PHRASEOLOGISMENÜBERSETZUNG IN DER DEUTSCHEN SPRACHE ANHAND DER ANALYSE DER ERSTEN JANUARAUSGABE DES *MARKETING JOURNALS* AUS DEM JAHR 1976

Katarína Doležalová

1 DER PHRASEOLOGISMENGEBRAUCH IM DEUTSCHEN

Das vorliegende Kapitel beschäftigt sich mit dem Thema des Phraseologismengebrauchs in der deutschen Sprache. Diese Problematik wurde ausgewählt, weil die Kenntnis der Phraseologismenbedeutung sehr wichtig bei der Übersetzung in eine andere Fremdsprache ist. Zuerst wird definiert, worauf sich der Begriff Phraseologismus alles beziehen kann. Des Weiteren erfolgt die kurze Vorstellung der Zeitschrift *Marketing Journal* und ihrer untersuchten Ausgabe aus dem Jahr 1976. Dieses Magazin wurde absichtlich ausgewählt, weil es sich ziemlich genau im Sprachstand der deutschen Marketingsprache in den siebziger Jahren widerspiegelt.

Die Phraseologismen werden im ausgewählten Heft in einem konkreten Kontext untersucht. Einerseits kann der Zusammenhang Einfluss auf die Phraseologismenbedeutung haben, zweitens kann er dem Leser das richtige Phraseologismenverständnis erleichtern. Außerdem werden die Phraseologismen, die in der untersuchten Zeitschriftenausgabe ausschließlich aus einheimischen Wörtern bestehen, vom Kriterium der so genannten **Motiviertheit** aus genauer betrachtet. Man wird versuchen zu begründen, ob diese Phraseologismen als *direkt motiviert*, *teilmotiviert*, *metaphorisch motiviert* oder *unmotiviert* aufgefasst werden können.

2 DEFINITION DES BEGRIFFS *PHRASEOLOGISMUS*

Es erscheint schwierig, einen Phraseologismus genauer zu definieren. Das Problem besteht nämlich darin, die phraseologischen Wendungen ganz detailliert abzugrenzen. Es stellt sich die Frage, was man alles unter dem betreffenden Sprachbegriff verstehen kann und welche Sprachbegriffe in die „Phraseologismengruppe“ gehören, das heißt, ob die Funktionsverbgefüge, geflügelten Wörter oder Sprichwörter auch als Phraseologismen eingeschätzt werden können (vgl. Šilhanová 2008, S. 4ff.). Diese Frage ist noch zu lösen.

Ein *Phraseologismus*, in einigen Quellen auch *Idiom* genannt (vgl. Duden 2006), stellt eine relativ feste Wortverknüpfung von mehr als zwei Wörtern dar, deren Bedeutung sich nicht aus den einzelnen Bestandteilen der Wortkombination ergibt, sondern es muss die ganze Verbindung als eine unteilbare Einheit in diesem Fall betrachtet werden. Im Duden (2006) wird Phraseologismus wie folgt definiert: „Eigentümliche Wortprägung, Wortverbindung od. syntaktische Fügung, deren Gesamtbedeutung sich nicht aus den lexikalischen Einzelbedeutungen ableiten lässt (z. B. Angsthase = sehr ängstlicher Mensch).“

Die Haupteigenschaft, dass die Phraseologismenbedeutung aus der ganzen Einheit abgeleitet wird, muss man unbedingt in Betracht ziehen, wenn es um den Fremdspracherwerb

oder um Übersetzungen geht. Es zeigt sich nämlich, dass es in den meisten Fällen ganz und gar unmöglich ist, die phraseologischen Wendungen in eine andere Fremdsprache wörtlich zu übertragen. Weil ein unterschiedliches Verhältnis zwischen der wörtlichen und der phraseologischen Bedeutung der betreffenden Wortverbindungen besteht, muss man diese Tatsache bei der Übersetzung berücksichtigen, sonst würden sinnlose Verbindungen und Sätze in der übersetzten Sprache entstehen. Der deutsche Phraseologismus *mit Kind und Kegel* kann dafür als ein Beispiel dienen. Er kann ins Tschechische nicht Wort für Wort als *s dítětem a kuželkou* bzw. *s dítětem a nemanželským dítětem* (weil im Mittelhochdeutschen mit dem Begriff *Kegel* nicht nur *kuželka*, sondern auch *nemanželské dítě* gemeint war, vgl. Duden 2006), sondern muss als *s celou rodinou* übersetzt werden.

Die Phraseologismencharakteristik kann außer der semantischen Hinsicht (die sich auf die Bedeutung der Phraseologismen bezieht, was oben illustriert wurde) aus zwei anderen Sprachebenen untersucht werden: aus der syntaktischen und der lexikalischen. Der lexikalische Standpunkt verbindet sich mit der Festigkeit der Wortverbindungen, die keine wesentliche und willkürliche Wortersetzung ermöglicht, wie z. B. *Kegel* kann nicht durch das Wort *Kugel* in der phraseologischen Verbindung *mit Kind und Kegel* ersetzt werden. Was die syntaktische Ebene betrifft, darf die Stellung der einzelnen Wörter im Phraseologismus nicht unkontrolliert verändert werden. Es ist unmöglich, die Wörter auf folgende Art und Weise umzustellen: *mit Kegel und Kind**.

3 MOTIVIERTHEIT DER PHRASEOLOGISMEN

Außerdem besteht die Möglichkeit, die Phraseologismen nach dem Kriterium der so genannten *Motiviertheit* einzuschätzen. Mit diesem Ausdruck wird im Rahmen der Sprachwissenschaft auf Folgendes hingewiesen: „*motivierete Bildung – durchschaubare Wortbildung, deren Bildungsweise und Bedeutung aus ihren Einzelteilen noch erkennbar ist*“ (Wahrig 2008).

Erstens unterscheidet man (vgl. Burger zitiert in Schneeweiß 2000, S. 125) zwischen den **direkt motivierten** Phraseologismen, deren Bedeutung auf Grund der einzelnen Wörter immer noch leicht verständlich bleibt, wie z. B. *Maßnahmen treffen – udělat/přijmout opatření* (wörtlich kann dieser Phraseologismus beispielsweise ins Tschechische übersetzt werden - *potkat, trefit, uhádnout, zastihnout, dověst, zasáhnout, setkat, vystihnout opatření*), zweitens gibt es **teilmotivierte Phraseologismen**, bei denen sich die Gesamtbedeutung schon mit größeren Schwierigkeiten ableiten lässt, wie z. B. *in Hülle und Fülle – hojně, vrchovatě* (weil *Hülle* vielen Wörtern in der tschechischen Sprache entspricht, wäre es möglich, diesen Phraseologismus beispielsweise wie folgt übersetzen – *v obalu, pouzdře, plášti, okvěti, ručníku* usw. *v hojnosti*), drittens weist man auf Grund der spezifischen Eigenschaftsähnlichkeit und der gesamten Assoziation auf **metaphorisch motivierte** Phraseologismen hin, wie z. B. *jemandem raucht der Kopf – někomu se kouří z hlavy* (wörtlich übersetzt *někomu kouří hlava*), viertens bestehen noch die **unmotivierten Phraseologismen**, deren semantische Bedeutung auf Grund der einzelnen Teile nicht mehr feststellbar ist, wie z. B. *an jemandem einen Narren gefressen haben – někoho si velmi oblíbit* (bei wörtlicher Übersetzung ins Tschechische könnten sich beispielsweise folgende Verbindungen ergeben - *na někom sníst blázna, šilence, šaška, blázinka, pošetilého člověka*).

4 ALLGEMEINE CHARAKTERISTIK DER ZEITSCHRIFT *MARKETING JOURNAL*

Die Zeitschrift *Marketing Journal* wurde im Jahre 1968 in Hamburg gegründet. In den Jahren 1968–2003 wurde diese Zeitschrift sechsmal pro Jahr herausgegeben. Von 2004 bis 2007 wurde

sie monatlich veröffentlicht. Im Jahre 2008 hat man die Herausgabe der Zeitschrift eingestellt und eine neue Zeitschrift mit dem Titel *Marke41 - Das neue Journal für Marketing* gegründet. Die Nummer 41 im angeführten Zeitschriftennamen bezieht sich auf den Jahrgang, den das *Marketing Journal* bei seiner Einstellung erreicht hatte.

Im Fall vom *Marketing Journal* ging es um ein unabhängiges Magazin, das als Fachzeitschrift konzipiert wurde. Sie beschäftigte sich mit den neuesten Tendenzen in der Marketingentwicklung, vorwiegend in den deutschsprachigen Ländern. Die Publikation konzentrierte sich darüber hinaus auf die jeweils aktuellsten Themen, wie z. B. Verkaufsförderung, Produktmanagement, Product Placement oder Sponsoring. Weil diese Fachzeitschrift über einen Zeitraum von 40 Jahren herausgegeben wurde, stellt sie gewissermaßen eine Chronik der Marketingentwicklung im deutschsprachigen Raum dar. Die Zeitschrift kann als typisches Beispiel des Marketingsprachegebrauchs in Deutschland dienen (vgl. www.marketing-journal.de).

KURZE CHARAKTERISTIK DER ERSTEN ZEITSCHRIFTENAUSGABE DES *MARKETING JOURNALS* IM JAHR 1976

Bevor die Phraseologismen in der ersten Zeitschriftausgabe aus dem Jahr 1976 analysiert werden, soll das erste Heft kurz vorgestellt werden. Die vorliegende Publikation zählt 92 Seiten. Die Hauptartikel sind unter anderem: *Die Kontroverse beginnt bei den Zielen, Konflikte - aber auch Modus vivendi, Der Markt, die Macht und der Handel, Austria Tabakwerke praktizieren Handels-Marketing, Marketing in Zeiten des Mangels*. Die bedeutendsten Rubriken, die diese Ausgabe umfasst, sind: der *Leitartikel*, der vom Zeitschriftgründer Wolfgang K. A. Disch geschrieben wurde; die Rubrik *Bild+Funk*, welche dem Zeitschriftenleser die mit Marketing- und Wirtschaftsthemen verbundenen Radio- und Fernsehsendungen empfiehlt; die Rubrik *Aktuell*, die die Zeitschriftenabonnenten auf verschiedene Publikationen zum Thema *Marketing* hinweist; die Rubrik *Termine*, in welcher der Leser über aktuelle Marketingseminare, -konferenzen, Treffen und Symposien informiert wird.

5 KRITERIEN DER PHRASEOLOGISMENANALYSE IN DER ERSTEN ZEITSCHRIFTAUSGABE DES *MARKETING JOURNALS* IM JAHR 1976

Die Phraseologismen bereiten vor allem bei der Übersetzung von einer Sprache in eine andere nicht selten Probleme. Der Grund mag darin bestehen, dass die gesamte Phraseologismenbedeutung und die eigentliche Bedeutung der einzelnen Bestandteile differieren (siehe Punkt 1). Aus diesem Grund wurde die Übersetzung aus dem Deutschen in die tschechische Sprache in diesem Kapitel als ein Mittel gewählt, das anhand von konkreten Beispielen demonstrieren soll, dass die Phraseologismen wegen ihrer Bedeutungscharakteristik nicht auf Grund der einzelnen Teile, sondern als eine kompakte Einheit aufgefasst werden müssen. Infolgedessen wird man die Idiome im jeweiligen Kontext beobachten, damit die Übersetzung erleichtert wird. Außerdem wird hervorgehoben, welche Unterschiede bei der Phraseologismenübersetzung aus der deutschen in die tschechische Sprache bestehen. Darüber hinaus wird man sie aus der Perspektive der Motiviertheit untersuchen, d.h. ob es sich um direkt *motiviertere Wendungen, teilmotivierte Phraseologismen, metaphorisch motivierte Phraseologismen oder unmotivierte Phraseologismen* handelt.

In der untersuchten Ausgabe aus dem Jahr 1976 wurden lediglich solche phraseologischen Wendungen festgestellt, die ausschließlich mit dem deutschen Wortgut gebildet wurden. Es gab in diesem Heft keine Phraseologismen, die auch aus anderen Sprachen übernommene Wörter (wie z. B. Anglizismen, Italienismen) umfassen. Die festgestellten Phraseologismen werden nachfolgend in der Reihenfolge analysiert, in der sie in der gegenständlichen Zeitschrift vorkamen.

1) „*Wer über Wissen, Ideen und Können verfügt, wird vorne liegen, wird damit auch die ‚Grenzen des Wachstums‘ sprengen*“ (MJ 1976, 1).

Hier kann die Verbindung *vorne liegen* als eine phraseologische Wendung eingeschätzt werden. Wenn der Inhalt der Aussage genauer betrachtet wird, kann man die Phrase nicht wörtlich mit *ležet vpředu* ins Tschechische übersetzen, sonst würde der gesamte Satz ziemlich unbeholfen klingen. Die betreffende Phrase kann beispielsweise als *mít náskok* (auf Deutsch *Vorsprung haben*) ins Tschechische übertragen werden. In diesem Zusammenhang lässt sich behaupten, dass es um einen metaphorisch motivierten Phraseologismus geht, der auf Grund der Ähnlichkeit und Assoziation zwischen diesen zwei Wörtern *vpředu* – *náskok* entstanden ist.

2) „*Der Handel kommt in die Lage, eigene Marketingideen und -konzepte, z. B. ein ganz bestimmtes Plazierungs- oder Sortimentskonzept, konsequent durchzusetzen. Umgekehrt verliert der Hersteller an Einfluß, z. B. durch Point-of-Sales-Betreuung. Dies bedeutet für den Hersteller nicht nur den Verlust entscheidender absatzpolitischer Instrumente, sondern es bringt ihn in die Gefahr, daß der Handel solche nun von ihm kontrollierten Instrumente in einer Art und Weise einsetzt, die seiner Marketingkonzeption zuwiderläuft*“ (MJ 1976, S. 5–6).

In einer Art und Weise stellt eine feste phraseologische Verbindung dar, die als direkt motiviert eingeschätzt werden kann. Falls wörtlich ins Tschechische übersetzt wird, ergibt sich daraus eine unnötige Wortwiederholung *v jednom způsobu a způsobu*, weil beide Substantive *Art* und *Weise* inhaltliche Synonyme in dieser Sprache sind. Auf Tschechisch wird die Phrase lediglich *takovým způsobem* übersetzt, um eine stilistische Unbeholfenheit zu vermeiden, weil es in der tschechischen Sprache im Vergleich zu der deutschen um keine Zwillingsformel geht.

Man kann auch sagen *auf eine (bzw. diese) Weise*. In diesem Fall geht es aber um keine phraseologische Prägung, sondern lediglich um eine präpositionale Verbindung, wie z. B. im folgenden Beleg: „*Auf diese Weise ließen sich Beachtung und Beurteilung jeder einzelnen Art von Werbedrucksache differenziert messen*“ (MJ 1976, S. 78).

3) „*Eine Abstimmung der Ziele wird auf lange Sicht die Abkehr vom teiloptimierenden Denken beider Seiten zur Voraussetzung haben. Der gesamte „Marketing-Weg“ von der Produktkonzipierung bis zum Verkauf muß als Gesamtsystem betrachtet und optimiert werden*“ (MJ 1976, S. 8).

In diesem Abschnitt kommt der Phraseologismus *auf lange Sicht* vor. Während seine Bedeutung auf Grund der einzelnen Teile immer noch verständlich ist, lässt sich behaupten, dass er genauso wie der vorangehende Phraseologismus als ein direkt motivierter Phraseologismus eingeschätzt werden kann. Wörtlich ins Tschechische übersetzt, klingt die Wendung *na*

dlouhý pohled. Wenn die untersuchte Wendung nach dem Sinn der Aussage übersetzt wird, verkürzt man sie im Tschechischen in *dlouhodobě*.

4) „Wenn man dieses Feld von Konfliktstoffen, das mit dieser beispielhaften Aufzählung noch nicht abgeschlossen ist, vor seinem geistigen Auge ausbreitet, dann kommen einem in der Tat die oft zitierten Worte von „Partnerschaft“ und „Kooperation“, „Harmonisierung“ und „Interessengemeinschaft“ wie reines Phrasengedresch vor. Und natürlich hat die „Lebensmittel-Zeitung“ gar nicht Unrecht mit ihrem Wort von der Gegensätzlichkeit der Interessen der Marktpartner, die man endlich einmal akzeptieren müsse“ (MJ 1976, S. 9).

Auch in diesem Fall ist es möglich zu sagen, dass die Verbindung *in der Tat* ein direkt motivierter Phraseologismus ist. Obwohl *Tat* auf Tschechisch *čin* bzw. *skutek* bedeutet, lässt sich feststellen - sowohl auf Grund der einzelnen Wörter als auch mittels des Kontextes -, dass diese Verbindung dem deutschen Adverb *tatsächlich* entspricht. Mehrere Übersetzungsmöglichkeiten stehen in der tschechischen Sprache zur Verfügung, wie z. B. *vskutku*, *ve skutečnosti*, *doopravdy*. Es wäre sogar möglich *v praxi* sagen, wenn der Inhalt des angeführten Zitats berücksichtigt wird.

5) „Ich bin übrigens der Meinung, daß für diese ständige Kommunikation auch die Fachzei-
tungen ein sehr hilfreiches Instrument sind - sowohl als Informationsträger im Anzeigenraum,
als auch durch das Verhalten und Analysieren der anstehenden Probleme im redaktionellen
Bereich“ (MJ 1976, S. 10).

In diesem Zitat kann die syntaktische Fügung *der Meinung sein* als ein direkt motivierter Phraseologismus betrachtet werden. Die Bedeutung dieser Wortkombination scheint nämlich auf Grund der einzelnen Wörter und des Gebrauchszusammenhangs vollkommen klar zu sein. Die tschechische Wort-für-Wort-Übersetzung *jsem toho názoru* klingt etwas unbeholfen, weil die feste phraseologische Verbindung in der tschechischen Sprache *mit názor* lautet.

Im untersuchten Heft wurde darüber hinaus noch eine analoge Verbindung *der Ansicht sein* mit derselben Gesamtbedeutung festgestellt: „Die Befragten sind der Ansicht, daß die Zeitungen am meisten Platz im Briefkasten einnehmen, gefolgt von unadressierten Drucksachen“ (MJ 1976, S. 79). Auch in diesem Fall muss die Umsetzung ins Tschechische als *mit názor* angepasst werden.

6) „Wer kein totales Marketing praktiziert oder akzeptiert, stochert mit der Stange im Nebel. Er wird viel Glück haben müssen“ (MJ 1976, S. 31).

In diesem Satz kann die Verbindung *mit der Stange im Nebel stochern* für einen Phraseologismus gehalten werden. Wenn man diesen wörtlich ins Tschechische übersetzt, bekommt man eine ziemlich amüsante Phrase *štourat s tyčí v mlze*. Diese Verbindung ist metaphorisch motiviert, weil sich das Substantiv *Nebel* in der übertragenen Bedeutung auf etwas *Unklares* oder *Ungewisses* beziehen mag. Im Tschechischen entspricht diese Wendung einer analogischen metaphorischen Phrase *tápat v mlze* bzw. *v neznámu*.

7) „Man wird Umwelt, Industrialisierung, Rohstoff- und Energieversorgung sowie Ernährung im Griff haben, auch die Probleme des Bevölkerungswachstums, das mehr nachlassen wird als heute noch angenommen“ (MJ 1976, S. 32).

Hier tritt der Phraseologismus *etwas im Griff haben* auf. Den Ausdruck *Griff* übersetzt man auf Tschechisch wie folgt: *hmat, uchopení, chvat, úkon* usw. Falls die Phrase Wort für Wort übersetzt wird, ergibt sich *mít něco v uchopení*. Genauso wie im vorangehenden Fall geht es auch hier um eine metaphorische Motivation, bei der es eine Assoziation zwischen *Griff* und *Hand* gibt. Wenn jemand etwas fest in den Händen hält, bedeutet es in der bildlichen Übertragung: *er hat es unter Kontrolle* bzw. *er versteht es*. Auch in diesem Fall muss man den betreffenden Phraseologismus im zitierten Satz etwas modifizieren, wie z. B. *bude mít životní prostředí, industrializaci . . . pod kontrolou*.

8) „Und doch ist es gerade diese Idee, die diesen Vortrag wie ein roter Faden durchzieht“ (MJ 1976, S. 33).

In diesem Zitat findet man eine sehr interessante phraseologische Verbindung *wie ein roter Faden durchziehen*, die wörtlich *protahovat jako červená nit* übersetzt wird. Nach dem eingeführten Kontext kann man die Bedeutung dieser Verbindung relativ leicht ableiten und ins Tschechische beispielsweise wie folgt übersetzen: *. . . hlavní myšlenka, která tuto přednášku spojuje*. Ohne den entsprechenden Zusammenhang wäre die Bedeutung dieser Phrase für die Fremdsprachenlerner kaum verständlich. Auf Grund dessen lässt sich sagen, dass es sich um einen unmotivierten Phraseologismus handelt, weil sich seine Bedeutung ohne den Kontext nur schwer erschließen lässt. Dieser Phraseologismus ist aus Goethes *Wahlverwandtschaften* in die allgemeine deutsche Sprache eingegangen: „der rote Faden (der leitende, verbindende Grundgedanke; nach Goethes „Wahlverwandtschaften“ (2, 2), wo eine alles verbindende Hauptidee mit dem durchlaufenden roten Faden im Tauwerk der engl. Marine verglichen wird): sich als roter Faden/ wie ein roter F. durch etw. hindurchziehen“ (Duden 2006).

9) „Wenn eine Seidentasche aus Schweineohren hergestellt werden kann, dann sollte man doch gewiß in der Lage sein, Werbung, Verkauf und Vertrieb zur sorgfältigen Nutzung seltener strategischer Materialien einzusetzen“ (MJ 1976, S. 33).

Obwohl die Phrase *eine Seidentasche aus Schweineohren herstellen*, auf Tschechisch übersetzt *vyrobit z prasečích uší hedvábnou tašku*, auf den ersten Blick wie ein Phraseologismus aussieht, ist es hier nicht der Fall. *André van Dam*, der Autor des Artikels *Marketing in Zeiten des Mangels*, hat ein Experiment beschrieben, das vor einem halben Jahrhundert in England durchgeführt wurde: „Vor mehr als einem halben Jahrhundert machte sich Arthur D. Little mutig daran, eines der vielen Dogmen zu widerlegen, denen sein Land und seine Landsleute ausgesetzt waren: „Aus einem Schweineohr kann man keine Seidentasche machen.“ Seine damals in den Anfängen stehende, mittlerweile weltberühmte Unternehmensberatungsfirma reduzierte Schweineohren zu einem viskosen Klebstoff, der in Wasser gesprüht und mit Azeton geliert wurde. Diese Mischung wurde unter Druck filtriert und die sich ergebenden Fäden in eine härtende Lösung von Azeton und Formaldehyd eingeführt. Nachdem die getrockneten Fasern in Glycerin getaucht wurden, fühlten sie sich sanft und weich an. Mittels eines Handwebstuhls webte man die Fäden zu einem Seidenstoff, aus dem dann eine Abendtasche genäht wurde. Sie ist im Museum der Smithsonian Institution in Washington ausgestellt. Diesen Fall habe ich hier lediglich zitiert, um Marketing-Manager in der ganzen Welt anzuregen, das Unerwartete zu erwarten und das Undenkbare zu denken“ (MJ 1976, S. 33).

Wie aus dem angegebenen Zitat folgt, wollte der Artikelschreiber diesen chemischen Versuch als Beispiel benutzen, um zu zeigen, dass man Unerwartetes erreichen kann, wenn man will.

Als Phraseologismus kann im oben angeführten Zitat die Wendung *in der Lage sein* eingeschätzt werden, die ins Tschechische als *být v situaci* übersetzt wird. Es geht um einen direkt motivierten Phraseologismus, der leicht verständlich ist. Die präpositionale Verbindung *in der Lage sein* entspricht dem deutschen Adverb *imstande*. Infolgedessen klingt die tschechische Übersetzung beispielsweise *být schopen*.

Diese phraseologische Verbindung findet man darüber hinaus in der untersuchten Zeitschriftsausgabe noch sechsmal. Die höhere Gebrauchsfrequenz im Vergleich zu den anderen in dieser Ausgabe festgestellten Phraseologismen lässt den Schluss zu, dass sich dieser Phraseologismus fest in der deutschen Marketingsprache eingebürgert hat. Erstens kommt er dreimal im Artikel *Der Einkäufer: vom Buchhalter zum Manager* vor, in dem die betreffende Prägung ins Tschechische auf dieselbe Art und Weise, d.h. *být schopen*, übersetzt werden kann: „Dabei werden solche Lieferanten bevorzugt, die nicht lediglich punktuelle und kurzfristige Gewinne ermöglichen, sondern bereit und in der Lage sind, eine langfristige Problemlösungs-Partnerschaft mit dem eigenen Unternehmen einzugehen“ (MJ 1976, S. 40); „Kurzfristig betrachtet wird der Logistiker unter Ausnutzung der Marktchancen immer dann auf den Einsatz der unternehmenseigenen Fertigungsmöglichkeiten verzichten, wenn er in der Lage ist, bereits fertige, in dieser Form verkäufliche Produkte dem Absatzmarkt mit größerer Profitabilität für die Unternehmung anzubieten.“ (1976, S. 41); „Sind Sie in der Lage, Ihrem Kunden und seinem Einkäufer eine langfristige Problemlösungs-Partnerschaft anzubieten?“ (MJ 1976, S. 41) Außerdem gibt es denselben Phraseologismus noch dreimal im Artikel *Erfolg durch erfolgreiche Verkäufer: THERMODACH*: „In dieser Zeit des Testens wurde mir besonders klar, daß ein großer und vor allem auch nachhaltiger Erfolg nur durch gute Verkäufer gewährleistet werden kann. Das galt besonders für eine Zeit, in der sich der Rückgang der Baukonjunktur bereits bemerkbar machte“ (MJ 1976, S. 56); „Nie wird ein Kunde große Aufträge mit einem Verkäufer abschließen, der ihn mit seiner schlechten Stimmung konfrontiert hat. Die Stimmung ist in der Lage, Menschen in einem Glückskreis zu halten oder aber in einen Teufelskreis zu verbannen“ (MJ 1976, S. 58); „Der Verkäufer muß in der Lage sein, diese Kaufsignale rechtzeitig zu erkennen, um im psychologisch richtigen Moment um den Auftrag zu bitten“ (MJ 1976, S. 59).

10) „Wenn der Kunde seine Argumente ausgesprochen hat, ist die Reihe wieder am Verkäufer. Er argumentiert ruhig, sachlich, aber bestimmt. Vor allem darf er sich nicht aus seinem Konzept bringen lassen“ (MJ 1976, S. 59).

In diesem Satz kann die Wendung *sich aus seinem (bzw. dem) Konzept bringen lassen* als ein direkt motivierter Phraseologismus eingeschätzt werden, weil sich die Gesamtbedeutung *verwirrt* bzw. *nervös werden* ziemlich leicht ableiten lässt. Das Konzept ist ein Substantiv lateinischer Herkunft, das für *návrh, koncepce, osnova* usw. steht. Auf Tschechisch wird diese Prägung wörtlich *nechat se vynést ze (svého) konceptu* übersetzt. Um eine sinnvolle Übersetzung zu machen, muss die betreffende Phrase gewissermaßen an das tschechische Sprachsystem angepasst werden, wie z. B. *nechat se vyvést z míry* bzw. *z konceptu*.

11) „Nur ein maßgeschneidertes Verkaufstraining kann Verhaltensfehler an der Wurzel bekämpfen“ (MJ 1976, S. 69).

Es mag sein, dass die metaphorisch motivierte phraseologische Wendung *an der Wurzel bekämpfen* auf Grund der bildlichen Übertragung zwischen *der Wurzel* und *dem Anfang* entstanden ist. Wörtlich ins Tschechische übersetzt, entsteht *likvidovat u kořene*. Wenn die

Wendung an die tschechische Sprache angepasst wird, resultiert beispielsweise *hned ze začátku odstranit*.

Aus den oben eingeführten Phraseologismenbelegen geht hervor, dass der Textkontext, in dem sie vorkommen, bei der Feststellung der Gesamtbedeutung helfen kann. Außerdem wurde deutlich, dass das Substantiv in den meisten Fällen als der wichtigste Teil der Phraseologismen fungierte. Die Kenntnis der involvierten Substantive kann sehr häufig das Verständnis der ganzen phraseologischen Konstruktion erleichtern. Darüber hinaus sollte man sich auch mit der metaphorischen oder übertragenen Bedeutung solcher Substantive näher beschäftigen, um die Gesamtbedeutung ableiten zu können.

Die untersuchten Belege beweisen auch, dass in der Wirtschaftssprache, in diesem Fall in einer konkreten Marketing-Fachzeitschrift, die Phraseologismen mittels des allgemein sprachlichen Wortgutes gebildet werden.

ZUSAMMENFASSUNG

Aus den vorliegenden Untersuchungen wird klar, dass der Problematik der Phraseologismen und Sprichwörter im modernen Sprachgebrauch besondere Aufmerksamkeit gebührt. Hierbei erscheint die kontrastive Beschäftigung mit diesem Thema unter dem Eindruck der fortschreitenden Globalisierung, beispielsweise mit länderübergreifenden Werbekampagnen, besonders geeignet zu sein. Man kann beobachten, dass die Sprichwörter in den verglichenen Sprachen bei ihren diasystematischen Charakteristiken Unterschiede vor allem in ihren diachronen, diaphasischen, diatextuellen und diafrequenten Werten aufweisen. Weniger markant und weniger häufig sind die Unterschiede in den dianormativen und in diasituativen Werten. Beim deutsch-anderssprachigen Vergleich stellt vor allem die Problematik der diatopischen Differenz, die aus dem plurizentrischen Charakter des Deutschen resultiert, einen spezifischen Themenbereich dar.

Ferner möchten wir darauf hinweisen, dass phraseologische Einheiten u.a. beim Fremdsprachenunterricht eine interessante Herausforderung darstellen können. Denn eine systematische Arbeit mit dem integrierten phraseologischen Material in kürzeren authentischen Texten kann sowohl rezeptive, als auch produktive Kompetenzen im Bereich Phraseologie entwickeln. Außerdem werden die Lernenden in Bezug auf den Bestand an Phraseologismen und Sprichwörtern ihrer Muttersprache hin sensibilisiert. Zur Bewältigung unserer Ziele haben wir die lehrhafte Tendenz von Sprichwörtern an praktischen Beispielen zielgerecht angeführt. Mit einbezogen wurden auch die Ergebnisse aus dem multinationalen Projekt SprichWort (2008–2010). Dieses multilingual ausgerichtete Projekt ist mit seinem Gesamtkonzept ein bedeutender Schritt auf dem richtigen Weg in der Phraseologieentwicklung und -erforschung.

Neben linguistischer Fragestellung wurde in dieser Monographie auch der semiotisch-hermeneutische Hintergrund des Sprichwortgebrauchs erhellt. Man kann feststellen, dass die Sprichwörter eine spezifische Kategorisierung der wahrgenommenen Realität ermöglichen, und zwar durch das Sortieren, Klassifizieren und Simplifizieren. Wir haben die Sprichwörter im Bezug auf ihre *Welt konstituierende* Funktion betrachtet, mit anderen Worten: im Bezug auf die Funktion, die den Menschen die Orientierung in dieser Welt erleichtert. Die *Welt konstituierende* Funktion der Sprichwörter verhilft nämlich dazu, alles Konkrete und Unsichere zu eliminieren und das Allgemeine und Sichere zu festigen. Die Abwechslung der Sprichwörter, die sich nebeneinander manchmal als widersprüchlich erweisen müssten, könnte man als *Situationsdogmatik* bezeichnen. Sie besteht darin, dass je nach Bedarf aus dem Gedächtnis Dogmen in Gestalt von Sprichwörtern hervorgeholt werden oder sie geraten wiederum in Vergessenheit, sodass eventuelle Widersprüche zwischen ihnen unbemerkt bleiben. Demnach handelt es sich um die Manifestierung einer ganzen Tendenz, welche auch als *Alltagsmetaphysik* oder *Volksmetaphysik* bezeichnet werden kann. Wir erachten die *Alltagsmetaphysik* als die grundsätzliche Charakteristik des menschlichen Wesens – eine Art *conditio humana*. In diesem Zusammenhang treten auch die Religionsysteme und Wissenschaftstheorien als Äußerungen dieser Tendenz deutlich hervor. Zur Erklärung der

Problematik wird hier die Theorie der Kategorisierung herangezogen, die im Rahmen der Kognitionswissenschaft, insbesondere der kognitiven Linguistik, erarbeitet wurde.

Die Thematik des Buches wurde auch unter Berücksichtigung der Fachsprachen erörtert. Eingangs haben wir uns der Metaphorisierung in den Fachsprachen zugewandt, die eine häufige Art der Benennung neuer Begriffe repräsentiert. Es kommt oft vor, dass die Metaphern, meistens Einwortmetaphern, in mehreren Fachsprachen koexistieren, wobei sie dort unterschiedliche Bedeutungen haben. Die Polysemie dieser Begriffe ist zwar unerwünscht, im Kontext sind aber Missverständnisse ausgeschlossen. Bei Metaphernkomposita ist sogar der Kontext nicht notwendig, um die richtige Bedeutung der Metapher zu begreifen. Es gibt beispielsweise mehrere Arten slowakischer Äquivalente der deutschen Metaphernkomposita aus der Wirtschaftssprache, die auf Grund von unerschiedlichen Wortbildungsarten gebildet wurden, aber die meisten Entsprechungen sind Mehrwortbegriffe. Auch wenn hier oft metaphorische Entsprechungen vorkommen, im Slowakischen handelt es sich nur im minimalen Umfang um Metaphernkomposita. Die slowakischen Äquivalente verfügen über ein oder auch über kein metaphorisches Merkmal.

In unsere Untersuchungen wurden ferner bemerkenswerte Beispiele einbezogen, welche die Wirtschaftssprache liefert. Wir konnten feststellen, dass die Phraseologismen vor allem in institutionalisierten Briefen, d.h. im Schriftwechsel zwischen den Banken oder zwischen einem Unternehmen und einer Bank bzw. Versicherungsanstalt oder in den an Behörden gerichteten Briefen verwendet werden. Eine weitere Gruppe von Briefen bilden diejenigen Geschäftsbriefe, deren Aufbewahrung wichtig ist, d.h. die nachvollziehbaren Briefe, wie z. B. Reklamation, Zahlungserinnerung, Mahnung oder Bestätigung der vertraglichen Abmachungen, die bei eventuellen Streitigkeiten hinzugezogen werden können. Man kann also behaupten, dass die Position der Phraseologismen, und zwar vorzugsweise der Funktionsverbgefüge, in der deutschen Geschäftskorrespondenz unbestreitbar fest ist.

Eines der Ziele der vorliegenden Studien war, konkrete Fälle des Phraseologismengebrauchs in einer Fachzeitschrift zu erforschen und vorzustellen. Dahinter stand die Absicht, dem Leser mittels der wörtlichen Übersetzung zu zeigen, welche Unterschiede zwischen der semantischen Gesamtbedeutung solcher Konstruktionen und der Bedeutung der einzelnen Teile bestehen. Die einzelnen Fälle des Phraseologismengebrauchs wurden im Kontext behandelt, um zu beweisen, dass der Gebrauchszusammenhang dem Leser wesentlich helfen kann, die Gesamtbedeutung der Phraseologismen abzuleiten. Die in der Zeitschrift *Marketing Journal* festgestellten Beispiele des Phraseologismengebrauchs weisen auch darauf hin, dass vor 33 Jahren dieselben phraseologischen Konstruktionen verwendet wurden wie in der heutigen Zeit.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass sich die Sprichwörter und Phraseologismen einen festen Platz im Wortschatz jeder Sprache erobert haben. Deshalb müssen sie sowohl beim Fremdsprachenerwerb, als auch bei der kognitiven Erfassung dieser Welt gebührend berücksichtigt werden. Es ist nötig, sich dieser Problematik systematisch und nachhaltig zu widmen, weil die Parömiologie und Phraseologie komplexe linguistische und mit ihnen zusammenhängende kognitive, kulturelle und gesellschaftliche Phänomene zu bieten haben, die ihre Brisanz und wissenschaftliche Attraktivität wohl nie verlieren werden. Dieses Buch versteht sich daher als eine Sondierung, die zu ihrer Erforschung beitragen wollte.

LITERATURVERZEICHNIS

- Agricola, Erhard unter Mitwirkung von Görner, Herbert und Kufner, Ruth: *Wörter und Wendungen. Wörterbuch zum deutschen Sprachgebrauch*. Leipzig: Bibliographisches Institut, 1985.
- Apel, Karl-Otto.: Der philosophische Wahrheitsbegriff als Voraussetzung einer inhaltlich orientierten Sprachwissenschaft. In: Gipper, Helmut (Hrsg.): *Sprache – Schlüssel zur Welt. Festschrift für Leo Weisgerber*. Düsseldorf: Schwann, 1959.
- Arendt, Hannah: *Myšlení a úvahy o morálce*. In: *Reflexe*, 19/1998, S. 1–26.
- Arendt, Hannah: *Myšlenie*. Warszawa: Czytelnik, 2002.
- Barthes, Roland: *Mitologie*. Warszawa: Wydawnictwo KR, 2000.
- Bartmiński, Jerzy: *Stereotypy mieszkają w języku*. Lublin: Wydawnictwo UMCS, 2007.
- Baur, Rupprecht S.; Chlosta, Christoph (Hrsg.): *Von der Einwortmetapher zur Satzmetapher*. Bochum: Studienverlag Dr. Norbert Brockmeyer, 1995.
- Berger, Peter L.; Luckmann, Thomas: *The social construction of reality*. London: Penguin Books, 1971.
- Bocheński, Joseph Maria: *Formale Logik*. Freiburg, München: Alber, 1956.
- Bogatyrev, Petr; Jakobson, Roman: Die Folklore als eine besondere Form des Schaffens. In: *Verzaameling van Opstellen door Oud-leerlingen en Bevriende Vakgenooten. Donum Natalicum Schrijnen 3 Mei 1929*. Nijmegen, Utrecht: Dekker & Van de Gegt, 1929.
- Burger, Harald: *Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen*. Berlin: Erich Schmidt Verlag, 2007.
- Burger, Harald; Buhofer Annelies; Sialm, Ambros: *Handbuch der Phraseologie*. Berlin, New York: Walter de Gruyter, 1982.
- Burszta, Wojciech J.: *Antropologia kultury*. Poznań: Zysk i S-ka, 1998.
- Conrad, Rudi (Hrsg.): *Kleines Wörterbuch sprachwissenschaftlicher Termini*. Leipzig: Bibliographisches Institut, 1981.
- Coulmas, Florian: *Routine im Gespräch. Zur pragmatischen Fundierung der Idiomatik*. Wiesbaden: Akademische Verlagsgesellschaft Athenaion, 1981.
- Černyševa, Irina I.: Phraseologie. In: Stepanova, Marija D.; Černyševa, Irina I.: *Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache*. Moskau: Vyssaja skola, 1986, S. 175–239.
- Dalmas, Martine: Routinenformeln: Ein willkommener Beitrag zur Heterogenität der Rede. In: Häcki Buhofer, Annelies; Burger, Harald.; Gautier, Laurent (Hrsg.): *Praseologiae Amor. Aspekte europäischer Phraseologie. Festschrift für Gertrud Greciano zum 60. Geburtstag*. Hohengehren: Schneider Verlag, 2001.
- Dijk, Teun van: *Dyskurs jako struktura i proces*. Warszawa: Wydawnictwo naukowe PWN, 2001.
- Dobrovolskij, Dmitrij: *Kognitive Aspekte der Idiom-Semantik. Studien zum Thesaurus deutscher Idiome*. Tübingen: Gunter Narr, 1995.
- Dolník, Juraj: *Lexikológia*. Bratislava: Univerzita Komenského, 2003.
- Drosdowski, Günther u. Koll.: *Duden. Deutsches Universalwörterbuch A-Z*. Mannheim, Wien, Zürich: Dudenverlag, 1989.

- Drosdowski, Günther u. Koll.: *Duden. Das Herkunftswörterbuch. Etymologie der deutschen Sprache*. Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich: Dudenverlag, 1997.
- Drosdowski, Günther u. Koll.: *Duden: Redewendungen und sprichwörtliche Redensarten. Wörterbuch der deutschen Idiomatik*. 2. Aufl. Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich: Dudenverlag, 2002.
- Drosdowski, Günther u. Koll.: *Duden: Zitate und Aussprüche*. 1. Aufl. Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich: Dudenverlag, 1998.
- Drosdowski, Günther u. Koll.: *Duden: Deutsches Universalwörterbuch*. 6. Aufl. Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich: Dudenverlag, 2006.
- Duhme, Michael: *Phraseologie der deutschen Wirtschaftssprache: Eine empirische Untersuchung zur Verwendung von Phraseologismen in journalistischen Fachtexten*. Essen: Die blaue Eule, 1991.
- Ďurčo, Peter: *Probleme der allgemeinen und kontrastiven Phraseologie am Beispiel Deutsch und Slowakisch*. Heidelberg: Julius Groos Verlag, 1994.
- Ďurčo, Peter: Bekanntheit, Häufigkeit und lexikographische Erfassung von Sprichwörtern. Zu parömiologischen Minima für DaF. In: Buhofer Annelies; Burger, Harald; Gautier, Laurent (Red.): *Phraseologiae Amor: Aspekte europäischer Phraseologie*. Hohengehren: Schneider Verlag, 2001, S. 99–106.
- Ďurčo, Peter: Unterschiede in der (Un)kenntnis von Sprichwörtern in verschiedenen Lebensaltern. In: *Spracherwerb und Lebensalter*. In: Häcki Buhofer, Annelies et al. (Red.). Tübingen, Basel: Francke Verlag, 2002, S. 293–304.
- Ďurčo, Peter: Paremiologické minimum slovenčiny. Výsledky a porovnanie. In: Blatná, Renata; Petkevič, Vladimír (eds.): *Jazyky a jazykověda. Sborník k 65. narozeninám prof. PhDr. Františka Čermáka, DrSc.* Praha: FFUK – Ústav Českého národního korpusu, 2005a, S. 45–61.
- Ďurčo, Peter: *Sprichwörter in der Gegenwartssprache*. Trnava: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2005b.
- Eckert, Rainer: *Aktuelle Probleme der Phraseologie*. Leipzig: Karl-Marx Universität, 1976.
- Eckert, Rainer; Günther, Kurt: *Die Phraseologie der russischen Sprache*. Leipzig: Langescheidt, 1992.
- Eco, Umberto: *Kant and the Platypus. Essays on Language and Cognition*. London: Vintage, 2000.
- Eliade, Mircea: *Mit wiecznego powrotu*. Warszawa: Wydawnictwo KR, 1998.
- Fay, Brian: *Současná filosofie sociálních věd. Multikulturní přístup*. Praha: Sociologické nakladatelství SLON, 2002.
- Fleischer, Wolfgang; Barz, Irmhild: *Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache*. Tübingen: Max Niemayer Verlag, 1995.
- Fleischer, Wolfgang: *Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache*. Tübingen: Max Niemayer Verlag, 1997.
- Fleischer, Wolfgang: *Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 2007.
- Földes, Csaba: Überlegungen zum lexikographischen Konzept eines phraseologischen Wörterbuchs. In: *Muttersprache*, 105/1, 1995, S. 66–78.
- Giza, Anna: *Życie jako opowieść*. Wrocław: Polska Akademia Nauk, 1991.
- Hołówka, Teresa: *Myslenie potoczne. Heterogeniczność zdrowego rozsądku*. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy, 1986.

- Höppnerová, Věra: *Phraseologismen in der Fachsprache der Außenwirtschaft*. Dresden: Technische Universität, 1991.
- Höppnerová, Věra: Bildhaftes Wirtschaftsdeutsch. Auf Spurensuche im Metapherbereich. In: *Odborná komunikácia v zjednotenej Európe II*. Banská Bystrica: Ekonomická fakulta UMB; Praha: Jednota tlmočníkov a prekladateľov, 2004.
- Husserl, Edmund: *Ideen zu einer reinen Phänomenologie und phänomenologischen Philosophie. Erstes Buch*. Halle a.d.S.: Max Niemeyer Verlag, 1922.
- Husserl, Edmund: *Ideen zu einer reinen Phänomenologie und phänomenologischen Philosophie. Zweites Buch*. Haag: Martinus Nijhoff, 1952.
- Jackendoff, Ray: *Semantics and Cognition*. London: MIT Press, 1983.
- Jäger, Siegfried: *Kritische Diskursanalyse. Eine Einführung*. Münster: Unrast Verlag, 2004.
- Jesenšek, Vida; Fabčič, Melanija: *Phraseologie kontrastiv und didaktisch*. Maribor: Zora 47, 2007.
- Juríková, Marta et al.: *Slovensko-nemecký slovník*. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1997.
- Kajfosz, Jan: O relacyjnym i wielowarstwowym charakterze obrazu świata. In: *Literatura ludowa*. Nr. 4-5 (47). Wrocław: Polskie Towarzystwo Ludoznawcze, 2003a.
- Kajfosz, Jan: Themenbereiche der gegenwärtigen Semiotik. Mit Bezug auf den sprachlich-kulturellen Relativismus. In: *Zeitschrift der Germanisten Rumäniens*, Jahrgang 11–12, Heft 1-2 (21-22)/2002, 1-2(23-24)/2003. Bucuresti: Paideia, 2003b.
- Kalaga, Wojciech: *Mgławice dyskursu*. Kraków: Universitas, 2001.
- Kamber, Alain: *Funktionsverbgefüge empirisch. Eine korpusbasierte Untersuchung zu den nominalen Prädikaten des Deutschen*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 2008.
- Kontríková, Iveta; Biris, Teodora Rodica: Komposition in der Terminologie des Managements und Marketings. In: *Studia Universitatis „Vasile Goldiș“ Arad, Seria Științe Economice*. Arad: Universităt Vasile Goldiș, Jg. 17, 2007.
- Krapiec, Mieczysław Albert: *Język i świat realny*. Lublin: Katolicki Uniwersytet Lubelski, 1985.
- Krzyżanowski, Julian: *Szkice folklorystyczne, Bd. 3*. Kraków: Wydawnictwo Literackie, 1980.
- Kwaśnica, Robert: Rzeczywistość jako byt sensu. Teza o językowym tworzeniu rzeczywistości. In: *Język a kultura. Bd. 1. Podstawowe pojęcia i problemy*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 1991.
- Labocha, Janina: Tekst autobiograficzny jako pewna wizja świata. In: *Język a kultura. Bd. 13. Językowy obraz świata i kultura*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 2000.
- Lakoff, George: *Women, Fire and Dangerous Things: What Categories Reveal about the Mind*. Chicago: The University of Chicago Press, 1987.
- Lakoff, George; Johnson, Mark: *Metaphors We Live*. Chicago: The University of Chicago Press, 1980.
- Lippmann, Walter: *Public opinion*. New York: Harcourt, Brace and Co., 1922.
- Lotman, Jurij; Uspienski, Borys: O semiotycznym mechanizmie kultury. In: Janus, Elżbieta; Mayenowa, Maria Renata (eds.): *Semiotyka kultury*. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy, 1975.
- Mackensen, Lutz: *Zitate, Redensarten, Sprichwörter*. Haunau: Dausien, 1985.

- Maćkiewicz, Jolanta: Kategoryzacja a językowy obraz świata. In: Bartmiński, Jerzy (Hrsg.): *Językowy obraz świata*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marie Curie-Skłodowskiej, 1999a.
- Maćkiewicz, Jolanta: Wyspa; językowy obraz wycinka rzeczywistości. In: Bartmiński, Jerzy (Hrsg.): *Językowy obraz świata*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marie Curie-Skłodowskiej, 1999b.
- Majtán, Milan: *Historický slovník slovenského jazyka V*. Bratislava: VEDA, 2000. In: <http://slovník.juls.savba.sk/>.
- Marketing Journal*. Hg. v. Gesellschaft für angewandtes Marketing. Nr. 1, 1976.
- Martin, Gottfried: *Einleitung in die allgemeine Metaphysik*. Stuttgart: Philipp Reclam jun., 1984.
- Masár, Ivan: *Príručka slovenskej terminológie*. Bratislava: VEDA, 1992.
- Mistrík, Jozef et al.: *Encyklopédia jazykovedy*. Bratislava: Obzor, 1993.
- Mistrík, Jozef: *Štylistika*. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1997.
- Mlacek, Jozef: *Štúdie a state o frazeológii*. Ružomberok: Katolícka univerzita v Ružomberku, 2007.
- Mlacek, Jozef: O povrávkach a o ich uplatňovaní v reči. *Kultúra slova*, Nr. 2, Jg. 41. Bratislava: Jazykovedný ústav Ľ. Štúra SAV, 2007.
- Molotov, Alexandr I.: *Osnovy frazeologii russkogo jazyka*. Leningrad: Izd. Nauka, 1977.
- Olejárová, Miriam: Arbeit mit Wirtschaftsspezifischen Wortfügungen im Deutschunterricht. In: *Acta linguistica*, Nr. 3. Banská Bystrica: Ekonomická fakulta UMB, 1999.
- Ondrčková, Eva; Lišková, Danuše; Pospíšilová, Jana: *Nemecko-slovenský ekonomický slovník*. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 2000.
- Ondrus, Pavel; Horecký, Ján; Furdík, Juraj: *Súčasný slovenský spisovný jazyk. Lexikológia*. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1980.
- Ondruš, Šimon; Sabol, Ján: *Úvod do štúdia jazykov*. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1984.
- Peciar, Štefan: *Slovník slovenského jazyka*. Bratislava: Vydavateľstvo Slovenskej akadémie vied. 1959–1968. In: <http://slovník.juls.savba.sk/>.
- Permjakov, Grigorij L.: *Dreihundert allgemeingebrauchliche russische Sprichwörter und sprichwörtliche Redensarten*. Moskau, Leipzig: Enzyklopädie, 1986.
- Pilz, Klaus Dieter: *Phraseologie. Versuch einer interdisziplinären Abgrenzung, Begriffsbestimmung und Systematisierung unter besonderer Berücksichtigung der deutschen Gegenwartssprache*. Göppingen: A. Kümmerle, 1978.
- Pokorný, Petr: *Píseň o perle. Tajné knihy starověkých gnostiků*. Praha: Vyšehrad, 1986.
- Polanyi, Michael: *The Tacit Dimension*. Garden City: Doubleday & Comp., 1966.
- Polčicová, Mária: *Modely metafory v odbornom ekonomickom jazyku*. Banská Bystrica: Ekonomická fakulta UMB, 2006.
- Polčicová, Mária: *Modely obraznosti v jazyku odbornej komunikácie*. Banská Bystrica: Ekonomická fakulta UMB, 2007.
- Polenz, Peter von: *Deutsche Satzsemantik*. Berlin, New York: Walter de Gruyter, 1988.
- Rothkegel, Anneli: *Feste Syntagmen. Grundlagen, Strukturbeschreibung und automatische Analyse*. Tübingen: Niemeyer Verlag, 1973.
- Röhrich, Lutz: *Das große Lexikon der sprichwörtlichen Redensarten*. Freiburg, Basel, Wien: Herder, 1991.

- Röhrich, Lutz: *Lexikon der sprichwörtlichen Redensarten*. Berlin: Directmedia Publishing, 2000.
- Sapir, Edward: *Kultura, język, osobowość*. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy, 1978.
- Schneeweiss, Josef: *Journalistische Wirtschaftssprache in Österreich. Unter besonderer Berücksichtigung der Tendenzen, Austriazismen, Neologismen, Internationalismen, Metaphern und Phraseologismen*. Wien: Praesens Verlag, 2000.
- Stein, Stephan: *Formelhafte Sprache. Untersuchungen zu ihren pragmatischen und kognitiven Funktionen im gegenwärtigen Deutsch*. Frankfurt/M, Berlin, Bern, New York, Paris, Wien: Lang, 1995. Sprache in der Gesellschaft. Beiträge zur Sprachwissenschaft 22.
- Šilhánová, Renata: Phraseologismen und Kollokationen als lexikalische Komponenten in der Geschäftskommunikation und in den Firmenpräsentation. In: *Sborník Mezinárodní konference k evropskému mezikulturnímu dialogu*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2008.
- Telija, Veronika N.: *Russkaja frazeologija. Semantičeskij, pragmatičeskij i lingvokul'turo-logičeskij aspekty*. Moskva: Jazyki russkoj kul'tury, 1996.
- Wahrig. *Deutsches Wörterbuch*. 6. neu bearb. Aufl. Gütersloh: Bertelsmann Lexikon Verlag, 1997.
- Wahrig. *Deutsches Wörterbuch*. München: Wissen Media Verlag, 2008.
- Wanzeck, Christiane: *Zur Etymologie lexikalisierte Farbwortverbindungen*. Amsterdam, New York: Editions Rodopi, 2003.
- Weisgerber, Leo: *Muttersprache und Geistesbildung*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 1929.
- Weisgerber, Leo: Das Problem der inneren Sprachform und seine Bedeutung für die deutsche Sprache. In: Gipper, Helmut (Hrsg.): *Zur Grundlegung der ganzheitlichen Sprachauffassung*. Düsseldorf: Schwann, 1964a.
- Weisgerber, Leo: Die Zusammenhänge zwischen Muttersprache, Denken und Handeln. In: *Zur Grundlegung der ganzheitlichen Sprachauffassung*. Düsseldorf: Schwann, 1964b.
- Wójcik, Alina; Ziebart, Horst: *Słownik przysłów niemiecko-polski, polsko niemiecki. Sprichwörterbuch deutsch-polnisch, polnisch-deutsch*. Warszawa: Wiedza Powszechna, 1997.

INTERNETSEITEN

- <http://de.wikipedia.org/wiki/Metapher>
<http://www.marketing-journal.de>
<http://www.sprichwort-plattform.org/>
<http://wapedia.mobi/de/Metapher?t=3>

AUTOREN

Mgr. Katarína Doležalová
Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta humanitních studií
Ústav jazyků
Mostní 5139
CZ-76001 Zlín

prof. PhDr. Peter Durčo, CSc.
Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta humanitních studií
Ústav jazyků
Mostní 5139
CZ-76001 Zlín

Mgr. Silke Gester, Ph.D.
Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta humanitních studií
Ústav jazyků
Mostní 5139
CZ-76001 Zlín

Dr hab. Jan Kajfosz
Uniwersytet Slaski w Katowicach
Wydział Etnologii i Nauk o Edukacji
Instytut Etnologii i Antropologii Kulturowej
Bielska 62
PL-43-400 Cieszyn

Mgr. Iveta Kontríková, Ph.D.
Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici
Ekonomická fakulta
Inštitút manažérskych systémov Poprad
Francisciho 910/8
SK-05801 Poprad

Mgr. Věra Kozáková, Ph.D.
Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta humanitních studií
Ústav jazyků
Mostní 5139
CZ-76001 Zlín

Mgr. Libor Marek
Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta humanitních studií
Ústav jazyků
Mostní 5139
CZ-76001 Zlín

Mgr. Renata Šilhánová, Ph.D.
Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta humanitních studií
Ústav jazyků
Mostní 5139
CZ-76001 Zlín

PHRASEOLOGISMEN UND SPRICHWÖRTER
IN DER MODERNEN DEUTSCHEN SPRACHE

Herausgegeben von
Mgr. Silke Gester, Ph.D.
Mgr. Libor Marek

Herausgeber:
Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
nám. T. G. Masaryka 5555
CZ-760 01 Zlín

Ausgabe: I., 2010

Auflage: 200 Exemplare

Druck: Academia centrum Zlín

ISBN 978-80-7318-987-7