

**ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI**

**FAKULTA PEDAGOGICKÁ**

**KATEDRA NĚMECKÉHO JAZYKA**

**Phraseologismen in den deutschen  
Jugendzeitschriften**

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

**FISCHBACHOVÁ NIKOLA**

Vedoucí práce: Prof. PhDr. Věra Höppnerová, DrSc.

Plzeň 2015

Ich erkläre, dass ich meine Bachelorarbeit selbstständig verfasst habe und dass ich nur im Literaturverzeichnis angeführte Quellen verwendet habe.

Pilsen, April 2015

.....

An dieser Stelle möchte ich mich bei der Leiterin meiner Bachelorarbeit  
Frau Prof. PhDr. Věra Höppnerová, DrSc. für Ihre wertvollen Ratschläge,  
Unterstützung, Zeit und Geduld herzlich bedanken.

# Inhaltsverzeichnis

<b>I. EINLEITUNG</b> .....	7
<b>II. DER THEORETISCHE TEIL</b> .....	8
1. Einführung in die Phraseologie .....	8
2. Definition des Begriffes Phraseologismus .....	8
3. Merkmale der Phraseologismen .....	9
3.1 Lexikalisierung und Reproduzierbarkeit .....	9
3.2 Polylexikalität .....	10
3.3 Idiomatizität.....	10
3.4 Stabilität / Festigkeit .....	11
3.4.1 Variation .....	12
3.4.2 Modifikation.....	13
4. Klassifikation der Phraseologismen .....	14
4.1 Klassifikation nach W. Fleischer .....	15
4.1.1 Morphologisch-syntaktische Klassifikation.....	15
4.1.2 Nominative und kommunikative Phraseologismen, Phraseoschablonen .....	15
4.1.3 Klassifikation nach der inneren Struktur von Phraseologismen .....	17
4.2 Klassifikation nach H. Burger .....	19
4.2.1 Syntaktische Klassifikation.....	19
4.2.2 Klassifikation nach der Zeichenfunktion.....	19
4.2.3 Spezielle Klassen.....	21
4.2.4 Kollokationen .....	23
5. Paradigmatische Beziehungen.....	24
5.1 Phraseologische Reihen.....	24
5.2 Phraseologische Synonyme .....	24
5.3 Phraseologische Antonyme .....	25
5.4 Phraseologische Sachgruppen .....	25
6. Phraseologismen im Text .....	26

<b>III. DER PRAKTISCHE TEIL</b> .....	28
1. Charakteristik der Zeitschriften.....	28
1.1 Bravo.....	28
1.2 Popcorn.....	29
1.3 Mädchen.....	29
2. Analyse der Phraseologismen.....	30
2.1 Gliederung nach den Wortarten.....	30
2.1.1 Substantivische Phraseologismen.....	30
2.1.2 Adjektivische Phraseologismen.....	31
2.1.3 Adverbiale Phraseologismen.....	31
2.1.4 Verbale Phraseologismen.....	35
2.1.5 Satzwertige Phraseologismen.....	36
2.2 Gliederung nach der Idiomatizität.....	39
2.2.1 Vollidiomatische Phraseologismen.....	39
2.2.2 Teilidiomatische Phraseologismen.....	40
2.2.3 Nichtidiomatische Phraseologismen.....	41
2.3 Gliederung nach den Sachbereichen.....	43
2.3.1 Körperteile.....	43
2.3.2 Zahlen.....	44
2.3.3 Tiere.....	44
2.3.4 Kleidungsstücke.....	45
<b>IV. ZUSAMMENFASSUNG</b> .....	49
Abschließend.....	51
Summary.....	52
Literatur- und Quellenverzeichnis.....	53
Abkürzungsverzeichnis.....	55

# **I. EINLEITUNG**

Als Thema meiner Bachelorarbeit habe ich Phraseologismen in den deutschen Jugendzeitschriften gewählt, weil ich mich für diese Problematik interessiere. Ich möchte untersuchen, welche Typen von Phraseologismen in den deutschen Jugendzeitschriften vorkommen und wie oft. Es gibt viele Publikationen, die sich mit den Merkmalen und mit den Funktionen der Phraseologismen beschäftigen, aber es gibt wenige Untersuchungen über das Vorkommen von Phraseologismen in den einzelnen Bereichen. Deshalb finde ich es interessant, die Phraseologismen in den Jugendzeitschriften zu untersuchen, um einen kleinen Beitrag zur Beschreibung des heutigen Gebrauchs von Phraseologismen zu leisten. Ich bin der Ansicht, dass man die Phraseologismen verstehen sollte, denn sie begleiten uns auf Schritt und Tritt. Sie gehören auch zu den Texten, die bei den tschechischen Jugendlichen im Deutschunterricht beliebt sind.

Die Bachelorarbeit ist in zwei Hauptteile gegliedert. Der theoretische Teil stellt eine Einleitung in die linguistische Disziplin Phraseologie dar. Zuerst erkläre ich hier die Grundbegriffe der Phraseologie, beschreibe ihre Aufgaben und womit sie sich beschäftigt und widme mich ihrer Klassifikation nach W. Fleischer und H. Burger. Das letzte Kapitel bezieht sich auf die Rolle der Phraseologismen in den Texten, denn sie treten in hohem Maße nicht nur in der gesprochenen, sondern auch in der geschriebenen Sprache auf.

Im praktischen Teil werden die Phraseologismen in den deutschen Jugendzeitschriften untersucht. Mein Ziel ist, die theoretischen Kenntnisse im praktischen Teil auszunutzen. Es werden die Zeitschriften Bravo, Popcorn und Mädchen zuerst kurz vorgestellt und danach werden die Phraseologismen nach mehreren Gliederungskriterien analysiert. Diese Zeitschriften wurden ausgewählt, weil sie in Deutschland sehr verbreitet und bei den Jugendlichen beliebt sind. Es wurden neun Ausgaben exzerpiert.

Diese Arbeit soll dem Leser die Disziplin Phraseologie näher bringen und zum besseren Verständnis der festen Wortgruppen beitragen. Das Ziel des praktischen Teil ist zu zeigen, welche Typen häufig und welche gar nicht verwendet werden. Zum Schluss wird das Resultat meiner Untersuchung zusammengefasst.

## II. DER THEORETISCHE TEIL

### 1. Einführung in die Phraseologie

Phraseologie zählt zu den Teildisziplinen der Linguistik, die sich erst im 20. Jahrhundert entwickelten. Die Bezeichnung Phraseologie entstand aus dem griechischen *phrasis* „Rede“ und *logos* „Lehre“ (vgl. Donalies 2009: 3). Zu ihrer Aufgabe gehören einerseits die Abgrenzung der phraseologischen Ausdrücke von anderen sprachlichen Wortverbindungen, andererseits die Phraseologismen systematisieren, sortieren und erfassen. Sie beschäftigt sich mit den festen Wortverbindungen im Sprachsystem, die bei verschiedenen Autoren unterschiedlich benannt werden: Phraseologismen, Phraseolexeme, Phraseme, Idiome, phraseologische Einheiten, feste Wortgruppen u. a. Alle diese linguistischen Termini sind bis zu einem gewissen Grad Synonyme für den Oberbegriff Phraseologismus. Die „geradezu chaotische terminologische Vielfalt“ ist auch ein Zeichen dafür, dass es sich um eine relativ junge Disziplin handelt (vgl. Fleischer 1997: 2).

Von den festen (phraseologischen) Wortverbindungen sind **freie Wortverbindungen** zu unterscheiden. Das bedeutet nicht, dass man außerhalb der Phraseologie die Wörter ganz zufällig verbinden kann, sondern von freier Wortverbindung spricht man dann, wenn sie nur von den normalen morphosyntaktischen und semantischen Regeln abhängt (vgl. Burger 2007: 20).

### 2. Definition des Begriffes Phraseologismus

Burger (2007) geht davon aus, dass die Phraseologismen erstens aus mehr als einem Wort bestehen, zweitens es sich um Kombinationen von Wörtern handelt, die nicht für dieses eine Mal zusammengestellt sind, sondern in dieser Kombination den Deutschsprechenden bekannt sind. Die lexikalischen Bestandteile, aus denen die Phraseologismen bestehen, nennt Burger **Komponenten** (vgl. Burger 2007: 11).

Phraseologismen drücken oft mentale Größen, wie Emotionen, Einstellungen, Verhaltensweisen aus. Man spricht deshalb vom mentalen Lexikon einer Sprache im Zusammenhang mit der Phraseologie (vgl. Palm 1995: 1).

Die phraseologische Bedeutung, die sie als lexikalisiertes Element tragen, entspricht oft nicht der Bedeutungen der einzelnen Wörter, aus denen sie sich zusammensetzen. Beispielsweise die Gesamtbedeutung von *jemandem den Kopf waschen* entspricht nicht der Summe der einzelnen wörtlichen Bedeutungen. Die Gesamtbedeutung bezeichnet „jemandem die Meinung sagen; mit jemandem schimpfen“ und stimmt mit der **wörtlichen Bedeutung** nicht überein, sondern drückt eine neue Bedeutung aus (vgl. Burger / Buhofer / Sialm 1982: 3). Man muss die **übertragene Bedeutung** (nach Burger auch **phraseologische Bedeutung**) als Muttersprachler kennen. Bei dem Ausdruck wie *sich Zähne putzen* sind dagegen wörtliche und phraseologische Bedeutung identisch.

### 3. Merkmale der Phraseologismen

Die Phraseologismen sind feste Wortverbindungen, die charakteristische Merkmale tragen. Zu ihnen gehören Lexikalisierung und Reproduzierbarkeit, Polylexikalität, Idiomatizität und Stabilität (Festigkeit). Viele Autoren unterscheiden Phraseologie im engeren Sinne und im weiteren Sinne. Wenn die Phraseologismen Polylexikalität, Idiomatizität und Stabilität aufweisen, spricht man von **Phraseologie im engeren Sinne** (auch **Idiome** genannt). Falls die Phraseologismen keine Idiomatizität aufweisen, sprechen wir von der **Phraseologie im weiteren Sinne**. Nach Palm gehören zu dieser zweiten Gruppe Sprichwörter und Antisprichwörter, Sagwörter (auch Wellerismen genannt), LehnSprichwörter und geflügelte Worte. Laut der neuesten Forschungen ist aber die Phraseologie umfangreicher und enthält auch Termini, Kollokationen und sogar auch die ganzen Texte.

#### 2.1 Lexikalisierung und Reproduzierbarkeit

Mit diesem Merkmal befasst sich u.a. Fleischer und stellt fest, dass jeder Phraseologismus im Lexikon gespeichert ist. „Die Lexikalisierung der syntaktischen Konstruktion bedeutet, dass sie nicht mehr nach einem syntaktischen Strukturmodell in der Äußerung produziert, sondern dass sie als „fertige“ lexikalische Einheit reproduziert wird“ (Fleischer 1997: 63). Die Phraseologismen werden also im Prozess der Rede nicht neu geschaffen, sondern als komplexe lexikalische Einheiten übernommen.

## 2.2 Polylexikalität

Der Phraseologismus muss aus mehr als einem Wort bestehen, d. h. mindestens zwei Komponenten müssen vorhanden sein. „Eine obere Grenze der Wortmenge wird nicht definiert, da die maximale Ausdehnung eines Phraseologismus üblicherweise nicht lexikalisch, sondern syntaktisch festgelegt ist: der Satz gilt als die obere Grenze phraseologischer Wortverbindungen“ (Burger 2007: 15). Einen Sonderfall bilden die Sagwörter (Wellerismen<sup>1</sup>), z. B. *Was sich liebt, das neckt sich, sagte die Katze und fraß die Maus*. Burger rechnet zu den Phraseologismen auch Ausdrücke wie *an sich, bei weitem, so dass* usw.

## 3.3 Idiomatizität

Nach Burger (2007: 31) ist ein Ausdruck im semantischen Sinn dann idiomatisch, „wenn eine Diskrepanz zwischen der phraseologischen Bedeutung und der wörtlichen Bedeutung des ganzen Ausdrucks besteht.“ Je größer dieser Unterschied zwischen beiden Bedeutungsebenen ist, desto stärker idiomatisch ist der Phraseologismus (vgl. Burger 2007: 31).

Nach dem Grad der Idiomatizität werden dann drei Gruppen unterschieden: vollidiomatische, teilidiomatische und nichtidiomatische Phraseologismen. Diese Begriffe stimmen dann mit den Termini unmotiviert, teilmotiviert und motiviert überein.

- **Vollidiomatische Phraseologismen (Idiome):** Es handelt sich um Wendungen, deren Einzelkomponenten nicht in ihrer wörtlichen Bedeutung zu verstehen sind. Es entsteht eine neue, übertragene phraseologische Gesamtbedeutung (vgl. Palm 1991: 75).  
z. B. *jmdm. einen Korb geben* – ein Angebot, einen (Heirats)antrag ablehnen  
*Öl ins Feuer gießen* – etw. noch schlimmer machen
- **Teilidiomatische Phraseologismen:** Wendungen, die mindestens einen Bestandteil mit wörtlicher Bedeutung enthalten.  
z. B. *blinder Passagier* – Passagier ohne Fahrkarte

---

<sup>1</sup> Sie beziehen sich auf eine Situation und bewirken, dass die Aussage meist überraschend, witzig und neu ist. Im Vergleich zu den Sprichwörtern tragen die Sagwörter kaum belehrende Bedeutung. Jedes Sagwort besteht aus drei Teilen: einem Sprichwort (Ausspruch), der Angabe dessen, der es tut (meist durch „sagte“ gekennzeichnet) und der Tätigkeit selbst (vgl. Fleischer 1997: 78).

*eine diebische Elster – eine diebische Frau*

- **Nichtidiomatische Phraseologismen:** „Ausdrücke, die durch keine (oder nur minimale) semantische Differenzen zwischen phraseologischer und wörtlicher Bedeutung charakterisiert sind“ (Burger 2007: 32).

z. B. *saurer Regen*

*privater Sektor*

Besonders häufig tritt die Idiomatizität bei den **unikalen Komponenten** auf (Komponenten, die nur im Zusammenhang mit phraseologischen Wendungen vorkommen, sonst nicht), z.B. *Gang und gäbe* – allgemein üblich, gebräuchlich

*im Handumdrehen* – schnell und mühelos

Nach Palm (1995: 13) gibt es eine Gruppe von Phraseologismen, die nur aus *Synsemantika* (diese haben eine geringe Eigenbedeutung und dienen vor allem grammatischer Verknüpfung: Artikel, Pronomen, Präpositionen, Konjunktionen) bestehen und werden als **Spezialisierungen** genannt.

z.B. *es in sich haben* – schwierig oder toll sein

*bei jmdm. unten durch sein* – von jmdm. nicht mehr akzeptiert werden

### 3.4 Stabilität / Festigkeit

Die Bezeichnung **Festigkeit** wird von Harald Burger verwendet. Wolfgang Fleischer benutzt dagegen den Begriff **Stabilität**, d. h., dass manche Komponenten, die einen Phraseologismus bilden, nicht austauschbar sind. Der Phraseologismus wird nur genau in dieser Kombination von Wörtern gebraucht. „In vielen Fällen ist ein solcher Austausch überhaupt nicht möglich; es liegt eine lexikalisch-semantische Stabilität vor. Die Gesamtbedeutung des Phraseologismus ist an die Kombination einzelner konkreter lexikalischer Elemente gebunden und hat in dieser Hinsicht keinen Modellcharakter“ (Fleischer 1997: 36).

Die Festigkeit ist auch im Bereich der kommunikativen Phraseologismen stark zu beobachten, hauptsächlich bei Gruß- und Abschiedsformeln, die den Beginn und den Abschluss eines Gesprächs markieren: *Guten Tag, Hallo, Grüß Gott, Tschüs, Auf Wiedersehen* (vgl. Burger 2007: 29).

Nur bei einigen phraseologischen Wendungen ist jedoch eine absolute lexikalische Festigkeit zu beobachten, deswegen sind mit diesem Merkmal noch zwei Termini eng verbunden: Variation und Modifikation.

### 3.4.1 Variation

Nach Burger / Buhofer / Sialm (1982: 67) ist die Variation „ein Spielraum, innerhalb dessen formale Veränderungen des Phraseologismus möglich sind, ohne dass die phraseologische Bedeutung verloren geht, wobei dieser Spielraum lexikographisch erfaßt werden kann und soll.“ Viele Phraseologismen weisen nicht eine, vollständig fixierte **Nennform** auf, sondern zwei oder mehrere sehr ähnliche Varianten (vgl. Burger 2007: 25). Der Ersatz der einzelnen phraseologischen Komponenten ist nicht immer möglich. Laut Burger (2007: 25 f.) werden folgende Typen unterschieden:

- Grammatische Varianten bei einer Komponente (oder mehreren Komponenten) des Phraseologismus im Numerus, im Gebrauch des Artikels, im Diminutivum usw.:  
*seine Hand / seine Hände im Spiel haben* - mitmachen  
*das / sein Herz auf der Zunge tragen* – offenherzig sein  
*jmdm. kein Haar / Härchen krümmen* – jmdm. nichts antun
- Austausch einer phraseologischen Komponenten durch lexikalische (Substantiv, Verb, Adjektiv) oder strukturell-grammatische Elemente (Präposition, Konjunktion):  
*bis an / über den Hals in Schulden stecken* – hoch verschuldet sein  
*ein schiefes Gesicht machen / ziehen* – verdrießlich dreinblicken
- Kürzere oder längere Variante des Phraseologismus:  
*sich etw. im Kalender anstreichen / sich etw. rot im Kalender anstreichen* – etw. mit einem Stift auffällig markieren
- Veränderung der Reihenfolge der einzelnen Glieder bei komparativen Phraseologismen:  
*aussehen wie Milch und Blut / wie Milch und Blut aussehen* – sehr jung
- Variation zwischen Kasus und Präpositionalobjekt  
*jmdm. / für jmdn. eine Extrawurst braten* – jmdn. bevorzugen

Beim Austausch einzelner lexikalischer Komponenten des Phraseologismus können auch entweder Synonyme (*jmdn. auf den Arm / die Schippe nehmen*) oder Antonyme (*mit dem / gegen den Strom schwimmen*) entstehen (vgl. Fleischer 1997: 206).

Im Deutschen gibt es auch zahlreiche Phraseologismen, die gemeinsamen Teil (Anfang, Kern, Ende) des Ausdruckes aufweisen. Laut Burger (2007: 26) spricht man von „aktionaler Reihenbildung“<sup>2</sup>. Er erwähnt ein Beispiel:

*sich jmdm. in den Weg stellen* – jmdn. behindern

*jmdm. im Wege stehen* – jmdn. behindern

*jmdm. aus dem Wege gehen* – jmdn. meiden

### 3.4.2 Modifikation

Die Modifikationen bezeichnen die Abwandlung eines Phraseologismus und dienen dazu, bei den Lesern oder Hörern die Aufmerksamkeit zu fesseln. Sie können nur in bestimmten Kontexten und Texten verwendet werden, in denen sie geeignet und verstehbar sind. Nach Burger (2007: 28) spielen Modifikationen eine große Rolle nicht nur in heutigen Texten der Massenmedien, sondern auch in der Belletristik. Er gibt eine Schlagzeile als ein Beispiel an:

*Schlechter Rat ist teuer* (ursprünglich lautet das Sprichwort *Guter Rat ist teuer* - „in dieser Angelegenheit ist schwer zu raten“ – *guter* wird durch *schlechter* ersetzt, wobei *teuer* in dieser Aussage wörtlich auf *Geld* bezogen ist.

Nicht immer ist die Abgrenzung zwischen Variation und Modifikation eindeutig zu erkennen. Häufig kommen auch Fehler im Gebrauch der richtigen Form des Phraseologismus vor, vor allem in der gesprochenen Sprache. „Als Fehler sind Abweichungen von der kodifizierten (grammatischen und lexikalischen) Norm zu betrachten, die nicht mit einer bestimmten stilistischen Intention vorgenommen werden“ (Burger 2007: 28).

z.B. Meine Schwester und ich wurden *unter der Ausrede*, es sei schon spät, ins Bett gesteckt. (richtig: *mit der Ausrede* oder *unter dem Vorwand*) (Burger / Buhofer / Sialm 1982: 202).

---

<sup>2</sup> Bei Fleischer „Phraseologische Reihen“ genannt (siehe Kapitel 5.1).

## 4. Klassifikation der Phraseologismen

Es gibt verschiedene Klassifikationen der Phraseologismen, weil jeder Autor andere Gesichtspunkte wählt. Im Verlauf der Forschung entstehen immer neue Klassifikationen, deshalb kann man in der Fachliteratur unterschiedlichen Klassifikationskriterien begegnen. Die meisten Phraseologen teilen die Phraseologismen nach syntaktischen, semantischen und pragmatischen Kriterien ein.

Fleischer (1997: 82) vertritt die Ansicht, dass ein Phraseologismus notwendig mindestens ein Basiselement enthalten muss, es können aber auch mehrere sein.

z.B. Anhieb – *auf Anhieb* (sofort, beim ersten Versuch)

Bord – *an Bord* (auf einem Schiff, Flugzeug)

Burger (2007: 11) geht davon aus, dass ein Phraseologismus aus mehr als einem Wort besteht und dass es sich um Kombinationen von Wörtern handelt, die genau in dieser Kombination bekannt sind.

Bei der Bestimmung der Phraseologismen entstehen oft Schwierigkeiten. „Ist der nominale Teil ohne Bedeutungsveränderung in der syntaktischen Rolle eines Substantivs (Subjekt/Objekt ohne *sein*) verwendbar, dann ist das Verb *sein* keine obligatorische Komponente, es liegt also ein substantivischer Phraseologismus vor“ (Fleischer 1997: 141). Das gleiche gilt auch für die Behandlung des Verbs *haben*.

Grundsätzlich lässt sich feststellen, dass Phraseologismen, die das Verb *sein* oder *haben* als obligatorische Komponente aufweisen, als **verbale** Konstruktionen zu klassifizieren sind. Anderenfalls sind die Phraseologismen als **substantivische** Wendungen zu betrachten (vgl. Duhme 1991: 103).

z.B. *Peter ist sein eigener Herr* – unabhängig sein – *sein* ist eine obligatorische Komponente, deswegen ist diese Wendung als verbal zu klassifizieren

*Wir brauchen endlich ein Dach über dem Kopf* („*ein Dach über dem Kopf haben*“) – ein Zimmer, eine Wohnung haben – diese Wendung kann ohne *haben* auftreten, deswegen wird dieser Phraseologismus als substantivisch bezeichnet

Im folgenden Kapitel werden die Klassifikation von W. Fleischer und die Klassifikation von H. Burger zusammengefasst.

## 4.1 Klassifikation nach W. Fleischer

### 4.1.1 Morphologisch-syntaktische Klassifikation

- **substantivische Phraseologismen**
  - bestehen aus einem „Kernwort“ (substantivische Komponente) und enthalten kein obligatorisches Verb, dazu wird ein Attribut hinzugefügt  
z.B. *die letzte Stunde* - Todesstunde
- **adjektivische Phraseologismen**
  - es gibt eine geringe Zahl von diesen Konstruktionen, einige enthalten als obligatorische Komponente ein Verb oder ein Substantiv, deswegen ist fraglich, ob sie als adjektivische Phraseologismen akzeptiert werden können  
z.B. *fix und fertig* – völlig erschöpft  
*schwarz angeschrieben* – unbeliebt
- **adverbiale Phraseologismen**
  - sind in der Sprache reich entwickelt, können als Basiselement ein Substantiv aufweisen, das aber nicht flektiert wird  
z.B. *mit offenen Armen* - freudig  
*im Voraus* – schon vorher
- **verbale Phraseologismen**
  - sie weisen ein Verb als obligatorische Komponente auf  
z.B. *reinen Tisch machen* – eine Sache klären  
*Lust haben zu etw.* – etw. gern tun wollen

(vgl. Fleischer 1997: 139 - 152)

### 4.1.2 Nominative und kommunikative Phraseologismen, Phraseoschablonen

In dieser Klassifikation lehne ich mich an die Klassifikation von Fleischer (1997: 123 – 137) und Duhme (1991: 96 – 100) an.

#### 1. Nominative Phraseologismen

Nominative Phraseologismen dienen zur Benennung von Gegenständen, Personen, Erscheinungen, Handlungen, Zuständen. Fleischer unterscheidet bei diesen Wendungen zwei Gruppen:

- a. **Phraseolexeme** – lexikalische Einheiten, die entweder vollidiomatisch oder teilidiomatisch sind
- b. **Nominationsstereotypen** – Ausdrücke, die keine Idiomatizität aufweisen. Nach Form und Funktion werden unter anderem nichtidiomatisierte Wortpaare (*Katz und Maus*), nominale und verbale Klischees (*ein ruhiges Plätzchen*), alltägliche Klischees (*das Beste aus etwas machen*) oder nichtidiomatisierte onymische Wortgruppen (*Bund für Umwelt und Naturschutz*) unterschieden (vgl. Fleischer 1997: 59 ff.).

## 2. Kommunikative Phraseologismen

Es handelt sich um kommunikative Konstruktionen, die für feststehende Formeln, Bemerkungen, Aufforderungen, Ausrufe und als textgliedernde oder kommunikationssteuernde Signale verwendet werden (nicht als Benennungseinheiten wie bei oben genannten Typen). Sie werden nicht nur nach der Funktion (Höflichkeitsformeln: *Guten Tag*, Schelt- und Fluchformeln: *Da soll doch ein Donnerwetter dreinschlagen!*, Kommentarformeln: *Das fehlte gerade noch!*, Stimulierungsformeln: *Na, wird's bald!?*), sondern auch nach der Idiomatizität gegliedert (vollidiomatisch: *Wie sollte ich!?*, teilidiomatisch: *nichts da!*, nichtidiomatisch: *Das kannst du mir glauben!*)

## 3. Phraseoschablonen

Die Phraseoschablonen befinden sich in einem Grenzbereich zwischen der Phraseologie und der Syntax. Es handelt sich um typische Erscheinungsformen der Allgemeinsprache, die syntaktische Strukturen bezeichnen, deren lexikalische Füllung variabel ist, die aber eine Art syntaktischer Idiomatizität aufweisen. Die Konstruktionen sind mit Konjunktion oder Präposition verbunden. Für sie ist eine Wiederholung (Substantive, Adjektive, Verben usw.) charakteristisch. Diesen Typ von Phraseologismen erwähnt unter anderem auch Palm (1997: 68).

z.B. *mehr und mehr, Schritt für Schritt, Sicher ist sicher*

Einen Sonderfall bilden Konstruktionen, die aus mehreren Konjunktionen oder Präpositionen bestehen und deren Bedeutung nur im Zusammenhang mit anderen gehaltvollen Wörtern aufgefüllt ist.

z.B. *von ... bis, entweder ... oder, sowohl ... als auch*

Fleischer zählt zu dieser Gruppe auch die **Funktionsverbgefüge**, die sowohl in der mündlichen als auch in der schriftlichen Kommunikation sehr verbreitet sind und die sich aus Substantiv + Verb (+ Präposition) zusammensetzen. Es betrifft Wendungen, für die „die beziehungsweiten Verben“ (setzen / bringen, stehen, kommen, nehmen, usw.) oder „sein“ charakteristisch sind.

z.B. *zur Verfügung stehen, unter Kontrolle sein / stehen, im Gegensatz stehen*  
(vgl. Fleischer 1997: 135)

#### 4.1.3 Klassifikation nach der inneren Struktur von Phraseologismen

Fleischer (1997: 82 – 109) führt auch Gliederung von Phraseologismen nach ihrer inneren Struktur an. Wie bereits erwähnt, bestehen die Phraseologismen aus festen Komponenten, die entweder Autosemantika – „Basiselemente“ (Substantive, Adjektive, Verben, ...) oder Synsemantika – „Verknüpfungselemente“ (Pronomen, Präposition, Artikel, ...) sein können, wobei mindestens ein Basiselement obligatorisch ist, damit man vom Phraseologismus sprechen kann.

- **Besondere Gruppen von Komponenten**

- diese Gruppe umfasst bestimmte Pronomina, Negationen, Eigennamen und Fremdwörter, die für feste Komponenten gehalten werden können

- **Pronominale Komponenten:** die obligatorische Komponente kann *es, einer, eins, etwas, alle, alles, Possessivpronomen*, usw. sein

- z.B. *es zu etw. bringen* – eine angesehene Stellung erreichen

- sein blaues Wunder erleben* – eine höchst unangenehme Überraschung erleben

- **Negation:** nicht, nie, kein

- z.B. *Peter hat den Streit nicht / nie einen Streit / noch keinen Streit vom Zaune gebrochen.* – einen Streit (nicht) beginnen

- **Eigennamen als Komponenten:** häufiger werden Rufnamen als Familiennamen verwendet. Am meisten handelt sich um alte, meistens männliche volkstümliche Namen, biblische Namen, Namen preußischer Könige oder mythologische Namen.

- z.B. *ein Hans im Glück* – Glückspilz

- den alten Adam ablegen* – ein neuer, anderer Mensch werden

Die Eigennamen können auch zum Vergleich dienen:

z.B. *alt wie Methusalem* – sehr alt

- **Besondere Strukturtypen**

- zu diesem Bereich werden festgeprägte prädikative Konstruktionen, komparative Phraseologismen und phraseologische Wortpaare<sup>3</sup> gerechnet:

- **Festgeprägte prädikative Konstruktionen:** Fleischer (1997: 99) erwähnt nach Reichstein drei Aspekte zur Unterscheidung: lexikalischer, strukturell-syntaktischer und kommunikativ-grammatischer Aspekt. Um festgeprägte prädikative Konstruktionen handelt es sich, wenn sie unter dem lexikalischen und strukturell-syntaktischen Aspekt stabil und unter dem kommunikativ-grammatischen Aspekt variabel sind.

z.B. *Das Blatt wendet sich.* – die Umstände ändern sich

- **Komparative Phraseologismen:** „Sie werden als Vergleich an ein freies Element des Satzes fest angeschlossen“ (Fleischer 1997: 103).

z.B. *aussehen wie Milch und Blut* – sehr jung

*lügen wie gedruckt* – unverschämt lügen

- **Phraseologische Wortpaare:** Zwei Wörter, die der gleichen Wortart angehören und durch eine Konjunktion oder Präposition verknüpft sind. Die Konstruktion bezeichnet entweder eine Metapher oder Verstärkung der Bedeutung einer der Komponenten.

z.B. *das Tun und Treiben* – das Verhalten, Handeln

*auf immer und ewig* – für alle Zeit

## 4.2 Klassifikation nach H. Burger

### 4.2.1 Syntaktische Klassifikation

Burger (2007: 44) klassifiziert die Phraseologismen nach den entsprechenden Wortarten oder nach der Funktion ihrer Satzglieder:

- **nominale Phraseologismen**

- sie weisen die Funktion des Subjekts, Objekts (eventuell auch Attribut) aus

z.B. *die Schwarze Kunst* – der Buchdruck / Zauberei

---

<sup>3</sup> Komparative Phraseologismen und Wortpaare werden bei Burger zu „Speziellen Klassen“ gerechnet.

- **adjektivische Phraseologismen**
  - sie sind prädikativ und attributiv verwendbar, treten in der Funktion des Adjektivs auf
  - z.B. *frisch gebacken* (ein frisch gebackener Ehemann) – gerade fertig geworden
- **verbale Phraseologismen**
  - alle Phraseologismen, die ein Verb als obligatorisch enthalten
  - z.B. *ins Gras beißen* - sterben
- **adverbiale Phraseologismen**
  - erfüllen die Satzgliedfunktion des Adverbiale
  - z.B. *auf jeden Fall* – unbedingt
- **präpositionale / konjunktionale Phraseologismen**
  - ersetzen die Funktion einer Präposition oder Konjunktion
  - z.B. *im Laufe, im Hinblick auf, wenn auch, um zu*

#### 4.2.2 Klassifikation nach der Zeichenfunktion

Laut Burger (2007: 36 - 44) lassen sich Phraseologismen nach ihrer Zeichenfunktion gliedern, die sie in der Kommunikation tragen:

- **referentielle Phraseologismen**
  - sie betreffen Objekte, Vorgänge oder Sachverhalte der Wirklichkeit
  - in Bezug auf das semantische Kriterium können diese Wendungen in zwei Gruppen gegliedert werden:
    - a. nominative Phraseologismen**
      - sie bezeichnen Objekte und Vorgänge
      - z.B. *das Schwarze Brett* - Anschlagbrett
      - sie entsprechen einem oder mehreren Satzgliedern, deswegen sind sie **satzgliedwertig**
      - sie lassen sich auch nach dem Grad der Idiomatizität einteilen:
        - idiomatische Wendungen – **Idiome**
        - teilidiomatische Wendungen – **Teil-Idiome**
        - nicht-idiomatische Wendungen – **Kollokationen**<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Bei Fleischer als „Nominationsstereotype“ genannt.

## b. propositionale Phraseologismen

- sie wirken als Aussagen über Objekte und Vorgänge

z.B. *Morgenstund hat Gold im Mund* – Der Morgen ist die beste Zeit, um eine Arbeit zu beginnen

- sie entsprechen entweder einem Satz, dann sind sie **satzwertig**, oder größeren Einheiten, dann sind sie **textwertig**

Dieser Typ der Phraseologismen wird weiter in zwei Gruppen unterteilt:

- **feste Phrasen** – satzwertige Wendungen, die an den Kontext angeschlossen sind

z.B. *das ist ja die Höhe!* – das ist unglaublich, kaum zu überbieten

- **topische Formeln** – satzwertige Formulierungen, die an den Kontext nicht angeschlossen sind. In diese Gruppe fallen Sprichwörter und Gemeinplätze (sie drücken die Selbstverständlichkeiten aus).

z.B. *Lügen haben kurze Beine* – Es lohnt sich nicht zu lügen, denn die Wahrheit kommt irgendwann doch heraus

*Was sein muss, muss sein*

## • strukturelle Phraseologismen

- erfüllen eine Funktion innerhalb der Sprache, die (grammatische) Relationen herzustellen

z.B. *in Bezug auf*

*sowohl – als auch*

## • kommunikative Phraseologismen (Routineformel)

- erfüllen in der Kommunikation bestimmte Aufgaben

z.B. *Guten Morgen*

*ich meine*

### 4.2.3 Spezielle Klassen

Es handelt sich um Typen von Phraseologismen, die von der Grundklassifikation nicht erfasst werden (vgl. Burger 2007: 45 – 52).

#### 1. Modellbildungen

- Ausdrücke, die nach einem Strukturschema gebildet sind:

##### a. Modell: *X um X*

- autosemantische Komponenten sind lexikalisch frei besetzbar

z.B. *Flasche um Flasche*

*Glas um Glas*

**b. Modell: von X zu X**

- unterschiedliche semantische Interpretationen je nach lexikalischer Besetzung

z.B. *von Stadt zu Stadt*

*von Tag zu Tag* (stetige Entwicklung, z.B. *jmd. wird von Tag zu Tag reicher*)

**2. Zwillingsformeln (Paarformeln)**

- bestehen aus zwei Wörtern der gleichen Wortart oder zwei identischen Wörtern, die mit einer Konjunktion oder einer Präposition verbunden sind
- die Reihenfolge ist entweder völlig festgelegt (Ausdrücke mit unikalen Komponenten) oder wird zumindest bevorzugt

z.B. *klipp und klar* - deutlich

*fix und fertig* - erschöpft

**3. Komparative Phraseologismen (phraseologische Vergleiche)**

- drücken einen festen Vergleich aus und dienen zur Verstärkung eines Verbs oder Adjektivs
- am meisten sind die Wendungen durch das Vergleichssignal *wie* erkennbar

z.B. *frieren wie ein Schneider* – sehr frieren

*flink wie ein Wiesel* – schnell sein

**4. Kinegramme**

- bezeichnen ein konventionalisiertes nonverbales Verhalten und sind mit der Gestik und Mimik verbunden
- „Man führt eine nonverbale Handlung aus und gibt damit (gleichzeitig) etwas zu verstehen“ (Burger 2007: 64).

z.B. *die Achseln zucken* – Anheben der Schultern / Ausdruck der Unentschlossenheit

*die Nase rümpfen (über etwas)* – Ausdruck der Verachtung

## 5. Geflügelte Worte

- Ausdrücke, die nicht nur aus literarischen, sondern auch nicht-literarischen Quellen (Filmen, Werbung) oder historischen Dokumenten stammen und Selbstverständlichkeiten formulieren

z.B. *Sein oder Nichtsein, das ist hier die Frage* (ein klassisches Geflügeltes Wort)

## 6. Autophraseologismen

- polylexikalische Ausdrücke, die zu einer Art fester Wendung werden können und nur innerhalb dieses Textes ihren bestimmten Sinn tragen

z.B. *auf den Steinen sitzen* – (in Thomas Manns „Buddenbrooks“) Privatbedeutung der Figur im Roman: vereinsamt sein und sich langweilen

## 7. Onymische Phraseologismen

- weisen Funktion von Eigennamen auf
- haben keine Bedeutung, nur Funktion des Identifizierens und man muss sie als eigene semiotische Klasse aufführen

z.B. *Das Rote Kreuz*

*Das Weiße Haus*

## 8. Phraseologische Termini

Meistens werden sie nicht zur Phraseologie gerechnet, weil die Abgrenzung des phraseologischen und fachspezifischen Terminus strittig ist, deswegen wird diesem Typ größere Aufmerksamkeit gewidmet. Fleischer (1997: 74) lehnt die Einbeziehung ab und führt Gründe für den Unterschied zwischen den terminologischen Wortgruppen und den nichtterminologischen phraseologischen Wortgruppen an. Diese Differenzierung liegt unter anderem darin, dass Termini meistens den sprachlichen Primärstrukturen und Phraseologismen den Sekundärstrukturen angehören. Die Phraseologismen „entstehen durch Umbildung bereits vorhandener Wortverbindungen“ (Fleischer 1997: 74). Eine andere Abweichung lässt sich im Maße des Vorkommens sehen. Im Unterschied zu den Termini, die meistens Substantive bilden, treten die Phraseologismen in der deutschen Sprache vor allem als Verben auf. Duhme (1991: 64) räumt dagegen diese Möglichkeit ein und erwähnt eine Reihe von bestimmten Kriterien, die die phraseologische Termini erfüllen müssen, um zur Phraseologie gerechnet zu werden und dabei auch die Abgrenzung von den fachspezifischen Termini möglich sein könnte. Zu diesen Kriterien

gehören charakteristische Merkmale der Phraseologismen (Idiomatizität, Stabilität, Lexikalisierung, Reproduzierbarkeit). „Phraseologische Termini müssen immer – gemäß der Definition von Phraseologismus – eine Wortgruppe bilden, Termini können auch aus Einzelwörtern bestehen“ (Duhme 1991: 64).

Die Bedeutung der fachspezifischen Termini ist innerhalb einer Fachsprache festgelegt und für alltägliche Kommunikation relevant, denn mit diesen Begriffen kommen sowohl Fachleute als auch Laien in Kontakt. Das zeigt auch eine Untersuchung, die Höppnerová durchgeführt hat, in der sie sich mit den fachspezifischen Phraseologismen beschäftigt hat. Es wurde festgestellt, dass Phraseologismen im Bereich Wirtschaft in hohem Maße in Erscheinung treten und zwar vor allem verbale Phraseologismen.<sup>5</sup> In der Wirtschaftssprache sind es z.B.: *Absatz finden, in den roten Zahlen stecken, ins Geschäft kommen, Handel treiben, in Konkurs gehen.*

## 9. Klischees

- mit Klischees werden die negative Bewertungen (wie abgegriffen, stereotyp) ausgedrückt  
z.B. *Schritt in die richtige Richtung* (in die falsche Richtung)

### 4.2.4 Kollokationen

Nach Burger bezeichnen Kollokationen „den ganzen Bereich der festen Wortverbindungen, die nicht oder nur schwach idiomatisch sind“ (Burger 2007: 54). Es handelt sich um Konstruktionen, die für die Sprachverwendung sehr wichtig sind, denn sie werden in hohem Maße verwendet. Als Beispiel nennt er *die Zähne putzen*. Man kann nicht *reinigen* oder *waschen* sagen. Daraus geht hervor, dass diese Verbindungen nur aus bestimmten Wörtern bestehen können, auch wenn die anderen Wörter in dieser Kombination verständlich wären.

---

<sup>5</sup> vgl. Höppnerová, Věra: „Fachsprache der Außenwirtschaft unter dem Aspekt der Phraseologie“, in: *Studia Germanistica*, H.13, S. 21-31, 2013.

## 5. Paradigmatische Beziehungen

Unter paradigmatischen Beziehungen sind Beziehungen der lexikalischen Einheiten innerhalb des Wortschatzes zu verstehen.

Zu diesem Bereich gehören:

- phraseologische Reihen
- phraseologische Synonyme
- phraseologische Antonyme
- phraseologische Sachgruppen

### 5.1 Phraseologische Reihen

Laut Fleischer (1997: 173) handelt es sich um Phraseologismen, die eine gemeinsame Basiskomponente aufweisen, d. h. eine bestimmte Basiskomponente (meistens Substantive oder Verben) taucht in mehreren Kombinationen mit anderen Einheiten auf.

z.B. Basiskomponente „*Hand*“ – *die Hand im Spiel haben, die Hand gegen jmdn. erheben, freie Hand in etw. haben*

Die Wortbildungskonstruktionen lassen sich manchmal nach mehreren Komponenten zuordnen.

z.B. *die Finger von etw. lassen* – Komponente *Finger*, ebenfalls *lassen*

### 5.2 Phraseologische Synonyme

Unter den Begriff phraseologische Synonyme fallen Phraseologismen, die gleicher oder zumindest sehr ähnlicher Bedeutung sind. „Sie können sich in sekundären Bedeutungsmerkmalen, in der stilistischen Markierung, in der syntaktischen Konstruktionsweise (Valenz u. ä.) durchaus unterscheiden“ (Fleischer 1997: 178). Meistens umfassen sie negativ bewertete Zustände und Eigenschaften des Menschen (Dummheit, Verrücktheit, Krankheit u. a.) und zwischenmenschliche Beziehungen (Ablehnung, Zurechtweisung). Positive Bewertungen kommen selten vor.

z.B. *jmdn. übers Ohr hauen - jmdn. auf den Arm nehmen* (jmdn. betrügen)  
*jmdm. sein Herz ausschütten* – *die Karten aufdecken* (jmdm. erzählen, was einen bewegt)

### 5.3 Phraseologische Antonyme

Phraseologische Antonyme lassen sich durch ihre gegensätzliche Bedeutung erkennen, wobei man Formen des Gegensatzes unterscheidet:

- Austausch einer Komponente – *mit dem Strom / gegen den Strom schwimmen* (sich angepasst / unangepasst verhalten)
- Verwendung antonymischer Komponente – *alter Hase / junger Dachs* (erfahrener / unerfahrener Mensch)
- Verwendung eines anderen Phraseologismus – *jmdm. unter die Arme greifen / jmdm. im Stich lassen* (jmdm. helfen / jmdm. in einer Notsituation keine Hilfe leisten)

(vgl. Fleischer 1997: 181 f.)

### 5.4 Phraseologische Sachgruppen

Die Phraseologismen lassen sich einzelnen Gruppen einordnen. Diese Gruppen werden nach bestimmten abgrenzbaren Bereichen unterschieden, aus denen feste Wortverbindungen stammen (Film und Fußball, Technik, Küche und Haushalt u. a.).

z.B. Technik: *Bahnhof verstehen* – nichts verstehen

*die höchste Eisenbahn sein* – die höchste Zeit

Küche, Haushalt: *ins Feuer blasen* – etw. verschlimmern

*kalter Kaffee* – längst bekannt, uninteressant

(vgl. Fleischer 1997: 182 ff.)

## 6. Phraseologismen im Text

Es wurde festgestellt, dass bestimmte Typen von Phraseologismen in bestimmten Textsorten häufig auftreten. Die „stilistische Markiertheit“ der Phraseologismen bedeutet, dass nicht alle Phraseologismen in den verschiedenen Textsorten (Publizistik und Presse, Wissenschaft, künstlerische Kommunikation u.a.) in gleicher Weise benutzt werden und dass ihre unterschiedliche pragmatische Funktionen nicht für alle Kommunikationsbereiche relevant sind (vgl. Fleischer 1997: 222).

In hohem Maße kommen sie in den **Medien** vor (vor allem in der Werbung und den Kommentaren). Die Werbung wimmelt vor Phraseologismen. Sie werden witzig gebraucht und sollen Aufmerksamkeit auf sich ziehen und Gefühle erwecken. Donalies (2009: 42 f.) erwähnt den berühmten Slogan der Schokoladenfirma Ritter Sport als ein Beispiel: *Quadratisch, praktisch gut* (...). Diese Wendung hat man auch für den neuen Entwurf für die Kunsthalle Berlin benutzt. Auch die **Wirtschaftstexte** enthalten eine hohe Zahl von fachspezifischen Phraseologismen wie z.B. *Konkurs anmelden, eine Dividende ausschütten, Angebot und Nachfrage* u.a. Diese Phraseologismen sind mit wirtschaftsbezogenen Termini verknüpft, wie *Kurs, Börse, notieren* usw., die meistens mit metaphorischen Adjektiven und Verben verbunden sind, wie *kräftig, fest, sinken* usw. (vgl. Burger 2007: 174). Die Phraseologismen sind auch in der **Presse und Publizistik** von großer Bedeutung. Der Leser soll angesprochen werden und sein Leseanreiz soll erhöht werden. Es soll ein emotional betontes Kontaktverhältnis geschaffen werden. Besonders die Abwertung des Gegners spielt eine große Rolle, dazu auch – besonders in der Publizistik – die Ironie (vgl. Fleischer 1997: 224). Vor allem kommen hier Nominationsstereotypen (siehe Kapitel 4.1.2) vor. Fleischer (1997: 223) nennt ein paar Beispiele wie *der Ernst der Stunde, öffentliches Bewusstsein* usw. Ein weiterer Bereich, in dem die Phraseologismen auch zu sehen sind, kann auch **die Bibel** genannt werden. In der Bibel kann man auf die Wendungen wie *verbotene Frucht, das Buch der Bücher* oder *die Spreu vom Weizen trennen* stoßen. In der **Alltagsrede** treten die phraseologische Wendungen am häufigsten auf. Sie machen die Rede lebendig, locker und humorvoll.

Einige Phraseologismen nehmen im Gespräch einen festen Platz ein, wie z.B. Gruß- oder Abschiedsformeln, Dankes- oder Glückwunschformeln. Ein anderes Beispiel dafür sind Schlagzeilen in der Presse, die durch einen expressiv-emotionalen

Charakter gekennzeichnet sind. Weiter kann man beobachten, dass vor allem metaphorische Idiome meistens am Anfang oder Ende eines Textes oder Abschnittes auftreten (vgl. Burger 2007: 156 f.).

Die Phraseologismen bewirken, dass „die ganze Rede einen neuen Glanz bekommt“ (Gottsched 1743: 240, zit. n. Fleischer 1997: 215). Sie „haben nichts Lehrhaftes, sie treten nicht mit dem Anspruch der Autorität auf, sondern dienen nur dazu, die Rede zu würzen“ (Seiler 1922: 37, zit. n. Fleischer 1997: 215).

Phraseologismen weisen in den Texten auch verschiedene Funktionen auf, sie können Wertungs-, Anschaulichkeits-, Anbietungs-, Vereinfachungs- oder Argumentationsfunktion erfüllen (vgl. Burger 2007: 156). Es hängt von dem Kontext ab, welche Funktion man den einzelnen Phraseologismen zuordnen kann. Es muss auch bemerkt werden, dass zu ihrer Hauptfunktion die **Expressivität** gehört, die sich an diesen Faktoren der Phraseologismen erkennen lässt:

- Bildlicher Charakter (metaphorische oder metonymische Umdeutung)  
*der schnelle Hirsch* - Motorrad
- Lautlich-rhythmische Eigenschaften der Wortverbindungen (mit Stab- und Endreim)  
*toll und voll*
- Wortpaare mit semantischem Doppelungseffekt (Synonyme, Antonyme, Wörter mit semantisch komplementärem Charakter)  
*hegen und pflegen* – sorgfältig behandeln
- Isolierungserscheinungen einzelner Komponenten (z.B. unikale heimische Komponente)  
*Fröhliche Urständ feiern* – Auferstehung

(vgl. Fleischer 1997: 164 f.)

### **III. DER PRAKTISCHE TEIL**

Der praktische Teil konzentriert sich auf die Analyse von Phraseologismen. Es wurden insgesamt neun Exemplare von deutschen Jugendzeitschriften exzerpiert, und zwar ganze Ausgaben. Für die Analyse wurden drei Zeitschriften ausgewählt, es handelt sich um Bravo, Popcorn, Mädchen, die bei der Jugend sehr beliebt sind. Die gefundenen Phraseologismen werden zuerst nach der morphologisch-syntaktischen Klassifikation von Fleischer in substantivische, adjektivische, adverbiale, verbale und satzwertige Phraseologismen gegliedert. Die weitere Einteilung beruht auf dem Grad der Idiomatizität, nach dem die Ausdrücke in vollidiomatische, teilidiomatische oder nichtidiomatische Phraseologismen eingeteilt werden. Zuletzt wird nach dem Kriterium der Zugehörigkeit zu bestimmten Sachbereichen klassifiziert (vgl. Kapitel 5.4), auf die sich die Phraseologismen beziehen, z.B. Phraseologismen mit Bezeichnungen von Körperteilen, Zahlen, Tieren und Kleidungsstücken. Zu jedem Phraseologismus wird auch die Erklärung der Bedeutung und die Übersetzung ins Tschechische mit Hilfe des Wörterbuches von K. Heřman / M. Blažejová / H. Goldhahn (2010) „Deutsch-tschechisches Wörterbuch der Phraseologismen und festgeprägten Wendungen“ hinzugefügt. Für die Erklärung wurde auch die Online-Quelle <http://www.redensarten-index.de/> benutzt. Das festgestellte Vorkommen der Phraseologismen wird kommentiert und graphisch veranschaulicht. Am Ende der Arbeit werden dann die Ergebnisse dieser Untersuchung zusammengefasst.

#### **1. Charakteristik der Zeitschriften**

##### **1.1 Bravo**

Bravo ist die größte und beliebteste Jugendzeitschrift Deutschlands. Sie war die erste deutsche Zeitschrift, die sich an die Teenager wendete. Die erste Ausgabe kam am 26. August 1956 mit der damaligen Bezeichnung „Die Zeitschrift für Film und Fernsehen“ heraus. Heutzutage erscheint sie alle 14 Tage (vgl. <http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/50-jahre-jugendmagazin-na-bravo-a-433331.html> [2015-02-18]), hat eine Auflage von 124.265 Exemplaren und eine Reichweite von 0,69 Millionen LeserInnen (IVW IV/2014; vgl. <http://www.baueradvertising.de/bravo/> [2015-02-18]).

Es handelt sich um ein Boulevardblatt, das regelmäßig unterschiedliche Themen bringt, die die junge Generation interessieren. Unter anderem werden hier Neuigkeiten über Stars, Musik und neue Trends behandelt. Jede Ausgabe enthält auch eine Menge Spaß, Plakate, Interviews, Quiz, Horoskop und Beziehungsberatung.

Neben Bravo erscheinen noch Bravo Girl!, Bravo Sport, Yeah! und andere Sonderhefte zu ausgewählten Themen. Es gibt auch eine Onlineversion ([bravo.de](http://bravo.de)).

## **1.2 Popcorn**

Popcorn ist eine Zeitschrift für Jugendliche, die in Deutschland bei Teenagern im Alter zwischen 12 – 17 sehr beliebt und verbreitet ist. Die Exemplare erscheinen regelmäßig alle vier Wochen und berichten allgemein über Stars, Schauspieler und ihre Skandale. Die Reichweite umfasst 0,25 Millionen LeserInnen und eine Auflage in Höhe von 42.007 Exemplaren (IVW IV/2014; vgl. <http://www.bm-brandmedia.de/brand-detail/title/46.html> [2015-02-20]).

In diesem Magazin können die jugendlichen LeserInnen alle News über ihre beliebten Stars durch verschiedene Interviews erfahren. Unter anderem werden hier Liebeskummer, Neuigkeiten rund um Musik und Kino und andere Themen behandelt, die für die Jugendlichen aktuell und interessant sind. In jeder Ausgabe können sich die jugendlichen LeserInnen über Rätsel und beiliegende kleine Geschenke freuen. Popcorn enthält auch eine große Anzahl von Posters berühmter Persönlichkeiten.

## **1.3 Mädchen**

Mädchen ist eine Frauenzeitschrift für junge Mädchen im Alter von 12 bis 17 Jahren. Es handelt sich um ein Ratgeber-Heft, das einmal im Monat erscheint und eine Auflage von 110.042 Exemplaren hat (IVW IV/2014; vgl. <http://www.bm-brandmedia.de/brand-detail/title/44.html> [2015-02-20]).

In jeder Ausgabe kommen Ratschläge über Kosmetik, Mode, Freizeit, Liebe und Partnerschaft vor. Die Mädchen werden auch über Nachrichten über Stars, Musik und Trends informiert. In diesem Magazin kommt jedes Mädchen auf seine Kosten.

Die Zeitschrift wird durch die Webseite <http://www.maedchen.de/> begleitet.

## 2. Analyse der Phraseologismen

Das Corpus umfasst insgesamt 527 Phraseologismen, davon wurden in Bravo 168, in Popcorn 239 und in Mädchen 120 Belege gefunden. In diesem Kapitel werden die meist verwendeten und interessantesten Phraseologismen gemäß der Einteilung erwähnt.

### 2.1 Gliederung nach den Wortarten

#### 2.1.1 Substantivische Phraseologismen

##### Adjektivisches Attribut + Substantiv

- **der letzte Schrei** - poslední výkřik módy

- die allerneueste Mode

*In den 80er-Jahren war Neon der letzte Schrei.* (Mädchen-Style Nr. 01/2014, S. 13)

- **ein schlechtes Omen** - špatné znamení

- ein schlechtes Vorzeichen

*Es gilt als schlechtes Omen, wenn einer der Würfel vom Tisch fällt!* (Mädchen Nr. 12/2014, S. 24)

##### Substantiv + adjektivisches Attribut (unflektiert)

- **Kopf hoch!** - hlavu vzhůru

- Aufforderung, den Mut nicht sinken lassen

*Du findest Sel echt cool – ein richtiger Fan bist du aber noch nicht. Kopf hoch!* (Bravo Nr. 02/2015, S. 55)

##### Substantiv + präpositionales Attribut

- **Liebe auf den ersten Blick** - láska na první pohled

- rasch entbrannte Liebe

*Wahrt ihr vor eurer Beziehung befreundet? Nee, es war Liebe auf den ersten Blick.*  
(Bravo Nr. 02/2015, S. 19)

### **Wortpaare**

- **ein Hin und Her** - dlouhé dohadování

- vielfältiger Wechsel der Meinungen

*Ich liebe Mia – aber dieses ständige Hin und Her macht mich echt wahnsinnig!* (Bravo Nr. 02/2015, S. 34)

- **das A und O** - to nejdůležitější

- die Hauptsache

*Geh nie mit Make-up ins Bett! Regelmäßig reinigen ist das A und O.* (Mädchen Nr. 02/2014, S. 70)

Anm. aus der Bibel übernommen - *Alpha und Omega*

### **2.1.2 Adjektivische Phraseologismen**

- **ein heißer Draht** - dobré styky

- gute Verbindung zu jmdm.

*Endlich hast du wieder einen heißen Draht zu den Freunden, die dir wichtig sind.*  
(Bravo Nr. 02/2015, S. 78)

### **2.1.3 Adverbiale Phraseologismen**

#### **Präposition + Substantiv**

- **unterm Strich** - v podstatě

- als Ergebnis

*Läuft doch trotzdem unterm Strich alles top bei euch!* (Bravo Nr. 45/2014, S. 66)

- **von Herzen** - z lásky; od srdce

- aus Liebe

*Was gibt's Schöneres als mit jemandem eng zu kuscheln, den man von Herzen mag.*  
(Popcorn Nr. 06/2014, S. 21)

- **auf Dauer** - natrvalo

- auf ewig; für immer

*Doch die Sänger (...) finden nicht die richtige Freundin zumindest nicht auf Dauer!*

(Popcorn Nr. 06/2014, S. 16)

- **um ein Haar** - málem; o fous

- beinahe; fest

*Um ein Haar wäre das das Ende der Band gewesen.* (Popcorn Nr. 06/2014, S. 7)

- **auf Anhieb** - hned

- sofort

*Gib aber nicht gleich auf, wenn sie nicht auf Anhieb begeisterst sind.* (Mädchen Nr.

12/2014, S. 71)

- **aufs Neue** - zase

- immer wieder

*Die Leidenschaft für Musik treibt mich jeden Tag aufs Neue.* (Mädchen Nr. 12/2014, S.

23)

### **Präposition + attributiv erweitertes Substantiv**

- **auf jeden Fall** - v každém případě

- unbedingt

*Pssst, auch wenn du es selbst noch nicht siehst – du hast auf jeden Fall eine Chance bei deinem Schwarm!* (Bravo Nr. 21/2014, S. 66)

- **hinter jmds. Rücken** - tajně za něčími zády

- etw. heimlich tun

*Das war für Selena Gomez (22) sofort klar, als sie erfährt, dass ihr Freund Justin Bieber*

*(20) sich hinter ihrem Rücken mit It-Girl Kylie Jenner (17) trifft.* (Popcorn Nr. 12/2014,

S. 9)

- **um jeden Preis** - za každou cenu

- unbedingt

*Jeder möchte möglichst schnell und toll braun werden. Aber bitte nicht um jeden Preis.* (Mädchen-Style, Nr. 01/2014, S. 31)

- **beim besten Willen (nicht)** - v žádném případě

- keinesfalls

*Auf den Film, den sich meine Freundin und ich im Kino ansehen wollen, kann ich mich beim besten Willen nicht konzentrieren.* (Mädchen Nr. 12/2014, S. 40)

### **Präposition + Adverb / Adjektiv**

- **unter anderem** - mimo jiné

- außerdem

*Immer öfter landet der Schauspieler kleine Rollen in Fernsehserien oder Filmen, unter anderem bei „Alarm für Cobra 11“ oder dem „Tatort“.* (Popcorn Nr. 12/2014, S. 16)

### **Substantiv + und + Substantiv**

- **Tag und Nacht** - ve dne v noci; neustále

- zur jeder Zeit; ständig

*Er vermisst seine Sophia, denkt Tag und Nacht an sie.* (Bravo Nr. 21/2014, S. 71)

### **Adjektiv / Adverb + und + Adjektiv / Adverb**

- **voll und ganz** - úplně

- uneingeschränkt

*Mittlerweile unterstützen die Eltern die Tochter voll und ganz und sind super stolz darauf, was sie erreicht hat.* (Popcorn Nr. 12/2014, S. 6)

- **hin und wieder** - občas

- manchmal

*Hin und wieder solltest du auch deine ernste Seite zeigen, sonst nehmen dich die Jungs nicht ernst!* (Popcorn Nr. 12/2014, S. 18)

### **Präposition + Substantiv + und + Substantiv**

- **an allen Ecken und Enden** - všude

- überall

*Plötzlich werden die idyllischen Vorgärten zum Kriegsschauplatz, es kracht an allen Ecken und Enden.* (Bravo Nr. 21/2014, S. 20)

- **nach Lust und Laune** - podle libosti

- ganz nach eigenem Geschmack

*Du kannst nach Lust und Laune den Lack wechseln.* (Mädchen Nr. 12/2014, S. 55)

- **in Grund und Boden** - zcela; úplně

- völlig

*Wenn ich die nicht schreiben würde, würde ich mich in Grund und Boden schämen!* (Bravo Nr. 45/2014, S. 16)

### **Präposition + Substantiv + Präposition + Substantiv**

- **von Angesicht zu Angesicht** - tváří v tvář

- persönlich gegenüberstehend

*Außerdem ist es doch zu schön, seine / ihre Reaktion von Angesicht zu Angesicht mitzubekommen.* (Popcorn Nr. 06/2014, S. 19)

- **von Kopf bis Fuß** - od hlavy až k patě

- ganz und gar

*Ihr seid beide von Kopf bis Fuß auf Liebe eingestellt, dürft aber den Rest der Welt nicht vergessen.* (Mädchen Nr. 12/2014, S. 24)

## 2.1.4 Verbale Phraseologismen

### Mit substantivischen Basiskomponenten

- **jmdn. unter die Lupe nehmen** - někoho důrazně (z)kontrolovat

- jmdn. scharf kontrollieren

*Stiftung Warentest nahm die beliebtesten Kopfhörer unter die Lupe.* (Bravo Nr. 21/2014, S. 7)

- **etw. (seinen Kummer) in Alkohol ertränken** - utápět něco (svůj žal) v alkoholu

- etw. (Kummer) beim Genuss von Alkohol zu vergessen suchen

*Der Sänger ging ständig fremd, feierte ununterbrochen Partys – aus lauter Verzweiflung ertränkte sie ihren Liebeskummer in Alkohol (...).* (Bravo Nr. 21/2014, S. 13)

- **jmdm. platzt der Kragen** - někdo toho má už dost

- jmd. wird so wütend, dass er die Beherrschung verliert

*Als die „Sam und Cat“ Darstellerin kurz danach auch noch mit The-Wanted Sänger Nathan Sykes zusammenkam, platzte Jai der Kragen.* (Bravo Nr. 21/2014, S. 22)

- **Vollgas geben** - rozjet to naplno

- sich beeilen

*Kaum geht's Miley besser, gibt sie auf der Bühne schon wieder Vollgas!* (Bravo Nr. 21/2014, S. 27)

### Mit adjektivisch-adverbialen Basiskomponenten

- **sich für nichts zu schade sein** - nebýt někoho škoda pro něco

- nichts (aus Überheblichkeit) ablehnen

*Die sind sich echt für nix zu schade!* (Bravo Nr. 21/2014, S. 11)

- **pleite sein** - být švorc

- ohne Geld sein

*Er hat eine hübsche Frau (Gwyneth Paltrow, 42), tolle Bilder daheim und ist...pleite.*

(Popcorn Nr. 02/2015, S. 79)

- **sich pudelwohl fühlen** - cítit se báječně

- sich sehr gut fühlen

*Du fühlst dich pudelwohl in deiner Haut. Supi!* (Popcorn Nr. 12/2014, S. 63)

- **bei jmdm. unten durch sein** - mít to u někoho prohraný

- bei jmdm. alle Sympathien verloren haben

*Doch pass auf, dass du nicht oberflächlich und zickig wirkst, sonst bist du bei den Jungs ganz schnell unten durch.* (Popcorn Nr. 12/2014, S. 18)

- **hoch hinaus wollen** - mířit vysoko; mít velké ambice

- eine Karriere machen wollen

*Diese Vier wollen hoch hinaus.* (Popcorn Nr. 02/2015, S. 67)

### **Mit zweiten verbalen Komponenten**

- **etw. auf sich zukommen lassen** - dát něčemu volný průběh

- in Ruhe abwarten, wie sich etw. entwickelt

*Wenn dein Schwarm dich einlädt, geh hin und lass alles auf dich zukommen!* (Bravo Nr. 21/2014, S. 68)

- **jmdn. sitzen lassen** - vykašlat se na někoho

- jmdn. verlassen

*Dein Boy hat dich einfach sitzen lassen und sich aus dem Staub gemacht?* (Popcorn Nr.12/2014, S. 64)

### **2.1.5 Satzwertige Phraseologismen**

- **Wer nicht wagt, der nicht gewinnt.** - Odvážnému štěstí přeje.

- Wer nicht bereit ist einen Einsatz zu riskieren, der hat keine Aussicht auf einen Gewinn.

- Sprichwort

(Bravo Nr. 45/2014, S. 66)

• **Liebe geht durch den Magen.** - Láska prochází žaludkem.

- Die Liebe eines Mannes zu seiner Frau hängt davon ab, ob sie gut kocht.

- Sprichwort

*Liebe geht bei Ed aber nicht nur durch den Magen.* (Bravo Nr. 45/2014, S. 21)

• **Liebe macht blind.** - Láska zaslepuje.

- Wer sich verliebt hat, verliert den Blick für die Realität.

- Sprichwort

(Popcorn Nr. 06/2014, S. 8)

• **Der Schein trügt.** – Zdání klame.

- Der äußere Eindruck täuscht.

- Sprichwort

*Doch trügt der Schein?!* (Popcorn Nr. 02/2015, S. 76)

## **Zusammenfassung des Kapitels**

Nach der Analyse ist es klar zu sehen, dass in den deutschen Jugendzeitschriften die Phraseologismen in hohem Maße auftreten. Der unten beigelegte Graf (siehe unten Schaubild N.1 – Das Vorkommen der Phraseologismen nach den Wortarten) veranschaulicht, wie viele Phraseologismen nach den einzelnen Wortarten man in den Jugendzeitschriften finden kann. In den neun untersuchten Ausgaben wurden am meisten die verbalen Phraseologismen gefunden. Diese Gruppe bildet fast drei Viertel (72,2 %) aller verwendeten Phraseologismen. Die zweite Stelle nehmen die adverbialen Phraseologismen ein (22,4 %) und dann folgen die substantivischen Phraseologismen (4,4 %). Die am wenigsten vertretene Gruppe sind adjektivische Phraseologismen, wo nur ein Beleg gefunden wurde (0,2 %). Während der Untersuchung bin ich nur auf vier satzwertige Phraseologismen gestoßen (0,8 %) und zwar Sprichwörter.

Dieses Resultat regt zum Nachdenken an, warum es beim Vorkommen der einzelnen Wortarten so große Unterschiede gibt. Wie aus der Grafik ersichtlich ist, bilden die verbalen Phraseologismen die Mehrheit. Der Grund besteht meiner Meinung nach darin, dass es zu wenig Phraseologismen gibt, die ein fakultatives Verb enthalten. Zu den meisten Wortverbindungen muss noch ein Verb zugefügt werden, damit die Wendung einen Sinn hat. Außerdem werden in der deutschen Sprache in hohem Maße die Verben benutzt, darauf weist auch der häufige Gebrauch der Funktionsverbgefüge, die ein obligatorisches Verb enthalten. Das Vorkommen der adjektivischen Phraseologismen ist auch einfach zu erklären. Die Verbindungen werden entweder durch ein Substantiv oder durch ein Verb begleitet, also es gibt geringe Anzahl adjektivischer Verbindungen. Beispielsweise tritt das Adjektiv *sauer* mehrmals auf, aber damit es ein Phraseologismus ist, muss noch das Verb *sein* zugefügt werden, und dann handelt es sich um einen verbalen Phraseologismus (*sauer sein – zornig sein*). Die kleine Menge der satzwertigen Phraseologismen ist daraus zu erklären, dass der Gebrauch dieser sprachlichen Wendungen (Sprichwörter und Gemeinplätze) mit der Zeit sinkt. Die Teenagers kennen sie allmählich nicht mehr und in den Zeitschriften würden sie zu der großen Anzahl von Anglizismen wenig passen.

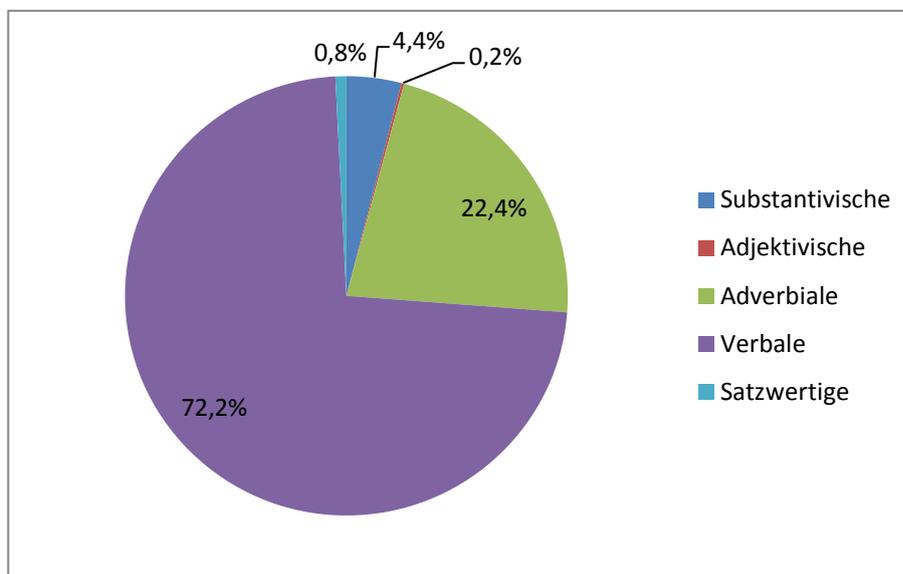


Schaubild N.1 - Das Vorkommen der Phraseologismen nach den Wortarten

Es ist zu bemerken, dass nicht alle Untergruppen (nach Fleischer) vertreten sind. Z. B. kommt kein Phraseologismus vor, der sich aus „Substantiv + Substantiv ohne Flexion“ zusammensetzt. Diese Redewendungen werden selten verwendet, weil zwei

unflektierte Substantive nebeneinander ungewöhnlich sind. Dagegen hat die adverbiale Verbindung „Präposition + Substantiv“ (z. B. *um die Wette* - mit der Absicht besser als der andere zu sein) eine hohe Frequenz. Es geht um Phraseologismen, die sehr häufig verwendet werden. Was die adverbialen Phraseologismen noch betrifft, hat auch die Verbindung „Präposition + attributiv erweitertes Substantiv“ eine hohe Vorkommenshäufigkeit, denn in den Zeitschriftenartikeln treten in hohem Maße phraseologische Wendungen wie *auf jeden Fall* (21x) oder *auf keinen Fall* (17x) auf. Diese zwei Ausdrücke werden auch in der Alltagssprache tagtäglich und von jedem verwendet. Die am meisten vorkommenden Wendungen bilden aber verbale Phraseologismen mit einer substantivischen Basiskomponente, weil es sich um die umfangreichste Struktur der Phraseologismen handelt, wobei das häufigste obligatorische Verb *sein* ist.

## 2.2 Gliederung nach der Idiomaticität

### 2.2.1 Vollidiomatische Phraseologismen

- **etw. aufs Spiel setzen** - riskovat něco

- bei etw. ein Risiko eingehen

*Und setzen so ihr Leben aufs Spiel!* (Bravo Nr. 21/2014, S. 61)

- **auf dem richtigen Weg sein** - být na správné cestě

- das Richtige tun

*Wir sind auf dem richtigen Weg.* (Bravo Nr. 21/2014, S. 61)

- **eine große Rolle spielen** - hrát důležitou roli

- sehr wichtig sein

*Oft spielt Geld eine große Rolle, da die Eltern der Braut einen hohen Betrag erhalten.*

(Bravo Nr. 02/2015, S. 66)

- **den Ton angeben** - mít hlavní slovo

- führend / mächtig sein

*Wer gibt bei euch den Ton an?* (Bravo Nr. 02/2015, S. 20)

- **jmdm. läuft das Wasser im Mund zusammen** - někomu se sbíhají sliny

- jmd. bekommt großen Appetit

*Wenn Selena von ihrem Kindheits-Traumjob erzählt, läuft uns das Wasser im Mund zusammen: Die 22-Jährige wollte nämlich Köchin für mexikanische Spezialitäten werden (...).* (Popcorn Nr. 02/2015, S. 7)

- **für jmdn. durchs Feuer gehen** - dát za někoho ruku do ohně

- für jmdn. alles tun

*Für deine Freundinnen würdest du durchs Feuer gehen.* (Mädchen Nr. 12/2014, S. 70)

### 2.2.2 Teilidiomatische Phraseologismen

- **im Trend liegen** - být módním trendem

- der neueste Mode entsprechen

*Sie ist stylisch, weiß genau, was gerade im Trend liegt und versteht es wie kaum eine andere, angesagte Teile zu kombinieren.* (Popcorn Nr. 06/ 2014. S. 4)

- **alle Rekorde brechen** - trhat všechny rekordy

- alle Rekorde überbieten

*Violetta, die neue Super-Serie, bricht alle Rekorde.* (Popcorn Nr. 06/2014, S. 74)

- **eine Entscheidung treffen** - rozhodnout se

- sich entscheiden

*Malala will, dass auch Mädchen in Pakistan und in der ganzen Welt zur Schule gehen, einen freien Geist entwickeln und eigene Entscheidungen treffen können.* (Mädchen Nr. 12/2014, S. 31)

- **Sport treiben** - sportovat

- Sport ausüben

*Demi will gesund leben- und treibt viel Sport um fit zu bleiben.* (Bravo Nr. 21/2014, S. 25)

- **in Erfüllung gehen** - splnit se

- (Pläne / Wünsche) erfüllen sich

*Für Sabrina geht heute ein Traum in Erfüllung.* (Bravo Nr.45/2014, S. 64)

- **ein Angsthase sein** - být strašpytel

- sehr ängstlicher Mensch

*Liebe Angsthassen: jetzt ganz schnell weghoppeln!* (Popcorn Nr. 12/2014, S. 73)

### 2.2.3 Nichtidiomatische Phraseologismen

- **für jeden Geschmack** – pro každého

*Hier gibt es moderne Kleidung für jede Situation und jeden Geschmack.* (Bravo Nr. 02/2015, S. 22)

- **hin und her** – sem a tam

- phraseologisches Wortpaar

*„Ich war total aufgeregt und bin hin und her gelaufen.“* (Bravo Nr. 02/2015, S. 71)

- **(wie) Katz und Maus** – (jako) kočka a myš

- (komparativer Phraseologismus), phraseologisches Wortpaar

*Beim Einkauf der Geschenke stritten sie wie Katz und Maus.* (Popcorn Nr. 06/2014, S. 19)

- **jmdn. ausreden lassen** – nechat někoho domluvit

*Du solltest sie zuerst ausreden lassen und dann deine Meinung dazu sagen.* (Popcorn Nr. 06/2014, S. 67)

## Zusammenfassung des Kapitels

Die Rolle der Idiomatizität veranschaulicht das Schaubild N.2 – Das Vorkommen der Phraseologismen nach der Idiomatizität: Vollidiomatische

Phraseologismen bilden 59 %, teilidiomatische Phraseologismen 18 % und die nichtidiomatische 23 %. Die Zahlen zeigen große Unterschiede in der Vorkommenshäufigkeit der drei Gruppen. Warum machen die vollidiomatischen Phraseologismen den größten Teil aus? Meiner Ansicht nach besteht der Grund darin, dass die Sprache dank der idiomatischen Phraseologismen expressiver, interessanter und eindrucksvoller ist. Die Phraseologismen sind anschaulich, witzig, lebendig und bildhaft. Das trägt dazu bei, dass die Zeitungsartikel größere Wirksamkeit haben, sie sind nicht trocken, sondern fesselnd, und die Aussage erregt dann bei dem Menschen Emotionen. Durch Phraseologismen kann man sich ohne lange Erklärung klipp und klar ausdrücken, was auch sprachökonomisch ist.

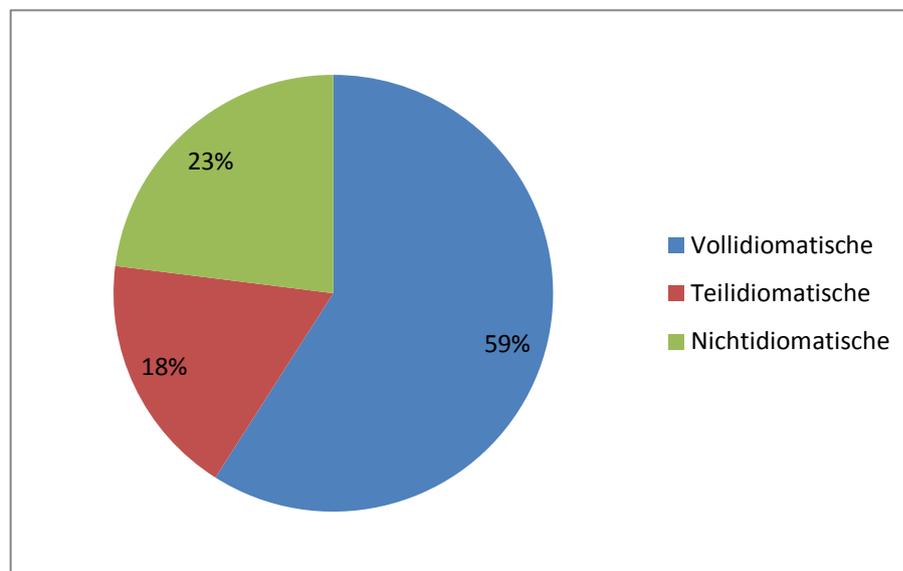


Schaubild N.2 - Das Vorkommen der Phraseologismen nach der Idiomatizität

In den neun untersuchten Zeitschriften wurde eine Reihe von teilidiomatischen Funktionsverbgefügen gefunden, insgesamt siebzig Belege (13,3 % aller aufgefundenen Phraseologismen). Bei der Analyse bin ich aber auf keine Wortverbindungen gestoßen, die mehrmals als viermal vorkommen, meistens treten sie zweimal oder dreimal auf. Insgesamt wurde 31 Typen von FVG festgestellt. Das deutet darauf hin, dass die Funktionsverbgefüge eine große sprachliche Vielfalt aufweisen. Die Tabelle unten (Tab. N.1 – Meist vorkommende FVG) zeigt, welche Funktionsverbgefüge mehr als zweimal auftreten. Zu den meist vorkommenden Verben gehören *stehen* (13x), *kommen* (10x) und *setzen* (9x). Diese häufigen Verben werden oft auch in der alltäglichen

Kommunikation verwendet. Die Funktionsverbgefüge sind ein untrennbarer Bestandteil der deutschen Sprache. Diese Nomen-Verb-Verbindungen benutzt man, um die Ausdrucksweise lebendig und wirkungsvoll zu machen. Man kann mit FVG einen Zustand (*etwas im Griff haben*) oder den Vorgangsbeginn (*etwas in den Griff bekommen*) kennzeichnen. Sie dienen auch zur einfacheren und höflicheren Formulierung des Satzes und machen die Sprache vielfältiger.

<b>Funktionsverbgefüge</b>	<b>Anzahl</b>
in Erfüllung gehen	3
im Trend liegen	4
Entscheidung treffen	3
vor der Tür stehen	4
aufs Spiel setzen	4
Grenze setzen	3

Tabelle N.1 – Meist vorkommende FVG

## 2.3 Gliederung nach den Sachbereichen

### 2.3.1 Körperteile

- **alle Hände voll zu tun haben** - mít plně ruce práce

- sehr viel Arbeit haben

*Bella hat beim Shoppen mal wieder alle Hände voll zu tun – äh tragen!* (Bravo Nr. 45/2014, S. 9)

- **jmdm. den Kopf verdrehen** - poplést někomu hlavu

- bewirken, dass sich jmd. in einen verliebt

*Mit seiner wilden Lockenmähne und dem süßen Lächeln verdreht Harry Styles (20) allen Girls den Kopf!* (Popcorn Nr. 06/2014, S. 17)

- **jmdm. läuft es heiß und kalt den Rücken hinunter** - někomu běží mráz po zádech; někoho polije horko

- jmd. ist entsetzt; jmd. ist voller Angst

*Mir läuft es heiß und kalt den Rücken hinunter.* (Bravo Nr. 45/2014, S. 54)

- **jmdn. um den Finger wickeln** - omotat si někoho kolem prstu

- jmdn. leicht beeinflussen

*So wickelst du sie um den Finger.* (Bravo Nr. 02/2015, S. 74)

- **die Nase vorn haben** - mít náskok / převahu

- einen Vorsprung haben; den Erfolg davontragen

*Wenns allein nach dem Geld gehen würde, hätte Calvin Harris die Nase vorn.* (Bravo Nr. 02/2015, S. 15)

### 2.3.2 Zahlen

- **auf Wolke sieben schweben** - být v sedmém nebi

- übergücklich sein

*Ari schwebt auf Wolke sieben!* (Bravo Nr. 21/2014, S. 23)

- **jmdm. eins auswischen** - provést někomu něco; pokárat někoho

- sich an jmdm. rächen

*Dieses Foto stellte der Sänger auf Insta online – wohl, um seiner Ex eins auszuwischen.* (Bravo Nr. 21, S. 16)

- **unter vier Augen** - mezi čtyřma očima

- zu zweit ohne Zeugen

*Du solltest es mit ihm unter vier Augen besprechen.* (Bravo Nr. 21/2014, S. 70)

- **Nummer eins sein** - být jednička

- sehr beliebt sein

*Noch Anfang des Jahres war Cara das It-Girl Nummer eins!* (Popcorn Nr. 12/2014, S. 64)

### 2.3.3 Tiere

- **wie ein Löwe kämpfen** - bojovat / rvát se jako lev

- tapfer / mit aller Kraft sich einsetzen

*Für deine Ziele kämpfst du wie ein Löwe!* (Bravo Nr. 45/2014, S. 15)

- **ein alter Hase** - starej mazák, žiadnej zelenáč

- ein vielerfahrener Fachmann

*Die heiße „Spring Breakers“ – Darstellerin ist in Sachen roter Teppich schon ein ganz alter Hase.* (Bravo Nr. 45/2014, S. 46)

- **jmd. hat null Bock / keinen Bock auf etw.** - někomu se do něčeho nechce; někdo nemá zájem o něco

- jmd. hat keine Lust auf. etw.

*Deswegen ist sie total down und hat null Bock auf die Halloween-Party, zu der ihre BFF Tanni sie unbedingt überreden will.* (Bravo Nr. 45/2014, S. 50)

- **jmd. bekommt eine Gänsehaut** - někomu naskakuje / běží po těle husí kůže

- es schaudert jmdn. vor Angst / Käte / Glück...

*Ich bekomme am ganzen Körper Gänsehaut.* (Bravo Nr. 02/2015, S. 33)

- **Schmetterlinge im Bauch haben** - mít motýlky v břiše

- glücklich / verliebt sein

*Rosa Herzchen in der Luft und Schmetterlinge im Bauch – Du bist total verliebt!* (Popcorn Nr. 12/2014, S. 63)

### 2.3.4 Kleidungsstücke

- **mit etw. nichts am Hut haben** - nemít s něčím nic společného

- mit etw. nichts zu tun haben

*Ich denke, ich würde jemanden nehmen, der nichts mit Musik am Hut hat.* (Bravo Nr. 21/ 2014, S. 31)

- **etw. unter einen Hut bringen** - něco sladit, spojit

- etw. in Übereinstimmung bringen

*Es ist nicht leicht, Weltkarriere und Beziehung unter einen Hut zu bringen.* (Popcorn 06/2014, S. 16)

- **Hut ab!** - klobouk dolů

- jmd. ist zu loben

*Gut gemacht, Junge – Hut ab, du hast Charakter!* (Bravo Nr. 02/2015, S. 64)

- **die Hose anhaben** - mít hlavní slovo

- dominieren

*Heute hat sie die Hose an!* (Popcorn Nr. 12/2014, S. 5)

## Zusammenfassung des Kapitels

Aus der Gliederung nach Sachbereichen ergibt sich (siehe unten Schaubild N.3 – Das Vorkommen der Phraseologismen nach den Sachbereichen), dass Phraseologismen mit Bezeichnungen der Körperteile markant überwiegen (93x), sie bilden mit Abstand die größte Gruppe. Im Zusammenhang mit dieser Kategorie tritt am häufigsten die Komponente *Kopf* (19x) auf. An zweiter Stelle stehen die Phraseologismen mit Bezeichnungen von Tieren (23x), wo die häufigste Komponente *Bock* (15x) ist. Im Sachbereich Zahlen wurden insgesamt acht Phraseologismen mit den Zahlen *eins* (5x), *vier* (1x) und *sieben* (2x) gefunden. Am wenigsten kommen die Kleidungsstücke vor, wo nur sechs Phraseologismen festgestellt wurden, fünf mit der Komponente *Hut* und einer mit der Komponente *Hose*.

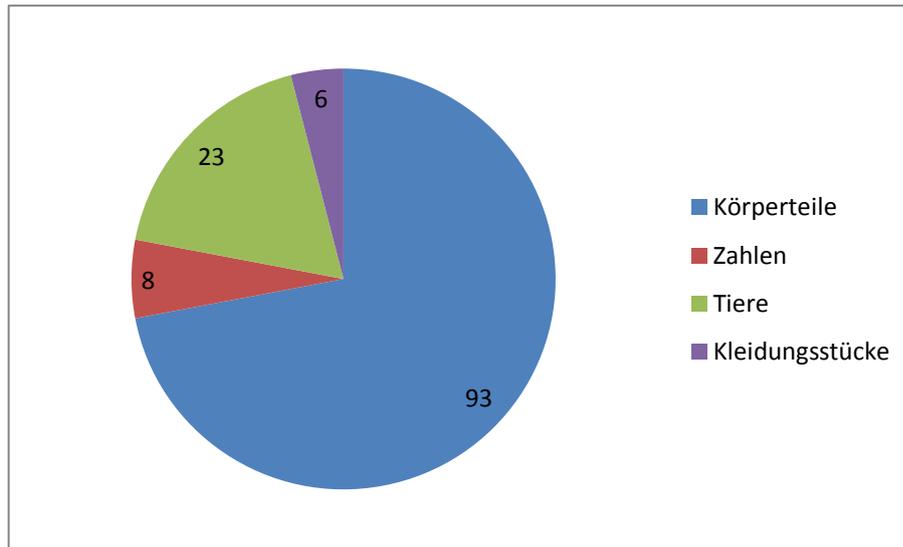


Schaubild N.3 - Das Vorkommen der Phraseologismen nach den Sachbereichen

Es ist auch zu bemerken, dass in allen Zeitschriften auch Basiskomponenten *Auge, Nase, Ohr, Herz* mehrmals vorkommen, die mit dem menschlichen Körper verbunden sind (siehe unten Tabelle N.2 – Häufig vorkommende Basiskomponenten). Es handelt sich um weitere Basiskomponenten, die mehreren Phraseologismen gemeinsam sind und dadurch selbstständige phraseologische Reihen bilden (siehe Kapitel 5.1).

Basiskomponente	Anzahl
Auge	7
Nase	5
Ohr	3
Herz	16

Tabelle N.2 – Häufig vorkommende Basiskomponenten

Hier seien ein paar Beispiele angeführt:

*Auge - jmdm. aus den Augen verlieren, Augen für jmdn. haben, ein Auge zudrücken bei jmdm./etw., jmdn. im Auge behalten, ein Auge auf jmdn. werfen*

*Nase - die Nase vorn haben, vor der Nase haben, jmdm. jmdn. vor der Nase wegschnappen, vor der Nase sitzen*

*Ohr - ein offenes Ohr haben, hinter den Ohren haben*

*Herz - jmdm. Herz ausschütten, die Herzen aller fliegen jmdm. zu, jmdm. Herz brechen, das Herz erobern, jmdm. krampft das Herz zusammen, jmdn. ins Herz treffen*

Es ist nicht verwunderlich, dass die Bezeichnungen für Körperteile den größten Teil der Basiskomponenten bilden. Die Menschen haben ihren Körper stets vor den

Augen, er ist ihnen vertraut und allgegenwärtig. Zu ihrem Körper haben sie ein besonders enges Verhältnis und beschäftigen sich ständig mit ihm.

Im Zusammenhang mit Komponenten der Tiere habe ich bemerkt, dass die Jugendlichen weniger die Wortverbindung „auf etw. Lust haben“, sondern „auf etw. Bock haben“ benutzen. Deswegen tritt dieser Phraseologismus in so hohem Maße auf.

## IV. ZUSAMMENFASSUNG

Diese Bachelorarbeit behandelt das Vorkommen der Phraseologismen in den deutschen Jugendzeitschriften. Die Arbeit ist in 2 Teile gegliedert.

Im ersten (theoretischen) Teil habe ich mich mit der Theorie von Phraseologie befasst. Zuerst habe ich die Disziplin Phraseologie und damit verbundenen Grundbegriffe charakterisiert und dann die Merkmale der Phraseologismen erläutert. Nächstes Kapitel widmet sich den Klassifikationen nach Fleischer und nach Burger. Abschließend wurde die Stellung der Phraseologie in den Texten behandelt. In diesem theoretischen Teil habe ich mich vor allem auf Wolfgang Fleischer, Harald Burger und Michael Duhme gestützt.

Der praktische Teil untersucht, in welchem Maße die einzelnen Typen von Phraseologismen in der Jugendsprache in Deutschland verwendet werden. Für die Analyse wurden drei Zeitschriften gewählt (Bravo, Popcorn und Mädchen). Die Gesamtzahl der aufgefundenen Phraseologismen beträgt 527. Obwohl die Bravo für die größte und beliebteste Jugend-Zeitschrift in Deutschland gehalten wird und man erwarten könnte, dass die Artikel viele Phraseologismen enthalten, treten sie in größerem Maße in Popcorn auf. Am wenigsten kommen dagegen in der Zeitschrift Mädchen vor. Der Grund dafür könnte sein, dass dieses Magazin eine Menge Stories über die Mode anbietet.

Was die Stellung der Phraseologismen in den Zeitschriften betrifft, sind sie überall zu finden, auch in den Schlagzeilen und Überschriften.

Im praktischen Teil werden die Phraseologismen nach drei Kriterien gegliedert. Nach dem morphologisch-syntaktischen Kriterium werden sie nach Wortarten gegliedert, d. h. sie können in substantivische, adjektivische, adverbiale oder verbale Phraseologismen aufgeteilt werden. Diese einzelnen Klassen enthalten noch weitere Untergruppen, je nachdem, aus welchen Wortarten sie bestehen. In diesem Zusammenhang wurde festgestellt, dass die verbalen Phraseologismen den Hauptteil bilden und dass die adjektivischen fast nicht benutzt werden. Was die Strukturen betrifft, bilden den größten Anteil Phraseologismen, die sich aus einer verbalen Konstruktion mit einer substantivischen Komponente zusammensetzen. Die zweite

Gliederung erfolgt nach der Idiomatizität, nach der man vollidiomatische, teilidiomatische oder nichtidiomatische Phraseologismen unterscheiden kann. Ich bin zu dem Ergebnis gekommen, dass die vollidiomatischen Wendungen den größten Teil ausmachen und dass die zwei anderen Klassen weniger häufig vorkommen. Die dritte Klassifikation erfolgt nach Sachbereichen, auf die sich die Wortverbindungen beziehen. Die Mehrzahl der Phraseologismen enthält Bezeichnungen der Körperteile.

Was die Variation angeht, betrifft dieses Phänomen nur einige wenige Phraseologismen. Lexikalische Komponenten werden nur selten ausgetauscht: *jmd. liegt mit jmdm. auf einer Wellenlänge* – *jmd. ist mit jmdm. auf einer Wellenlänge* (jmd. versteht sich mit jmdm.), *viel Herz haben* – *mehr Herz haben* (ein guter Mensch sein) Oder wird eine längere Variante des Phraseologismus verwendet: *Kraft tanken* – *neue Kraft tanken* (wieder zu Kräften kommen). Die Modifikation habe ich nirgendwo bemerkt.

In den analysierten Ausgaben erschienen auch ein paar Synonyme, z. B. *auf dem Weg sein* – *einen Schritt weiter gehen*, *auf keinen Fall* – *beim besten Willen nicht*, *voll und ganz* – *in Grund und Boden*.

Was die Routineformeln betrifft, bin ich nur zweimal auf die Formel *Gott sei Dank* gestoßen.

## **Abschließend**

In den Jugendzeitschriften kann man auch eine auffallend häufige Verwendung von Anglizismen beobachten. Viele deutsche Ausdrücke werden durch englische Wörter ersetzt, z. B. Mädchen – Girl, Junge – Boy, toll – cool, usw. Dieses Phänomen bewirkt, dass die Texte modern wirken.

Meine Untersuchung hat gezeigt, dass die Phraseologismen einen wichtigen Teil der Jugendsprache und deren Publizistik bilden. Sie vermittelt ein Bild vom Gebrauch der Phraseologismen in den deutschen Jugendzeitschriften.

Bei der Arbeit habe ich viele interessante Redensarten kennengelernt und auch natürlich gelernt und werde sie in der alltäglichen Kommunikation bestimmt verwenden. Ich habe auch meinen Wortschatz erweitert, nicht nur durch neue Phraseologismen, sondern auch durch die Lektüre der Jugendzeitschriften. Ich bin zu der Überzeugung gekommen, dass man die Phraseologismen beherrschen muss, um das Deutsch von heute zu verstehen.

## **Summary**

This bachelor thesis is concentrated on the topic of phraseology in magazines for teenagers. This thesis has 2 parts.

In the theoretical part is the theory of phraseology presented. There is a definition of phraseology and of its main terms and also the characteristic features of phraseology are shown. Then the classification according to Fleischer and Burger is mentioned and finally, the position of phraseology in texts is described.

The practical part deals with research results. The research looks at how many single phraseology types are present in the magazines for teenagers in Germany. For the analysis were used three magazines (Bravo, Popcorn and Mädchen).

# Literatur- und Quellenverzeichnis

## Primärliteratur

Bravo, Nr. 21 / 2014

Bravo, Nr. 45 / 2014

Bravo, Nr. 02 / 2015

Popcorn, Nr. 06 / 2014

Popcorn, Nr. 12 / 2014

Popcorn, Nr. 02 / 2015

Mädchen – Style, Nr. 01 / 2014

Mädchen, Nr. 12 / 2014

Mädchen, Nr. 02 / 2015

## Sekundärliteratur

Burger, Harald / Buhofer, Annelies / Sialm, Ambros: *Handbuch der Phraseologie*. Berlin, New York: de Gruyter, 1982.

Burger, Harald: *Phraseologie: Eine Einführung am Beispiel des Deutschen*. 3. Aufl., Berlin: Erich Schmidt, 2007.

Donalies, Elke: *Basiswissen: Deutsche Phraseologie*. Tübingen: A. Francke, 2009.

Duhme, Michael: *Phraseologie der deutschen Wirtschaftssprache: Eine empirische Untersuchung zur Verwendung von Phraseologismen in journalistischen Fachtexten*. Essen: Die Blaue Eule, 1991.

Fleischer, Wolfgang: *Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache*. 2. Aufl., Tübingen: Max Niemeyer, 1997.

Heřman, Karel / Blažejová, Markéta / Goldhahn, Helge: *Deutsch-tschechisches Wörterbuch der Phraseologismen und festgeprägten Wendungen. A-L*. 1. Aufl., Prag: C. H. Beck, 2010.

Heřman, Karel / Blažejová, Markéta / Goldhahn, Helge: *Deutsch-tschechisches Wörterbuch der Phraseologismen und festgeprägten Wendungen. M-Z*. 1. Aufl., Prag: C. H. Beck, 2010.

Höppnerová, Věra: „Fachsprache der Außenwirtschaft unter dem Aspekt der Phraseologie“, in: *Studia Germanistica*, H.13, S. 21-31, 2013.

Palm, Christine: *Phraseologie: Eine Einführung*. Tübingen: Gunter Narr, 1995.

Palm, Christine: *Phraseologie: Eine Einführung*. 2. Aufl., Tübingen: Gunter Narr, 1997.

### **Internetquellen**

Pilarczyk, Hannah. *50 Jahre Jugendmagazin: Na, Bravo!* [online]. 2006 [zit. 2015-02-18].

Zutritt unter WWW: <<http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/50-jahre-jugendmagazin-na-bravo-a-433331.html>>.

*Aktuelles aus dem Bereich BRAVO* [online]. [zit. 2015-02-18].

Zutritt unter WWW: <<http://www.baueradvertising.de/bravo/>>.

*POPCORN* [online]. 2015 [zit. 2015-02-20].

Zutritt unter WWW: <<http://www.bm-brandmedia.de/brand-detail/title/46.html>>.

*MÄDCHEN* [online]. 2015 [zit. 2015-02-20].

Zutritt unter WWW: <<http://www.bm-brandmedia.de/brand-detail/title/44.html>>.

*Wörterbuch für Redensarten, Redewendungen, idiomatische Ausdrücke, feste Wortverbindungen* [online]. [zit. 2015-03-04].

Zutritt unter WWW: <<http://www.redensarten-index.de/suche.php>>.

## Abkürzungsverzeichnis

Anm.	Anmerkung
Aufl.	Auflage
d. h.	das heißt
etw.	etwas
f.	folgende
ff.	fortfolgende
jmdm.	jemandem
jmdn.	jemanden
n.	nach
Nr.	Nummer
S.	Seite
u. ä.	und ähnliche
u. a.	und andere
usw.	und so weiter
vgl.	vergleiche
z. B.	zum Beispiel
zit.	zitiert