

Oksana Hordii

Kommunikative und expressive Formeln des Deutschen in Internettexten: ein diskursorientierter Ansatz

Abstract: This paper deals with the functioning of expressive and communicative formulas of modern German in computer-mediated discourse. The set phrases analysed are pre-formed sentence-value word combinations that serve as a means of expression of various speech intentions and emotions. These linguistic units are known to evade a uniform classification scheme, with boundaries between different groups being indistinct. The set phrases considered in this work are viewed as a functional-semantic field which includes communicative and expressive formulas and some mixed types. By discussing their cultural specificity – provided by units containing symbolic components, as well as by entities in various areas of national life, and fixed phrases of obscure literary origin – I attempt to explore their intertextual potential for further contribution to studies in intercultural communication.

Expressivity, intertextuality, multimedia impact and interactivity have been defined as constitutive characteristics of computer-mediated discourse. The units discussed keep the tone of asynchronous online communication humorous and help to establish communicative closeness. In online media, the language game comes to the fore: a common phenomenon is semantic transformation often performed as simultaneous actualisation (ambiguity) of literal and idiomatic meaning, causing additional communicative effects. In combination with the informative part of a headline, these units act as emotional and evaluative indicators of media texts.

Due to its technological features, internet communication allows easy combination of visual and verbal channels of information, and so there is frequent play between language images and digital images, especially in photo and video hosting services.

My analysis of different online genres has shown that in internet communication, the core of the functional-semantic field (i.e. the most frequently used units) acquires added discursive value. The universal nature of their creative use, appeal, entertainment and community-building functions was also ascertained.

Key words: online media, communicative and expressive formulas, intertextuality, ambiguity, precedent phenomenon.

1 Einleitung und Zielsetzung

In Bezug auf die moderne Entwicklung des phraseologischen Systems der deutschen Sprache stellt Burger fest, dass „sich in unserer Zeit eine epochale Umschichtung des phraseologischen Materials vollzieht“ und die Hauptrolle in diesem Prozess den Massenmedien zugewiesen wird. Die beispiellose Verbreitung der klassischen Phraseologie wird in den Medien (insbesondere im Boulevardbereich und im privaten Fernsehen, und heute bezieht sich diese Beobachtung m. E. noch deutlicher auf das Internet) durch den Gebrauch solcher Schichten der Phraseologie ergänzt, „die bislang als umgangssprachlich, nicht für öffentliche Texte geeignet“ betrachtet wurden (2015: 142). Das wissenschaftliche Interesse an festen Wortverbindungen nimmt somit nicht ab, die Anwendung computergestützter Methoden in der Phraseologie stellt die Frage nach den Grenzen des Phraseologischen und kann „zum grundlegenden Umdenken vieler traditioneller phraseologischer Grundbegriffe und -konzepte“ beitragen (Bubenhofer und Ptashnyk 2010: 11).

Die zu Beginn ihrer Etablierung sprachsystematisch ausgerichtete Phraseologieforschung wurde allmählich durch textpragmatische Studien abgelöst. Filatkina betonte, dass eine eingehende Beschreibung und induktive Erfassung der Funktionen von Phraseologismen am Beispiel eines konkreten Textes eine wichtigere pragmatische Aufgabe ist als die Erarbeitung „eines starren Klassifikationsschemas, das voraussichtlich nie im Einklang mit dem tatsächlichen Sprachgebrauch stehen wird“ (2007: 144). Das Vorkommen und die Funktionen von Phraseologismen wurden in verschiedenen Textsorten analysiert, etwa in Werbetexten (Hemmi 1994; Balsliemke 2001); Fernseh-Talkshows (Pieper 2002); Printmedien (Pilz 1991; Skog-Södersved 2007); populärwissenschaftlichen und Fachtexten mit Schwerpunkt auf Mehrworttermini und Kollokationen (Kunkel-Razum 2007; Gläser 2007); Bundestagsdebatten (Elspaß 1998), Comics (Fiedler 2004) sowie in Reisereportagen (Hammer 2002) und Horoskopen (Preußner 2002) u. a.

Stumpf und Filatkina (2018: 4–5) weisen jedoch darauf hin, dass kaum Publikationen existieren, die „den Phrasengebrauch über Einzeltexte und Textsorten hinaus thematisieren“, und bezeichnen diskursanalytische Phrasenanalysen als ein größeres Desiderat der Phraseologieforschung. Die einzelne Textsorten übergreifenden Studien können zeigen, wie die Diskurse von Phrasemen geprägt

werden, da die letzteren „geradezu prädestiniert sind für die diskursanalytische Aufdeckung kollektiven Wissens bzw. der Mentalitäten gesellschaftlicher Gruppen einer Zeit“ (Stumpf und Kreuz 2016: 2). Als ein äußerst brauchbares Forschungsfeld kann sich m. E. der Netzdiskurs erweisen.

Seit seiner gewaltigen Verbreitung steht das Internet heutzutage als eine sich kontinuierlich ausdehnende Schatzkammer digital zugänglicher sprachlicher Daten und Konglomerat unterschiedlicher Textsorten bzw. Kommunikationsformen im Mittelpunkt linguistischer Forschungen (vgl. Crystal 2001; Dürscheid 2005; Lutovinova 2009; Shchipitsina 2010). Große Aufmerksamkeit wurde anfangs der synchronen Internetkommunikation (v.a. Chats) und dem Zusammenwirken der geschriebenen und gesprochenen Sprache geschenkt (Runkehl et al. 1998; Storrer: 2000a). Die Variation quantitativer sowie qualitativer Forschungsmöglichkeiten, die der Netzdiskurs für die Phraseologie bietet, sind von Ptashnyk et al. (2010) thematisiert worden. Immer mehr Beachtung und Aufarbeitung findet inzwischen die multimodale Diskurspraxis im Internet (Meier und Sommer 2012; Müller 2012).

2 Gegenstand der Forschung und methodische Grundlagen

In meiner Forschung befasste ich mich mit der Analyse der Funktionsweise eines Teils fester Phrasen des Deutschen in Online-Texten (die ausgewählten Kommunikationsformen und Web-Ressourcen siehe Abschnitt 3). Das sind vorgeprägte satzwertige Wortverbindungen, die als Mittel für die Realisierung verschiedener Sprechintentionen dienen und Emotionen ausdrücken: *Ab nach Kassel! Das ist (doch) die Höhe! Da wird der Hund in der Pfanne verrückt! Abwarten und Tee trinken! Das fängt ja gut an!* Die Relevanz der Arbeit ist auf den umstrittenen Status dieser phraseologischen Einheiten in der Germanistischen Linguistik zurückzuführen. Ihre strukturellen und funktionalen Merkmale waren oft der Grund, weshalb sie zusammen mit Sprichwörtern zur Peripherie der Phraseologie gezählt wurden (vgl. Reichstein 1971; Fleischer 1982: 72–73¹; Lüger 1999: 35–53). Während die Sprichwörter im Rahmen parömiologischer Studien eingehend untersucht wurden (vgl. Röhrich und Mieder 1977; Āurčo et al. 2017), gerieten die genannten Sprachmittel weitgehend aus dem Blickfeld der Wissenschaftler

¹ Fleischer rechnet kommunikative Formeln zur Peripherie der Phraseologie und die Sprichwörter werden in den Phraseologiebestand nicht miteinbezogen

(vgl. dazu Finkbeiner 2008: 24–30). Die Fokussierung der pragmatisch ausgerichteten Forschungen auf die institutions- und situationsspezifischen Formeln erklärt Sabban (1994: 528) dadurch, dass ihre pragmatische Fixierung konstitutiv und besonders auffällig ist. Die festen Phrasen, die Intentionen und Emotionen des Sprechers ausdrücken, entziehen sich bekanntlich einem einheitlichen Klassifikationsschema, es gibt fließende Übergänge (vgl. Reichstein 1971; Fleischer 1982; Lüger 1999; Burger 2015). In diesem Beitrag werden sie als ein funktional-semantisches Feld betrachtet, welches kommunikative und expressive Formeln und einige Mischtypen umfasst.

Es wird hier keine sprachsystematische Beschreibung angestrebt, aber da diese Ausdruckseinheiten im Vergleich zu anderen Typen von Phraseologismen m. E. doch weniger ausführlich beschrieben worden sind, möchte ich jetzt mit einigen Stichpunkten an die bisherige Forschung anknüpfen und einige Bemerkungen anbringen.

Nach dem sprachphilosophischen Konzept der idiomatischen Prägung der Sprache von Feilke (1996, 1998) und den Untersuchungen formelhafter Sprache von Stein (1995) sind sowohl das Verstehen als auch die Produktion sprachlicher Ausdrücke in einem hohen Maße durch konventionelle Präferenzen bestimmt. Die idiomatische Prägung solcher Zeichen kommt im und durch den Gebrauch zustande, „indem sie an typisierte kommunikative Kontexte, Situationen und Funktionen gebunden werden“ (Stöckl 2004: 176). Somit lässt sich unter den festen Wortverbindungen die Ebene diskursiver Einheiten umreißen, die in pragmatischer Hinsicht vorgeprägte Äußerungen sind und kommunikative Zwecke in verschiedenen Sprechsituationen verfolgen können.

Unter den diskursiven Einheiten des intentionalen Sprachgebrauchs kann das funktional-semantische Feld *kommunikativer und expressiver Formeln* ausgliedert werden. Das sind – wie oben erwähnt – vorgeprägte satzwertige Wortverbindungen zum Ausdruck von Emotionen und Bewertungen sowie verschiedenen Sprechintentionen, die sich durch Gebräuchlichkeit, Reproduzierbarkeit, (relative) Festigkeit und komplexe Bedeutung auszeichnen.

Die kommunikativen und expressiven Formeln sollen unterschieden werden von Routineformeln, die wichtige und manchmal auch obligatorische Bestandteile institutioneller und ritualisierter sozialer Situationen sind, und deren Verwendung durch Regeln für Koordinierung sozialer Interaktion bestimmt ist (*Werden Sie schon bedient? Bitte einsteigen und Türen schließen!*), und gesprächsspezifischen Phraseologismen (*wie schon gesagt wurde; hör mal*), die sich durch situationsunabhängigen Gebrauch auszeichnen und deren primäre Bedeutung „zugunsten einer Funktion zurücktritt, die in einem sehr umfassenden Sinn als metakommunikativ verstehbar ist“ (Burger et al. 1982: 42).

Für Sprichwörter sind im Vergleich zu kommunikativen und expressiven Formeln die belehrende Bedeutung (soziale und didaktische Funktion) und das Fehlen von formalen Elementen für die Anschließung an den Kontext typisch. Es ist dennoch schwierig, absolut klare Grenzen zu ziehen. Die Sprichwörter werden oft nicht in ihrer generalisierenden, sondern in einer engeren Bedeutung gebraucht. *Aller guten Dinge sind drei* bedeutet meistens, dass etwas dreimal getan werden muss oder drei Exemplare von etwas anzufertigen sind (vgl. Reichstein 1971: 48). In funktionaler Hinsicht sollte es daher eher als eine kommunikative Formel (etwa wie *Dreimal darfst du raten!*) betrachtet werden. Burger stellt fest, dass die Abgrenzung fester Phrasen zu den Sprichwörtern in Wörterbüchern oft willkürlich geschieht (2015: 44). Die Sprichwörter haben einen deutlichen Funktionswandel durchgemacht und für den heutigen Sprachgebrauch (vor allem in den Medien und in der Werbung) ist charakteristisch, „dass die traditionellen Muster der Verwendung in den Hintergrund treten gegenüber spielerischen Verfahren [...]“ (Burger 2015: 123).

Der Begriff der Festigkeit, der bezüglich phraseologischer Einheiten als ein Grundmerkmal gilt, wird in den letzten Jahrzehnten von vielen Forschern relativiert. Burger analysiert Variation und Modifikation von Phraseologismen und kommt zum Schluss, dass eine flexible Konzeption von Phraseologie notwendig ist, „die den Gedanken toleriert, dass man innerhalb eines Phrasems stabilere und weniger stabile Elemente annehmen darf und dass die Grenzen zu den freien Wortverbindungen fließend sind“ (2015: 26)². Fleischer zählt zu den stabilsten die kommunikativen Formeln mit implizierter Satzstruktur, in manchen anderen Fällen sei „eine begrenzte Tempusvariation zu akzeptieren“ (1982: 130–131). Korhonen (1990) relativiert die Festigkeit dieser Konstruktionen noch mehr, indem er das Vorhandensein einer oder mehrerer fakultativer Partikeln in der Struktur der Phrase, Veränderungen im Tempus und in der Folge der Komponenten bei der Einbettung der Satzidiome in den Kontext, Variabilität der pronominalen Formen sowie rein lexikalische Substitutionen beschreibt. Die Satzform ist oft nur eine (überwiegende) Realisationsvariante, was jeden Klassifikationsversuch immens erschwert.

Die Gebundenheit an bestimmte Gebrauchsbedingungen, die in neuerer Forschung auch für andere Typen von festen Wortverbindungen als Indiz der Idiomatisierung betrachtet wird (vgl. Burger 2015: 55), kommt bei der Definition pragmatischer Idiome deutlich zum Tragen. Die Analyse bestehender Klassifikationen hat gezeigt, dass kommunikative und expressive Formeln

² Vgl. dazu auch Lüger (1999: 11): Die Festigkeit von Phraseologismen erweist sich „als ein nur schwer handhabbares Kriterium“.

konventionell größtenteils an bestimmte illokutive Funktionen geknüpft sind. Es werden Gruppen fester Phrasen unterschieden, die ‘Kritik’, ‘Ablehnung’, ‘Zurechtweisung’, ‘Beschwichtigung’, ‘Beteuerung’, ‘Verzweiflung’, ‘Ermutigung’, ‘Aufforderung zum Handeln’, ‘Warnung’, ‘Überraschung’, ‘Entrüstung’ u.Ä. ausdrücken (vgl. Reichstein 1971; Fleischer 1982; Korhonen 1990; Finkbeiner 2007). Für viele kommunikative und expressive Formeln können die (wichtigsten) Funktionen unabhängig vom Kontext bestimmt werden, d.h. die illokutive Funktion wird zusammen mit der lexikalisch-syntaktischen Struktur der Phrase reproduziert und ist im Wörterbuch verzeichnet, vgl. *Ich fress(e) einen Besen/ will einen Besen fressen* – (salopp) ‚Formel, um etwas zu beteuern oder in Zweifel zu ziehen‘ (Dudenredaktion 2013: 107); *(Ach,) du ahnst es nicht!* – (ugs.) ‚Ausruf unangenehmer Überraschung‘ (Dudenredaktion 2013: 37). Solche pragmatisch gerichtete Kodierung ist in der Phraseographie allerdings eher sporadisch anzutreffen, nicht weniger oft liegt nur die semantische Paraphrase vor, vgl. *Hast du eine Ahnung!* – (ugs.) ‚da täuschst du dich aber gewaltig!‘ (Dudenredaktion 2013: 38); *Das ist (doch) die Höhe!* – (ugs.) ‚das ist unerhört, das ist der Gipfel der Unverschämtheit‘ (Dudenredaktion 2013: 360). Zudem ist es generell nicht möglich, die endgültige Zusammensetzung pragmatischer Funktionen jeder einzelnen festen Phrase auf der Satzebene zu bestimmen (zumindest nicht sinnvoll im Hinblick auf ihre informative Anschaulichkeit). Kühn (1984: 187) weist mit Recht darauf hin, dass diese allgemein definierten Funktionen in verschiedenen Kontexten oft bestimmten Modifikationen unterliegen und die Art der Modifikation von der Handlung abhängt, in die der Phraseologismus eingebettet ist. Es ist dem zuzustimmen, dass die Illokution ‚Warnung‘ in Bezug auf den Ausdruck *Tu, was du nicht lassen kannst!* mit der von Dietz vorgeschlagenen Interpretation ‚Ich rate dir davon ab. Wenn du es trotzdem tun willst, kann ich dich nicht daran hindern, aber sage nicht, ich hätte dich nicht gewarnt‘ nicht konkurrieren kann.

Nach Lüger (2007: 450) werden viele phraseologische Einheiten, u. a. Zustimmungs- und Ablehnungsformeln, nicht ausschließlich in einem kognitiven Sinne, sondern auch als Mittel mit expressiver Funktion eingesetzt. Es sei kaum möglich, klar abgrenzbare Klassen zu bilden, da viele Formeln aufgrund ihrer Polyfunktionalität mehr als einer Gruppe angehören können. Unter Verweis auf Gläser (1986: 130) wird festgestellt, dass der Sprecher sich in ihrer Verwendung im Kommunikationsgeschehen als „ein unteilbares erkennendes, fühlendes, wertendes und handelndes Subjekt“ erweist.

Solche eher diffuse Beschreibung dieser Phraseologismen könnte man anhand folgender Beobachtungen bekräftigen. Mit der weiten Auffassung der Phraseologie korreliert eine umfassende Bedeutungskonzeption, nach der sprachliche Bedeutung zu komplex ist, als dass alle ihre Arten mit den gleichen theoretischen Begriffen erklärt werden könnten. Coulmas untersucht die Bedeutung

von Routineformeln und stellt fest unter Verweis auf Fillmore, dass es dabei nicht nur um die klassische Unterscheidung zwischen Denotation und Konnotation geht, „sondern auch darum, dass die Gesamtbedeutung von Ausdruckseinheiten durch *Vorkommensfrequenz*, *Standardisiertheit*, *Funktionsspezifität* und *Situationsgebundenheit* (meine Hervorhebung) affiziert wird. Die Gesamtbedeutung einer Ausdruckseinheit setzt sich aus verschiedenen Bedeutungsaspekten zusammen, die bei verschiedenen Arten von Ausdruckseinheiten unterschiedlich ins Gewicht fallen“ (1981: 72). Kommunikative und expressive Formeln des Deutschen bilden eine bunte Palette konventionalisierter sprachlicher Einheiten, die komplexe kommunikativ-expressive persönliche Bedeutungen implizieren: Emotionen, Gefühle, Bewertungen, die Einstellung des Sprechers zur außersprachlichen Situation, Verhalten oder Worten des Gesprächspartners und verschiedene kommunikative Intentionen (‘Drohung’, ‘Ermunterung’, ‘Abweisung’, ‘Beteuerung’ u.Ä.) verflechten sich darin in unterschiedlichen Proportionen. In jedem einzelnen Sprechakt tritt die Explikation dieser Bedeutungen auf, dabei manifestiert sich die ganze Komplexität dieser Ausdruckseinheiten. Kommunikative und expressive Formeln spiegeln im Wesentlichen die subjektive Seite des Sprachbewusstseins wider. Subjektivität ist hier jedoch intersubjektiv, Besitz der Sprachgemeinschaft. Es sollte angemerkt werden, dass der Bestand kommunikativer und expressiver Formeln in der Sprache ständig aktualisiert wird, einige Ausdruckseinheiten kommen aus dem Gebrauch, ihr Platz wird durch neue Phrasen besetzt, die infolge der Prozesse der Kreativität und Produktivität gebildet werden.

Daher können die Aufgaben des vorliegenden Beitrags vor allem darin gesehen werden, die Funktionsweise kommunikativer und expressiver Formeln im Diskurs zu betrachten, das deutschsprachige Internetkorpus kann dabei als empirische Grundlage dienen. Die Frage der Kulturgebundenheit deutscher kommunikativer und expressiver Formeln wird gesondert betrachtet (siehe Abschnitt 2.1), da sie m. E. mit der besonderen Rolle dieser Ausdruckseinheiten für die intertextuelle Beschaffenheit des Diskurses im Einklang steht.

Als Forschungsmaterial diente mir eine umfassende Auswahl kommunikativer und expressiver Formeln des Deutschen, die anhand der zur Verfügung stehenden phraseologischen Wörterbücher (siehe Literaturverzeichnis) gebildet wurde (insgesamt 2140 Einheiten). Die oben dargelegten Beobachtungen führten zur Entwicklung eines funktional-semanticen Thesaurus-Klassifikationsmodells, in dem zahlreiche Verweise zwischen den insgesamt 62 Gruppen und Untergruppen die Polyfunktionalität kommunikativer und expressiver Formeln abbilden. So wurden unter den kommunikativen Formeln – konventionellen Sätzen, die verschiedene kommunikativen Intentionen ausdrücken, u. a. folgende Gruppen ausgegliedert: ‘Bestätigung’/‘Bekräftigung’/‘Beteuerung’

(*Das kann ich dir flüstern!*); 'Abweisung'/'(kritische/beleidigende) Zurechtweisung' (*Bist du noch zu retten?*); 'Drohung' (*Komm du nur nach Hause!*); 'Lob'/'Anerkennung' (*Nicht schlecht, Herr Specht!*); 'Ermunterung'/'Beruhigung'/'Beschwichtigung' (*Das/es kommt in den besten Familien vor*); '(emotionale) Aufforderung' (*Weiter im Text! [Immer/nur] ran an die Buletten!*); 'Eigenlob'/'Prahlerie' (*Uns kann keiner; Hoppla, jetzt komm'[e] ich!*). Die expressiven Formeln drücken vor allem die (unmittelbaren) Emotionen aus, darunter sind v.a. die Einheiten der (un)angenehmen 'Überraschung'/'Bestürzung' (*Da legst du dich [lang] hin! Sachen gibt's [die gibt's gar nicht!]*); 'Verärgерung' (darunter die Untergruppe der 'Verwünschung')/'Verzweiflung' (*Das ist [doch] der Gipfel! Himmel, Arsch und Zwirn!*); der emotionalen 'Erleichterung' (*Gott sei's getrommelt und gepfiffen*); 'Enttäuschung'/'Resignation'/'Ratlosigkeit' (*Da haben wir die Bescherung; Was tun, spricht Zeus; Und wer küsst mich/mir?*); 'Erschreckens'/'Abwehr' (*Da sei Gott vor!*) und des psychischen und physischen Zustands des Sprechers (*Ich bin kein Mensch mehr*) zu unterscheiden. Zu den Mischtypen gehören zahlreiche Phrasen, die Bewertungen ausdrücken, sowohl emotionale (*Da ist der Bär los! Glück muss der Mensch haben!*), als auch epistemische (*Nun/jetzt sind alle Klarheiten restlos beseitigt; Frag mich was Leichteres; Nachtigall, ich/ick hör' dir trapsen*). Das entwickelte Schema war eine Arbeitsversion, die einem angewandten Zweck diente, nämlich einer möglichst vollständigen Inventur von Ausdruckseinheiten, die den relevanten Merkmalen des Untersuchungsgegenstandes entsprechen. Es wurden phraseologische Einheiten in die Analyse aufgenommen, die einer der im Klassifikationsschema identifizierten funktional-semantischen Gruppen zugeordnet werden können, wenn sie zumindest in einem der benutzten Wörterbücher formal als Satz dargestellt sind.

Das Textkorpus ist durch verschiedene Kommunikationsformen des deutschsprachigen Internetraums repräsentiert. Der Einsatz von Google als Forschungsinstrumentarium erwies sich als gerechtfertigt, da diese Suchmaschine es ermöglicht, nicht nur die Sprache in den Sucheinstellungen auszuwählen (dies schließt zahlreiche Seiten aus zweisprachigen Online-Wörterbüchern und Belege deutscher Idiome in ausländischen wissenschaftlichen Publikationen aus), sondern auch nach dem genauen Text von Phrasen zu suchen, und nicht nach einzelnen Wörtern oder deren Kombinationen. Zu diesem Zweck muss der gestellte Antrag in Anführungszeichen gesetzt werden. Diese Option ist besonders nützlich für die Suche von kommunikativen und expressiven Formeln, bei denen im Vergleich mit anderen Phraseologismen hoher Festigkeitsgrad und abgeschlossene Satzstruktur zu den kategorialen Eigenschaften gehören. Als Ausgangspunkt wurde in der Regel die Wörterbuchform verwendet. Es wurden

in manchen Fällen manuell auch zusätzliche Formen für die Suchanfrage konstruiert. Der Unterschied bestand in der Reihenfolge von Konstituenten (oder ihrer Eliminierung), Zeitform des Verbs und Variabilität der pronominalen Formen u.Ä., z. B. *Da haben wir die Bescherung/Da hast du die Bescherung/Da haste die Bescherung*.

Auf diese Weise wurde die Gebräuchlichkeit aller Einheiten aus der Stichprobe im Internet geprüft. In Bezug auf 132 Einheiten hat es 0 Treffer gegeben. Weitere 475 Einheiten haben einen niedrigen Gebräuchlichkeitsgrad – bis zu 10 Treffern, darunter 88 Einheiten, die ausschließlich auf den Seiten der (überwiegend alten) Bücher anzutreffen sind). Viele davon sind nur in einem der erwähnten Wörterbücher (v.a. Havrys' und Proročenko 1981; Binovič und Grišin 1975; Küpper 1997) dargestellt und können somit als Archaismen definiert werden, vgl. *Und wenn der Teufel auf Stelzen geht; Da kannst du Meisen ausnehmen; Das grenzt an Pommern!* Als nicht gebräuchlich erwies sich auch der im Duden Band 11 ohne Markierung ‚veraltet‘ verzeichnete Phraseologismus *Aber sicher, sagte Blücher* (ugs. scherzh. ‚ganz sicher ist das so‘ [Dudenredaktion 2013: 688]), der oft in linguistischen Studien als Beleg herangezogen wird.

Die Suche hat ergeben, dass die meisten Ausdruckseinheiten aus unserem Korpus den mittleren (579 Einheiten mit 10 bis zu 250 Google-Treffern) und hohen (954 Einheiten mit über 250 Treffern, meistens wegen Google-Algorithmen auf 500 Treffer begrenzt) Gebräuchlichkeitsgrad aufweisen. Die gewonnenen Daten sind zwar als relativ zu bewerten, sollten aber die sprachlichen Korrelationen abbilden: Diemer (2008) äußert Vorbehalte gegen die Relativität quantitativer Daten aus dem Internet aufgrund des Fehlens einer klaren Grundmenge, stellt jedoch fest, dass die Ergebnisse häufig mit denen des British National Corpus und anderer Referenzkorpora vergleichbar sind. Somit *können viele* Formeln mit dem mittleren und hohen Gebräuchlichkeitsgrad, die nur in einem der in Betracht gezogenen Wörterbücher dargestellt sind, in zukünftigen phraseographischen Projekten berücksichtigt werden, z. B. *Ich bin dafür, dass wir dagegen sind* – ‚Umschreibung einer Ablehnung‘ (Küpper 1997: 154); *So streng sind dort die Bräuche* – ‚Redewendung angesichts eines ungewöhnlichen Herkommens, das in dieser Lage sinnlos wirkt‘ (Küpper 1997: 127); *Wie habe ich das wieder gemacht?!* – ‚selbstironischer Ausdruck der Genugtuung über eine Leistung‘ (Küpper 1997: 512); *Da könnte ja jeder kommen!* – ‚Ausdruck der Abweisung‘ (Küpper 1997: 380). Zur Verifizierung der gewonnenen Ergebnisse sind auch die Befragungen von Muttersprachlern in Erwägung zu ziehen.

Ein Großteil der Belege für die empirische Analyse (siehe Abschnitt 3) wurde unmittelbar durch die Google-Suche bereitgestellt. Zudem wurde gezielt auf *Fotocommunity, Youtube, Facebook* etc. recherchiert.

2.1 Kulturelle Spezifik und intertextuelles Potenzial kommunikativer und expressiver Formeln des Deutschen

Kommunikative und expressive Formeln sind Teil des allgemeinen phraseologischen Bestandes, d.h. jenes Bereiches, in dem sich nach etablierten Ansichten die sprachkulturellen Besonderheiten am deutlichsten widerspiegeln. In Phraseologismen „manifestiert sich das versprachlichte kollektive Wissen und damit das ‚sprachliche Weltbild‘ in anschaulicher und aufschlussreicher Weise“ (Földes 2007: 432).

Als ein Indiz der kulturellen Spezifik phraseologischer Einheiten könnte die Tatsache gelten, dass der Gebrauch sowohl satzgliedwertiger als auch satzwertiger Phraseologismen durch Nichtmuttersprachler von Muttersprachlern negativ bewertet werden kann, da er nach Lüger (1999: 209) „als Versuch gilt, eine vollständige Identifikation mit der Zielkultur zu signalisieren, ein Maß an Vertrautheit, das Angehörigen einer fremden Sprache/Kultur offenbar nicht ohne weiteres zugestanden wird“. Im Falle des Verlustes der muttersprachlichen Umgebung gehen auch Humor, Wortspiele, Mehrdeutigkeiten und zahlreiche Allusionen verloren, da dies alles auf der Kenntnis der riesigen Masse von Realien basiert, die sich auf den gesamten Kontext des Lebens in einem Kultur- und Informationsumfeld beziehen.

Zu den Schwerpunkten kontrastiver Studien gehört die Ermittlung von Gemeinsamkeiten und Divergenzen im phraseologischen Bereich. Coulmas untersucht psycho-ostensive Formeln in zwei sehr verwandten Sprachen – die große Anzahl dieser Einheiten in Urdu und das Fehlen in Hindi ließen ihn zu dem Schluss kommen, dass „die relative Größe des Formelrepertoires einer Sprache durch die Kultur der Sprachgemeinschaft bedingt ist und nicht durch der Sprache inhärente Eigenschaften“ (1981: 132).

In diesem Abschnitt soll die kulturspezifische Dimension deutscher kommunikativer und expressiver Formeln kurz angerissen werden. Eine eingehende Behandlung wäre im Rahmen eines kultursemiotischen bzw. kulturhistorischen Untersuchungsvorhabens möglich.

Als kulturspezifische werden traditionell Phraseologismen ausgegliedert, die mit herkömmlicher Symbolik, dem für bestimmte Kultur charakteristischen Volksglauben, Geschichte und Literatur, dem Klima, Ess- und Trinkgewohnheiten u.Ä. zusammenhängen (vgl. Földes 1996; Dobrovol'skij und Piirainen 2005).

Eine große Anzahl von kommunikativen und expressiven Formeln (117 Einheiten in meinem Korpus) sind (im weiteren Sinne) literarisch nachweisbar: *Vor Tische las man's anders; Nicht ärgern, nur wundern! Hast du sonst noch Schmerzen?* Einige feste Phrasen stammen aus deutschen Schwänken (*Da wird der Hund*

in der Pfanne verrückt!), Volkspoesie sowie nationalen und regionalen Schlagern (*Hoppla, jetzt komm[e] ich! Verflixt und zugenäht! Da hat doch jemand dran gedreht; Hannemann, geh du voran!*) oder waren einst bekannte Werbeslogans (*Immer mit der Ruhe und einer guten Zigarre!*). Hier ist Burger zuzustimmen, dass diese Phraseologismen einen oszillierenden Charakter haben. Sie sind nicht eindeutig abzugrenzen von Zitaten auf der einen Seite und sonstigen Klassen von Phraseologismen auf der anderen Seite (vgl. Burger et al. 1982: 43–56).

Als kulturspezifisch geprägt ließen sich auch 116 kommunikative und expressive Formeln identifizieren, die auf breiter kulturhistorischer Basis entstanden sind. Diese Phraseologismen können auf vergangene Kriegsereignisse und den Militärbereich zurückgeführt werden (*Ab nach Kassel! So schnell schießen die Preußen nicht!*), den Handelsbereich und Traditionen deutscher Jahrmärkte (*Klappe/Bude zu, Affe tot! Immer rein ins Vergnügen!*) sowie gastronomische Gewohnheiten der Deutschen (*Das macht den Kohl [auch] nicht fett; Das geht wie beim Brezelbacken; Das ist [nicht] mein Bier; Butter an/bei die Fische!*). Einige kommunikative und expressive Formeln enthalten deutsche Anthroponyme, darunter auch Personennamen berühmter historischer Figuren, vgl. *Ich will Hans/Emil heißen; Mensch Meier! (Ach) du liebes Lieschen! Sowas lebt und Schiller musste sterben*. Der Ursprung der Phrase *Es geht um die Wurst* geht auf volkstümliche Wettkämpfe zurück, bei denen der Sieger eine Wurst erhielt, und der Ausdruck *Das ist das Ende vom Lied* bezieht sich auf das für alte deutsche Volkslieder typische traurige Ende.

Die symbolische Komponente kommunikativer und expressiver Formeln der deutschen Sprache ist vor allem durch mythologische und religiöse Elemente vertreten (ihre Zahl läuft – ganz grob geschätzt – auf über 100 Einheiten hinaus, je nachdem, ob man die zahlreichen Varianten mitrechnet), vgl. *Gott sei's getrommelt und gepfiffen! Da soll doch gleich ein Donnerwetter dreinschlagen/dreinfahren!*

Unter Tierbezeichnungen (vorhanden in 90 Ausdruckseinheiten) sind *Geier* und *Kuckuck* weit verbreitet, die seit langer Zeit im Volke den bösen Geist symbolisierten (*Hol's der Geier! Weiß der Kuckuck*). Dobrovol'skij und Piirainen zufolge symbolisiert die Tierbezeichnung *Hund* als phraseologische Konstituente u. a. „die unterste Stufe innerhalb einer Wertehierarchie“ (1997: 195). Auch in kommunikativen und expressiven Formeln ist die negative Ausdruckskomponente anzutreffen (*Hol dich der Hund!*).

Dobrovol'skij und Piirainen (1997: 41) unterscheiden zwischen der symbolischen und metaphorischen Funktion der Tierbezeichnungen in Phraseologismen. So wird ein großer emotionaler Schock in expressiven Ausrufen oft als Ergebnis von etwas Absurdem oder Ungewöhnlichem dargestellt. Bemerkenswert ist die hohe Produktivität dieser Ausdrücke mit Tiernamen im Deutschen, vgl. *Ich*

glaube, mein Schwein pfeift! Ich denk', mich küsst/knutscht ein Elch! Es ist zum Mäusemelken! Da fällt ein Affe aus dem Nest! u. a. Einige scherzhafte Ausdrücke sind Reimeinheiten, vgl. *Nicht schlecht, Herr Specht!*

Die Zahlen sind in kommunikativen und expressiven Formeln des Deutschen weniger vertreten (12 Einheiten in meinem Korpus). Der Ausdruck *Jetzt schlägt's aber dreizehn!* enthält die Zahl *dreizehn*, die im Volksglauben als Unglück bringende Zahl gilt und andeuten soll, dass etwas nicht mit rechten Dingen zugeht (Röhrich 1994: 336). In der Struktur vieler deutscher Phraseologismen hat die Zahl *tausend* oft eine verstärkende Bedeutung und bezieht sich auf eine große Zahl/Menge von etwas: *mit tausend Zungen reden; voll wie tausend Mann sein; Tausend Dank!* In den expressiven Formeln *Ei der Tausend! Hol's der Tausend!* wird *Tausend* aber als ein verhüllendes Wort für den tabuisierten ‚Teufel‘ gebraucht (vgl. Röhrich 1994: 1604) und kann zu den Einheiten mit mythologischer und religiöser Symbolik zugerechnet werden.

Farbbezeichnungen in Phraseologismen vermitteln oft Manifestationen des physiologischen oder emotionalen Zustands einer Person (*mit roten Ohren abziehen; jmdm. wird [es] schwarz vor [den] Augen*). Unter den expressiven Formeln dagegen, die normalerweise zum direkten, unmittelbaren Ausdruck von Emotionen dienen, enthalten nur 7 Einheiten aus meinem Korpus eine Farbbezeichnung, z.B. (*Na*), *so blau!* – *blau* bedeutet in diesem Fall ‚Lüge‘ und ‚Täuschung‘, da es infolge der sekundären Phraseologisierung vom einheitlichen Bild abgelöst wurde (vgl. *blauen Dunst reden; das Blaue von Himmel [herunter]lügen*). Ein auffälliges Beispiel ist die Etymologie der Phrase (*Ach*), *du grüne Neune!*, die ‚(unangenehme) Überraschung‘ oder ‚Erschrecken‘ ausdrückt. Weder die Farbbezeichnung *grün*, noch die Zahl *neun* spiegeln hier mehr oder weniger universelle Konzepte wider, jedoch hat dieser Ausdruck einen kulturspezifischen Hintergrund. Die lexikographischen Quellen erklären den Ursprung dieses Phraseologismus in Verbindung mit einem bekannten Berliner Vergnügungsort (um 1850) in der *Blumenstraße 9* mit dem Haupteingang *am grünen Weg* (vgl. Röhrich 1994: 1093).

An die Forschung kulturspezifischer Besonderheiten der Ausdrucksmittel knüpfen die vor allem in der wissenschaftlichen Literatur des postsowjetischen Raumes populären Studien der ‚Präzedenztexte‘ an. Darunter werden Texte (Titel und Charaktere aus literarischen Werken, Liedzeilen, Filmtitel, Sprüche, Zitate etc.) verstanden, die für die Persönlichkeit in kognitiver und emotionaler Hinsicht relevant sind und einen überpersönlichen Charakter haben. Die Bezugnahme darauf ist für die (meisten) Mitglieder einer Sprachgemeinschaft verständlich und im Diskurs wird auf sie wiederholt zurückgegriffen (vgl. Karaulov 2010: 216).

In der europäischen Linguistik werden dergleichen Bezüge im Rahmen der Intertextualitätstheorie behandelt. Janich beschreibt Intertextualität als

„gemeinsame Wissensbasis bei Textproduktion und -rezeption“ und bezeichnet mit dem Begriff ‚Referenztexte‘ die Texte, auf die man Bezug nimmt, und unter ‚Phänotexten‘ werden die Bezug nehmenden Texte verstanden (2008: 178–185). Nach Femers-Koch sind Phraseme, feste Redewendungen, Sprichwörter und geflügelte Worte „eine besonders beliebte Gruppe von Referenztexten“ (2018: 269). Drumm weist darauf hin, dass Nicht-Muttersprachler bei der Interpretation der Werbetexte mit intertextuellen Bezügen Schwierigkeiten haben, „da kulturelles Hintergrundwissen notwendig ist, um interkulturelle Anspielungen verstehen zu können“ (2004: 207). Daraus ergibt sich die Relevanz der Forschung von Referenztexten (Präzedenztexten) der Zielgemeinschaft für eine erfolgreiche interkulturelle Kommunikation.

Die Recherche hat gezeigt, dass sowohl die satzwertigen Phraseologismen, die eine (im weiteren Sinne) literarische Herkunft aufweisen, als auch zahlreiche andere gängige Formeln oft als Titel der Spiel- und Dokumentarfilme, Fernsehserien und anderen Fernsehsendungen verwendet werden, z. B. *So siehst Du aus* (D. 1955; Kurz-Spielfilm); *Lass das – ich hass’ das* (D. 1983; Komödie); *Land in Sicht* (D. 2012; Dokumentarfilm); *Rette sich, wer kann!* (Originaltitel *Polosatjy rejs*; UdSSR 1961; Komödie); *Schluss mit dem Käse* (Originaltitel *Cheese Chasers*; USA 1951; Kurzfilm); *Mensch Meier* (D. 1985-1991; Spielshow); *Ich glaub, mich knutscht ein Elch* (Originaltitel *Stripes*; USA 1981; Komödie) u.v.a.m. Dies gilt auch für Buchtitel, vgl. *Friß, Vogel, oder stirb* (Irene Rodrian, 1989); *Ich nehme alles zurück und behaupte das Gegenteil* (Juli Rautenberg, 2012); *Das hat gegessen! Unschlagbar im Streitgespräch* (Wolf Ruede-Wissmann, 2006) u. a. Die Appell- und Unterhaltungsfunktionen kommunikativer und expressiver Formeln kommen auch in ihrem Gebrauch in anderen Bereichen des gesellschaftlichen Lebens zum Tragen, wobei wir oft von einer Doppeldeutigkeit der Bedeutung reden können, vgl. *Verflixt & zugenäht* (Änderungsschneiderei in Karlsruhe); *Komme Was Wolle* (Fachgeschäft für Garne und Handgestricktes in Wien).

Die aufgedeckte weit verbreitete Verwendung von kommunikativen und expressiven Formeln des Deutschen als Referenztexte außerhalb des Internets sollte auch in der Internetkommunikation „unter die Lupe genommen“ werden.

3 Kommunikative und expressive Formeln in den Internettexten

Die Internetkommunikation lässt sich am übersichtlichsten nicht nach traditionellen Kommunikationsgattungen, sondern eher nach Kommunikationsformen betrachten, in denen technische Konstellationen das sprachliche Bild von Texten

und das kommunikative Verhalten von Sprechern bestimmen (vgl. dazu Dürscheid 2005). Die Palette der Kommunikationsformen im Internet zeichnet sich durch eine hohe Dynamik aus. Neue Kommunikationsformen bilden sich heraus und die alten verändern sich ständig, ebenso sind zahlreiche Querverbindungen vorhanden.

Schon am Anfang der Forschung zur Sprache im Internet stand fest, dass „je stärker die Kommunikation dialogischer und synchroner erfolgt, desto häufiger lassen sich mündliche Aspekte des Sprachgebrauchs in der Internet-Kommunikation feststellen“ (Runkehl et al. 1998: 116). Aufgrund der Tendenz, Aufwand und Zeit bei der Produktion von Mitteilungen zu sparen, und des Strebens der Kommunikationsteilnehmer nach direkter, leicht zu handhabender mündlicher Kommunikation werden sprachliche Innovationen auch in den Texten asynchroner Formen der Internetkommunikation beobachtet (Foren, Frage-Antwort-Plattformen).

Die Verwendung kommunikativer und expressiver Formeln in der asynchronen Kommunikation ist mit dem Einsatz phonetischer und graphischer Mittel der konzeptionell mündlichen Sprache verbunden. Da sind hauptsächlich Buchstabenreduktion (*Mein Name ist Hase, ich weiß von nix*); Klitisierung (*Da musste früher aufstehen; So siehste aus!*); Iteration von Zeichen (*Bahnhof??? Koffer klauen????; !!!!!Verdammt nochmal!!!!!!*) und Gebrauch von Emoticons hervorzuheben. Außerdem wurde die Tendenz zur Zusammenschreibung gebräuchlicher expressiver Formeln entdeckt, die sich in ihrer Bedeutung und Funktion den primären Interjektionen nähern und dementsprechend von den Sprechern als eine lexikalische Einheit wahrgenommen werden können, z. B. *achdumeinegüte, dukriegstdietürnichtzu, sachengibtsdiegibtsgarnicht; achdudickesei*.

Die Forenbenutzer verwenden kommunikative und expressive Formeln in allen Strukturelementen der Foren, d.h. im Text der Nachrichten und in den Überschriften dazu sowie als Benutzernamen und Signaturen (insgesamt umfasste mein Korpus 250 Belege aus über 20 deutschsprachigen Foren). Die Interaktivität der Foren verhilft zur Ausrichtung des Textes auf den Kommunikationspartner bei gleichzeitiger Explikation eigener Gedanken, des ‚Ich‘ des Autors (vgl. Shchipicina 2010: 368–369). Daher werden hier oft Formeln der (emotionalen) ‚Zustimmung‘, ‚Ablehnung‘, ‚Bestätigung‘/‚Bekräftigung‘/‚Beteuerung‘, ‚Abweisung‘/ (kritischer/beleidigender) ‚Zurechtweisung‘ des Gesprächspartners gebraucht. Dabei kommt der informelle Charakter der Forenkommunikation zum Ausdruck:

- (1) ***Ich will Meier heißen, wenn je ein kroatischer Ball in unsere Tore fliegt.***
(Allmystery)

Der häufige Gebrauch der betreffenden Phraseologismen in der Online-Kommunikation, der in vielen Fällen durch Emoticons ergänzt wird, spiegelt offensichtlich ihr textbildendes Potential wider. Viele kommunikative und expressive

Formeln der deutschen Sprache stellen kurze, aber treffende Meisterwerke des volkstümlichen Humors dar, von denen die erfolgreichsten, die einprägsamsten von späteren Generationen aufgegriffen werden, während andere nur einer bestimmten Epoche oder sozialen Gruppe zugeschrieben werden können. Diese Einheiten schaffen eine besondere Tonart – eine emotional geprägte Form von Kommunikationsorganisation. Nach Finkbeiner (2008: 199–201) bieten phraseologische Sätze als konventionalisierte und gleichzeitig stark kontextabhängige Einheiten ein weites Assoziationspotenzial, indem sie einen Großteil ihrer konkreten Interpretation dem Hörer überlassen. Das eröffnet Raum für Sprachspiele und Kreativität, man kann über den Unterhaltungseffekt von kommunikativen und expressiven Formeln reden. In der Internetkommunikation sind diese Funktionen äußerst gefragt, denn der spielerische Ton durchdringt buchstäblich den virtuellen Diskurs (vgl. Lutovinova 2009: 112). Dies trägt zur Verringerung der Distanz zwischen den Kommunikationsteilnehmern bei und führt zur Schaffung von Kommunikation der Nähe. Bei der asynchronen Kommunikation hat der Internetnutzer mehr Zeit, sich seine Antwort zu überlegen als in der spontanen Dialog- und Gruppenkommunikation oder in der Chatkommunikation, die nahezu synchron verläuft. So ist die Rede hier mehr mit witzigen Aussagen übersät, die oft aus kommunikativen und expressiven Formeln oder ihren Modifikationen bestehen.

Das oben Dargelegte bedingt den häufigen Gebrauch kommunikativer und expressiver Formeln in Überschriften zu Forenbeiträgen:

- (2) *Es ist zum Mäuse melken* (Post über Probleme mit der Schlampigkeit eines Teenagers)
(Rund-ums-Baby.de)
- (3) *Ach Du kriegst die Tür nicht zu...* (die Fahrertür des Autors ließ sich wegen der Kälte nicht mehr schließen)
(Motor-Talk.de)

Eine große Anzahl von kommunikativen und expressiven Formeln können ähnlich wie viele Sprichwörter als kulturspezifische Spracheinheiten betrachtet werden, aber im Gegensatz zu letzteren dienen sie nicht als Ausdruck von Volksweisheit, sondern vermitteln oft volkstümlichen Humor, die Gemeinsamkeit emotional bewertender Weltwahrnehmungen. Diese Einheiten können in einer Vielzahl von Kontexten verwendet werden, wobei kommunikativen und expressiven Formeln der Vorzug gegenüber alternativen nichtphraseologischen Formulierungen gegeben wird, aufgrund des Wunsches, eine gemeinsame Perspektive mit dem Leser zu finden (vgl. Sabban 2007: 245) und gemeinsames Hintergrundwissen einschließlich üblichem „Hintergrundhumor“ zu teilen.

Kommunikative und expressive Formeln als Benutzernamen (*sosiehteaus, PfuiSpinne, hasteworte*) und Signaturen³ (*Raus aus Metz, die Festung brennt; Wer mich liebt – lacht doch; Sachen gibt's, die gibt's gar nicht! Ich komme noch früh genug zu spät*) funktionieren als Mittel der vorkommunikativen Selbstdarstellung der Persönlichkeit. Lutovinova (2009: 101) spricht über die kreative Herangehensweise der Nutzer bei der Selbstpräsentation im Netz und ihren Sinn für Humor. Es ist ein Versuch, sich von der Masse abzuheben und gleichzeitig anonym zu bleiben.

Auf den Frage-und-Antwort-Plattformen *gutefrage.net*, *wer-weiss-was.de* u. a. ist ein beträchtliches Interesse der Nutzer an der Etymologie dieser Sprachmittel zu verzeichnen, sie diskutieren aktiv über ihre Herkunft und Bedeutungsschattierungen (in mein Korpus wurden 22 Fragen aus den 5 populärsten Plattformen aufgenommen). Bei der Formulierung von Fragen bedienen sich manche Nutzer einer wirklich „bizarren“ Metasprache:

- (4) ***Da wird ja der Hund in der Pfanne verrückt... wer kennt diesen Spruch noch?? Und welche Ideen kommen Euch?... wenn ihr diesen Spruch so ganz in Euch aufnehmt. Welche Phantasien... welche Gedanken...*** (Yahoo! Respuestas)

In den Antworten duplizieren die Schreiber häufig Informationen aus offenen Referenzquellen, führen aber auch ihre persönlichen Assoziationen an. Ein derart hohes Interesse der Nutzer an der Herkunft kommunikativer und expressiver Formeln zeigt demnach, dass ihnen ihre Kulturspezifität bewusst wird. Es ist interessant, wie die Sprachträger die intertextuellen Bezüge dieser Einheiten erkennen, sie als Präzedenzphänomene (Referenztexte) wahrnehmen. Ein Internetnutzer behauptet bei der Diskussion über die Herkunft des Ausdrucks *Hinein, Onkel Otto!* ihn nie zuvor gehört zu haben, und nimmt zugleich an, dass

- (5) *... wie er sich anhört, könnte er aus einem Schlager der Vor- oder Nachkriegszeit stammen oder aus einem Spassfilm aus der Zeit. Dem Heinz Erhardt⁴ traue ich solche Schöpfungen zu.* (kurzefrage.de)

Die Analyse der Funktionsweise von kommunikativen und expressiven Formeln in Online-Medien bestätigte die Tendenz zur Verstärkung expressiver Funktion der

³ Als Signatur wird in der Regel eine kurze, aber geistreiche, witzige oder auch sinnlose Aussage verwendet

⁴ Heinz Erhardt war ein deutsch-baltischer Komiker, Musiker, Schauspieler und Dichter Mitte des 20. Jahrhunderts

modernen Massenmedien und interstilistischer Umverteilung von lexikalischem und phraseologischem Material (vgl. Burger 2005, Burger 2015; Burger und Luginbühl 2014; Balsliemke 2001; Sabban 2007; Skog-Södersved 2007).

Die Ökonomie sprachlicher Mittel war lange Zeit eine weit verbreitete Tendenz bei der Formulierung von Überschriften der Zeitungsartikel gewesen, die Ellipse ergab sich dabei als die syntaktische Hauptform (vgl. Sandig 1971; Hoffmann 2006). Der Wunsch, möglichst viel Inhalt sowie eine wertende Haltung zu vermitteln, indem man möglichst wenige Sprachmittel verwendet, erklärt wiederum die aktive Verwendung der Phraseologismen als semantisch verdichteter Einheiten in den Überschriften. Der Gebrauch von Phrasemen und Sprichwörtern im Text der Zeitungsartikel sowie in deren Überschriften ist auch auf die Intertextualität der modernen Medien zurückzuführen: „Spielerische Intertextualität als stilistische Aufwertung von Texten findet sich auch sehr häufig in journalistischen Textsorten. Besonders gerne werden intertextuelle Referenzen speziell für Headlines genutzt“ (Femers-Koch 2018: 272).

Burger (2005: 117–118) stellt vor allem in Bezug auf die Boulevardpresse fest, dass in modernen Medien vollständige Sätze in den Schlagzeilen viel häufiger verwendet werden und somit das Prinzip der Ökonomie immer weniger relevant wird. Der Gebrauch von Phraseologismen scheint jedoch nicht nachzulassen: „Die Boulevardpresse verwendet – im Gegensatz zu den Abonnementszeitungen – in den Schlagzeilen mit Vorliebe stark emotionale Lexik und Phraseologie, drastische Metaphorik, Augenblickskomposita und umgangssprachlich-saloppes Vokabular“ (Burger 2005: 118). Mit der Verbreitung der Online-Medien zeichnet sich dieser Trend auch in der Qualitätspresse ab.

Die kommunikativen und expressiven Formeln werden oft als Überschriften von Zeitungsartikeln verwendet und können in Kombination mit dem informativen Teil der Überschrift als emotionale und evaluative Indizien der medialen Texte betrachtet werden (Mein Korpus umfasste 120 Belege aus Onlineversionen von über 20 nationalen und regionalen deutschen Zeitungen). Solche Überschriften geben den emotionalen Ton des Artikels wieder und lassen die Position des Autors erkennen:

- (6) *Klimarisikoversicherungen: **Rette sich, wer kann***
(Zeit Online, 18.11.2020)
- (7) ***Aus der Traum:** Eintracht Frankfurt verpasst Einzug ins Europa-League-Finale* (Stuttgarter Zeitung, 09.05.2019)

Mit Hilfe umgangssprachlicher und salopper Phraseologismen schaffen die Autoren eine familiäre Atmosphäre in der Kommunikation mit dem Leser, indem

sie ihre (negative) Einstellung zu den beschriebenen Ereignissen und Fakten zum Ausdruck bringen:

- (8) *Euro-Rettung. **Du mich auch*** (Artikel über den Streit zwischen ehemaligen politischen Verbündeten über Währungsstabilisierung und EU-Erweiterung) (Zeit Online, 27.10.2011)

Als Titel von Interviews werden oft Antworten des Interviewten herangezogen, die kommunikative und expressive Formeln enthalten:

- (9) ***„Immer mit der Ruhe und einer guten Zigarre“: Prager Außenminister sieht im Sturz seiner Regierung kein Desaster*** (Die Welt, 29.03.2009)

Im Gegensatz zu Foren, in denen kommunikative und expressive Formeln meist in ihrer üblichen – phraseologischen – Bedeutung verwendet werden, sind in den Massenmedien häufig doppelte Aktualisierungen der Bedeutung anzutreffen. Burger (2015: 164) definiert *Ambiguierung* (Doppeldeutigkeit) als einen semantischen Effekt, wenn neben der phraseologischen auch die wörtliche Lesart des Ausdrucks aktiviert wird, was nicht nur durch die formale Veränderung des Ausdrucks, sondern auch durch den Kontext erreicht werden kann. (In dieser Studie wurden nur semantische Modifikationen ohne formale *Änderungen* untersucht). Dabei kann eine der Bedeutungsebenen mehr fokussiert werden, während die andere in den Hintergrund rückt, oder zwei Lesarten werden gleichzeitig aktualisiert (vgl. Sabban 2007: 241), z. B. :

- (10) *Jetzt ist Sense!* (ksta.de [Kölner Stadt-Anzeiger], 05.06.2012)

Der Artikel berichtet von einer Frau aus Rösrath, die nach vergeblichem Warten auf kommunale Dienste selbst zur Sense griff, um das ein Meter hohe Gras an der Kölner Straße zu mähen. Der Artikel ist von einem anschaulichen Foto begleitet (vgl. *Jetzt ist Sense!* – ‚jetzt ist endgültig Schluss damit, hör auf!‘ [Röhrich 1994: 1467] und *die Sense* – ‚ein Gerät zum Mähen‘).

Nach Femers-Koch liegt der Wert solcher Textmodifikationen „in der gelungenen semantischen Verdichtung: Während die Bedeutung eines Referenztextes aktualisiert wird, wird zugleich durch die Ambiguität der im Phänotext fokussierten Doppeldeutigkeit ein attraktives semantisches Spannungsfeld geschaffen. Durch die sich abwechselnde Fokussierung von ‚einheitlicher‘, gewohnter und kontextueller, neuer Bedeutung wird der Leser vom Text gefesselt“ (2018: 283). Zudem kann der Rezipient „bei der Enträtselung eines mehrfach lesbaren Ausdrucks ein intellektuelles Vergnügen empfinden und sich aufgewertet fühlen“ (Sabban 2007: 245). Nach der Theorie der optimalen Relevanz nimmt somit die Menge kognitiver Effekte zu, die während der Interpretation der Äußerung erhalten werden (vgl. Finkbeiner 2008: 199–211; Wilson und Sperber 2004).

Solche Beispiele semantisch verdichteter Formulierungen dienen dem Ausdruck der Kreativität des Autors und tragen in sich ein affektives Potential. Sie spiegeln die allgemeine Tendenz der Internetkommunikation zu Sprachspielen und deren intertextuelle Beschaffenheit wider. Das geteilte gemeinsame Hintergrundwissen und der gemeinsame emotional-bewertende Hintergrund bilden somit die Grundlage für das gemeinschaftsbildende Potenzial kommunikativer und expressiver Formeln.

Das Aktivieren durch den Kontext der wörtlichen Bedeutung des in der Überschrift verwendeten Ausdrucks kann auch durch ein Bild verstärkt werden (vgl. Sabban 2007: 241–242). Nach Stöckl (2004: 225) schaffen solche integrativen Verbindungen von materiellen und sprachlichen Bildern einen kommunikativen Mehrwert in Journalismus und Werbung. Auf ein interessantes Beispiel der Ambiguierung stoßen wir in der *Frankfurter Allgemeine Zeitung*:

(11) *Klimawandel in Hessen. Das kann ja heiter werden* (faz.net, 18.02.2008)

Drei hinzugefügte Fotos, die den Winter 2008 in Frankfurt am Main darstellen, umspielen wörtliche Bedeutung der Komponente *heiter* – 1. ‚fröhlich, unbekümmert (darunter auch durch den Alkoholgenuß)‘; 2. ‚klar, wolkenlos, sonnig‘. Das erste Foto zeigt einen Mann, der an einem klaren sonnigen Tag draußen auf einer Bank sitzt, das zweite vermittelt eine fröhliche Atmosphäre auf der Sommerterrasse, wo bereits Eis genossen wird, und auf dem dritten Foto sind die Besucher mit Biergläsern zu sehen. Die Tatsache, dass auch die phraseologische Lesart dieser Einheit relevant ist (*Das kann ja heiter werden* – [ugs., iron.] ‚das ist sehr unangenehm, da erwartet uns ja einiges‘ [Dudenredaktion 2013: 336]), geht aus dem Text des Artikels hervor, wo Besorgnis über eine solche Erwärmung (Klimawandel) ausgedrückt wird.

Im sozialen Netzwerk *Facebook* werden kommunikative und expressive Formeln oft als Benutzernamen verwendet; insgesamt gab es in meinem Korpus 41 Fallbeispiele (*Frank Fraggmichwasleichteres; Achdu Meinegüte; Lina Schwamm-Drüber; Robin Dreimaldarfstduraten; Öftermal Wasneues; Du Kannstmichmal; Pfui Deibel, Ichglaub Ichspinne, Marie-Luise Soweitkommtnoch* u. a.). Solche Namen vermitteln den emotionalen Zustand der Nutzer und ein gewisses Schäkern und Herausforderung an die Besucher der Seite. Sie erfüllen eine spannungsschaffende Funktion und erzeugen eine spielerische Atmosphäre (vgl. Lutovinova 2009: 112).

In der Phraseologieforschung wird häufig von besonderen textbildenden Potenzen phraseologischer Einheiten gesprochen, eine ihnen innewohnende Kraft zur Ausdrucksfindung (im Text oder im Bild), die Anstoß zum Formulieren gibt (vgl. Sabban 2007: 251). Burger meint, dass einige Autoren über die Technik verfügen „aus einem Phraseologismus ganze Textabschnitte oder gar ganze abgeschlossene Texte zu ‚entwickeln‘“ (Burger et al. 1982: 90). In Bezug auf die

Funktionsweise kommunikativer und expressiver Formeln des Deutschen im sozialen Netzwerk *Facebook* kann gesagt werden, dass sie zur Erstellung ganzer Unterhaltungsseiten und Nutzergruppen Impulse geben. So ist in der Beschreibung der Seite *Du kriegst die Tür nicht zu* angegeben:

- (12) *Für alle, die auch diesen Spruch gerne verwenden, wenn sie irgendetwas so daneben, unfassbar oder irgendwie schräg finden!* (facebook.com)

Derartige Anwendung kommunikativer und expressiver Formeln als Gruppennamen (für das Korpus wurden 74 aus einer ganzen Menge von Beispielen ausgewählt) ist in vielen Fällen zudem auf den Wunsch der Benutzer zurückzuführen, Aufmerksamkeit auf die eigene Seite zu ziehen, sie populär zu machen und so viele wie möglich ‚Gefällt mir‘-Klicks zu sammeln, d.h. kommunikative und expressive Formeln haben in diesem Fall eine Appell- und Werbefunktion. Hier sind einige der Gruppennamen: *Der Zug ist abgefahren; Du ahnst es nicht; Ich glaub mich tritt ein Pferd; Da ist der Bär los!!! Na, wo drückt denn der Schuh? Was du kannst, kann ich schon lange; Geh mir aus der Sonne; Stimmt's oder hab ich recht?* Neben Unterhaltungsseiten werden kommunikative und expressive Formeln auch als Namen von Interessengemeinschaften, öffentlichen Veranstaltungen usw. verwendet. Die Gruppe *Gewusst wie – Tipps und Tricks für den Alltag* bietet hilfreiche Tipps für verschiedene Lebensbereiche und auf der Seite *Nichts wie hin* sind Links zu interessanten Exkursionen und Touren zusammengestellt. Die sprachspielerische Verwendung ist auch anzutreffen. Das Thema der Gruppe *Himmel, Arsch und Zwirn* umfasst alles, was mit Garn und Stricken zu tun hat.

Das textbildende Potenzial kommunikativer und expressiver Formeln des Deutschen in Bezug auf Verbindung von materiellen und sprachlichen Bildern wird voll und ganz von Nutzern der Foto-Hosting-Webseiten und Videoportale ausgenutzt. Meine Stichprobe umfasste mehrere Hundert Belege für den Gebrauch dieser Sprachmittel als Titel von Fotos und Videos auf *fotocommunity.de* und *YouTube*, von denen jeweils 184 und 79 in das Korpus aufgenommen wurden. Die verwendeten kommunikativen und expressiven Formeln entsprechen den darauf festgehaltenen Situationen und Emotionen, spiegeln die Emotionen des Autors wider oder reproduzieren die grundlegende kommunikative Intention:

- (13) *Da staunt der Laie und der Fachmann wundert sich!* (das Foto zeigt die ganze Palette der Emotionen eines Besuchers der Kunstgalerie) (fotocommunity.de)
- (14) *Warum einfach wenns auch kompliziert geht?* (die Überschrift bezieht sich auf eine phantasievoll verwickelte Ranke des Weinstocks, vgl. [ugs. iron.], das ist unnötig kompliziert, unnötig umständlich' [Dudenredaktion 2013: 180]) (fotocommunity.de)

In vielen Fällen wird sowohl die phraseologische, als auch die wörtliche Lesart des Ausdrucks (oder seiner Komponente[n]) aktualisiert, es kann hier ähnlich wie bei journalistischen Arbeiten von Ambiguierung geredet werden:

- (15) *Jetzt ist Polen offen!* (das Video zeigt den regen Verkehr an der Grenze zwischen Polen und Deutschland am Tag ihrer Öffnung, vgl. ‚die Aufregung ist groß; man befindet sich in einer Situation, in der alles möglich, alles erlaubt zu sein scheint‘ [Röhrich 1994: 1190])
(youtube.com)
- (16) *Nicht schlecht, Herr Specht* (das Video ist eine Nahaufnahme der „Arbeit“ eines Spechtes, vgl. [ugs. scherzh.] ‚Ausdruck der Anerkennung‘ [Dudenredaktion 2013: 653])
(youtube.com)

Auf ein raffiniertes Sprachspiel stoßen wir im folgenden Beispiel:

- (17) *ErLAUBen Sie mal!* (fotocommunity.de)

Auf dem Foto ist eine wütende Katze im Gras zwischen den gefallenem gelben Blättern abgebildet. Somit spricht es die phraseologische Bedeutung des Ausdrucks und die wörtliche Bedeutung des Wortstammes einer seiner Komponenten an, vgl. (ugs.) ‚wie kommen Sie dazu?; was fällt Ihnen ein?‘ (Dudenredaktion 2013: 192) und *das Laub* ‚Blätter von Bäumen und Sträuchern‘.

Der unmittelbare Bezug auf das Bild wird oft durch die Aktualisierung der wörtlichen Lesart des Ausdrucks oder einer Komponente hergestellt. Burger schreibt in Bezug auf semantische Steuerung durch den Kontext, dass zuerst die Aktualisierung der phraseologischen Lesart erfolgt, „die dann erst bei der weiteren Rezeption durch die wörtliche Lesart ‚getilgt‘ wird“ (2015: 169). In Überschriften zu Bildern, die nach Kroeber-Riel (1993: 53) „schnelle Schüsse ins Gehirn“ sind, werden beide Bedeutungen wohl zugleich aktualisiert, wodurch das Sprachspiel offensichtlich wird und in den Vordergrund rückt:

- (18) *Gib ihm Saures* (das Innere einer Orange)
(fotocommunity.de)
- (19) *Die Ruhe auf den billigen Plätzen* (leere, verschneite Tribünen eines alten Stadions)
(fotocommunity.de)

Die scherzhaften oder sprachspielerisch verwendeten phraseologischen Einheiten als Titel eines Fotos oder Videos dienen oft als Bedingung für ihre erfolgreiche Präsentation und Selbstdarstellung des Autors. Die Nutzer geben der geistreich ausgewählten Überschrift ein begeistertes Feedback, entwickeln das Sprachspiel

in den Kommentaren weiter und verwenden dabei eventuell auch andere Phrasologismen, um zu zeigen, dass sie die Autorenabsicht verstanden haben:

- (20) *Nur keinen Streit vermeiden...* (zu diesem Bild, das den „Streit“ zwischen einer Lachmöwe und einem Gänsesäger zeigt, schlägt einer der Benutzer in den Kommentaren seinen Titel: *Nein – immer drauf, was das Zeug hält!!!*) (fotocommunity.de)
- (21) *Wer wagt es, Rittersmann oder Knapp..* (das Foto, auf dem steile Stufen einer Rolltreppe zu sehen sind, erhielt folgenden Kommentar: *Toll geschnitten und dazu noch ein ganz köstlicher Titel*) (fotocommunity.de)
- (22) *Mein lieber Scholli* (zu der Fotoarbeit, die Eissplitter auf der gesamten Wasseroberfläche unter der Potsdamer Brücke zeigt, gibt es den Kommentar *Der Titel sagt alles! TOP*; vgl. [ugs.] ‚Ausruf des Erstaunens, der Bewunderung‘ [Dudenredaktion 2013: 663] und die *[Eis]scholle* – ‚großes Stück Treibeis‘) (fotocommunity.de)

In der modernen Internetlinguistik werden die Websites als funktional- thematische Ganzheiten betrachtet, als Diskurs, Hypertextbildungen, die sich in ständiger Dynamik befinden und durch eine Reihe von miteinander verbundenen Webseiten realisiert werden. Storrer (2000b) spricht von der übergreifenden thematischen Gesamtdarstellung und einem kommunikativen Zweck, der bei der Produktion von Hypertext verfolgt wird. Die Adressen von Websites wiederholen in der Regel die Namen der Institutionen, Firmen, Projekte etc., die sie präsentieren, es werden durchgehend Abkürzungen verwendet.

Der oben beschriebene Präzedenzcharakter kommunikativer und expressiver Formeln, ihr intertextuelles Potenzial wird auch durch die häufige Verwendung dieser Einheiten als Namen der Websites bestätigt. Mein Korpus enthält 62 (!) Website-Adressen, die ganz oder teilweise mit Hilfe von deutschen kommunikativen und expressiven Formeln gebildet sind. Sie vermitteln die grundlegende Kommunikationsabsicht und den emotionalen Hintergrund von Internetprojekten, z. B. *www.das-waren-noch-zeiten.de* (eine virtuelle Zeitreise in die 60er Jahre des vorigen Jahrhunderts); *www.seikeinfrosch.de* (Online-Dating); *www.ruhig-blut.com* (persönliche Website von Anja Lindner, Spezialistin für Stressbewältigung); *www.wobrennts.de* (Homepage der Freiwilligen Feuerwehr Beimerstetten). Für Domain-Namen werden auch kommunikative und expressive Formeln gewählt, deren Komponenten mit dem Namen des Website-Inhabers zusammenfallen: *www.ei-der-daus.de* (Homepage der Elektrofirma Andreas Daus); *www.torwart-schule-alles-in-butter.de* (Torwart-Trainer Ingram Butter).

4 Fazit und Ausblick

Die kommunikativen und expressiven Formeln des Deutschen, vor allem die allgemein gebräuchlichen, die den Kern des untersuchten funktional-semantischen Feldes bilden, aber auch zahlreiche andere weniger geläufige Phrasen durchdringen buchstäblich das World Wide Web.

In der asynchronen Kommunikation ist der Einsatz von kommunikativen und expressiven Formeln mit den phonetischen und graphischen Merkmalen der konzeptuell mündlichen Sprache verbunden und dient dazu, den gemeinsamen kommunikativen Raum zu simulieren und die kommunikative Nähe – eine emotional geprägte Form von Kommunikationsorganisation – zu schaffen.

Es ist der universelle kreative Sprachgebrauch der satzwertigen Phraseologismen in der Internetkommunikation zu verzeichnen. Das häufig verwendete Sprachspiel (Ambiguierung der Bedeutung), das auf der gleichzeitigen Aktualisierung phraseologischer und wörtlicher Bedeutung beruht und bei Journalisten sehr beliebt ist, findet auch unter Fotoliebhabern und Videofans immer mehr Verwendung. Dies ist auf die technischen Möglichkeiten der computergesteuerten Datenverarbeitung und Hypertextstruktur der Internetkommunikation zurückzuführen, denn die Sprachbilder können leicht mit digitalen Bildern umspielt werden. Kommunikative und expressive Formeln erfüllen dabei eine Unterhaltungsfunktion und fungieren als eines der Mittel zur Schaffung des humorvollen Spieltons der Internetkommunikation. Ihre Verwendung als Titel von Fotos, Videos und Webadressen soll der Selbstdarstellung der Nutzer und Eigentümer von Websites dienen und die Aufmerksamkeit der potenziellen Besucher der Seite lenken. Ihrerseits offenbaren die Leser mit ihren begeisterten, anerkennenden Kommentaren, dass sie sich mit den Autoren gebunden fühlen.

Im Zuge der Forschung der kulturspezifischen Semantik kommunikativer und expressiver Formeln wurden die Einheiten mit symbolischer Komponente ausgegliedert sowie Formeln mit einem im weiteren Sinne nachweisbaren literarischen Ursprung und die Phrasen, die auf der historischen nationalen Basis entstanden sind. Die durchgeführte Analyse hat gezeigt, dass aufgrund der Kombination von diachroner und synchroner Kulturspezifität der Semantik und der Einbeziehung von Mechanismen intertextueller Anspielung die kommunikativen und expressiven Formeln des Deutschen in den analysierten Kommunikationsformen des Internets die Appellfunktion ausüben. Diese Sprachmittel offenbaren das gemeinschaftsbildende Potenzial, d.h. sie funktionieren als sog. Präzedenzphänomene der intentionalen sowie emotionalen und evaluativen Konzeptsphären in der deutschen Sprachkultur und können in verschiedenen Kommunikationsformen des deutschsprachigen Internetraums einen diskursiven

Mehrwert erwerben, etwa durch ihren vielfältigen Einsatz als Artikeltitel in Online-Zeitungen, Kopfzeilen der Forenmitteilungen und Namen der Facebook-Gruppen, als Titel zahlreicher *Youtube*-Videos und Bilder auf *fotocommunity.de* und anderen Internetportalen und nicht selten sogar als Namen für Websites, Benutzernamen auf *Facebook* und Foren sowie Signaturen der Forennutzer. Der häufige Gebrauch von kommunikativen und expressiven Formeln als Namen kann offensichtlich durch ihre Satzstruktur erklärt werden, die sie besonders einprägsam und erkennbar macht, d.h. die psycholinguistische Festigkeit ist zu einem hohen Maße durch ihre syntaktische Festigkeit bedingt. Das Fehlen von direkten Entsprechungen für die meisten Einheiten und ihr gleichzeitiger aktiver Gebrauch im deutschsprachigen Diskurs kann Schwierigkeiten in der interkulturellen Kommunikation verursachen und macht die Notwendigkeit ihrer Berücksichtigung bei der phraseodidaktischen Aufarbeitung für den Unterricht Deutsch als Fremdsprache deutlich. Ein interessantes Forschungsgebiet wäre auch eine kontrastive Analyse der Verwendung von kommunikativen und expressiven Formeln in Online-Texten. Computergestützte Korpusuntersuchungen und der Netzdiskurs als ein besonderes linguistisches Korpus könnten zudem dazu verhelfen, die intersubjektive Aktualisierung lexikographischer Informationen in Bezug auf die untersuchten Sprachmittel darzulegen.

Literatur

- Balsliemke, Petra. 2001. „*Da sieht die Welt schon anders aus*“: *Phraseologismen in der Anzeigenwerbung; Modifikation und Funktion in Text-Bild-Beziehungen* (Phraseologie und Parömiologie 7). Baltmannsweiler: Schneider.
- Bubenhofer, Noah & Stefaniya Ptashnyk. 2010. Korpora, Datenbanken und das Web: State of the Art computergestützter Forschung in der Phraseologie und Lexikographie. In Stefaniya Ptashnyk, Erla Hallsteinsdottir & Noah Bubenhofer (Hrsg.), *Korpora, Web und Datenbanken: computergestützte Methoden in der modernen Phraseologie und Lexikographie* (Phraseologie und Parömiologie 25), 7–19. Baltmannsweiler: Schneider.
- Burger, Harald. 2005. *Mediensprache: Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien*, 3., völlig Neubearb. Aufl. Berlin: Walter de Gruyter.
- Burger, Harald. 2015. *Phraseologie: Eine Einführung am Beispiel des Deutschen* (Grundlagen der Germanistik 36). 5., neu bearb. Aufl. Berlin: Erich Schmidt.
- Burger, Harald, Annelies Häcki Buhofer & Ambros Sialm. 1982. *Handbuch der Phraseologie*. Berlin & New York: Walter de Gruyter.
- Burger, Harald & Martin Luginbühl. 2014. *Mediensprache: Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien*, 4., neu bearb. und erw. Aufl. Berlin & Boston, Mass.: Walter de Gruyter.
- Coulmas, Florian. 1981. *Routine im Gespräch. Zur pragmatischen Fundierung der Idiomatik* (Linguistische Forschungen 29). Wiesbaden: Athenaion.
- Crystal, David. 2001. *Language and the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Diemer, Stefan. 2008. Das Internet als Korpus? Aktuelle Fragen und Methoden der Korpuslinguistik. *Saarland Working Papers in Linguistics (SWPL)* 2. 29–57.
- Dietz, Hans-Ulrich. 1999. *Rhetorik in der Phraseologie: zur Bedeutung rhetorischer Stilelemente im idiomatischen Wortschatz des Deutschen* (Reihe Germanistische Linguistik 205). Tübingen: Niemeyer.
- Dobrovol'skij, Dmitrij & Elisabeth Piirainen. 1997. *Symbole in Sprache und Kultur: Studien zur Phraseologie aus kultursemiotischer Perspektive* (Studien zur Phraseologie und Parömiologie 8). Bochum: Brockmeyer.
- Dobrovol'skij, Dmitrij & Elisabeth Piirainen. 2005. *Figurative language: Cross-cultural and cross-linguistic perspectives*. Amsterdam; Oxford: Elsevier.
- Drumm, Daniela. 2004. *Semantischer Mehrwert und Multifunktionalität von Phraseologismen in der englischsprachigen Anzeigenwerbung*. Trier: Universität Trier Dr. phil. Dissertation.
- Dürscheid, Christa. 2005. Medien, Kommunikationsformen, kommunikative Gattungen. *Linguistik online* 22 (1). <https://doi.org/10.13092/lo.22.752> (letzter Zugriff 27. Februar 2021).
- Đurčo, Peter, Kathrin Steyer & Kathrin Hein. 2017. *Sprichwörter im Gebrauch*. Mannheim: Institut für Deutsche Sprache.
- Elsaß, Stephan. 1998. *Phraseologie in der politischen Rede: Untersuchungen zur Verwendung von Phraseologismen, phraseologischen Modifikationen und Verstößen gegen die phraseologische Norm in ausgewählten Bundestagsdebatten*. Opladen; Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Feilke, Helmuth. 1996. *Sprache als soziale Gestalt: Ausdruck, Prägung und die Ordnung der sprachlichen Typik*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Feilke, Helmuth. 1998. Idiomatic Prägung. In Irmhild Barz (Hrsg.), *Zwischen Grammatik und Lexikon* (Linguistische Arbeiten 390), 69–80. Tübingen: Niemeyer.
- Femers-Koch, Susanne. 2018. Intertextualität als „Beziehungsspiel“ von Texten in der Wirtschaftskommunikation. In Susanne Femers-Koch & Stefanie Molthage-Schöring (Hrsg.), *Textspiele in der Wirtschaftskommunikation: Texte und Sprache zwischen Normierung und Abweichung*, 265–307. Wiesbaden: Springer VS.
- Fiedler, Sabine. 2004. Phraseologie im Comic: Eine Untersuchung anhand der Zeitschrift MOSAIK. In Csaba Földes (Hrsg.), *Phraseologismen als Gegenstand sprach- und kulturwissenschaftlicher Forschung: Akten der Europäischen Gesellschaft für Phraseologie (EUROPHRAS) und des Westfälischen Arbeitskreises „Phraseologie/Parömiologie“ (Loccum 2002)* (Phraseologie und Parömiologie 15), 187–196. Baltmannsweiler: Schneider.
- Filatkina, Natalia. 2007. Pragmatische Beschreibungsansätze. In Harald Burger, Dmitrij Dobrovol'skij, Peter Kühn & Neal R. Norrick (Hrsg.), *Phraseologie: Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung* (Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft 28), 132–158. Berlin & New York: Mouton de Gruyter.
- Fillmore, Charles J. 1978. On the organization of semantic information in the lexicon. In: Donka Farkas, Wesley M. Jacobsen & Karol W. Todrys (Hrsg.), *Papers from the parasession on the lexicon*, 148–173. Chicago: Chicago Linguistic Society.
- Finkbeiner, Rita. 2008. *Idiomatische Sätze im Deutschen: syntaktische, semantische und pragmatische Studien und Untersuchung ihrer Produktivität* (Stockholmer Germanistische Forschungen 72). Stockholm: Acta Universitatis Stockholmiensis.
- Fleischer, Wolfgang. 1982. *Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache*. Leipzig: Bibliographisches Institut.
- Földes, Csaba. 1996. *Deutsche Phraseologie kontrastiv. Intra- und interlinguale Zugänge* (Deutsch im Kontrast 15). Heidelberg: Groos.

- Földes, Csaba. 2007. Phraseme mit spezifischer Struktur. In Harald Burger, Dmitrij Dobrovol'skij, Peter Kühn & Neal R. Norrick (Hrsg.), *Phraseologie: Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung* (Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft 28), 425–435. Berlin & New York: Mouton de Gruyter.
- Gläser, Rosemarie. 1986. *Phraseologie der englischen Sprache*. Tübingen: Niemeyer.
- Gläser, Rosemarie. 2007. Fachphraseologie. In Harald Burger, Dmitrij Dobrovol'skij, Peter Kühn & Neal R. Norrick (Hrsg.), *Phraseologie: Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung* (Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft 28), 482–505. Berlin & New York: Mouton de Gruyter.
- Hammer, Françoise. 2002. Zur Phraseologie der Reisereportagen in deutschen und französischen Frauenzeitschriften. In Dietrich Hartmann (Hrsg.), *Wer A sagt, muss auch B sagen: Beiträge zur Phraseologie und Sprichwortforschung aus dem Westfälischen Arbeitskreis* (Phraseologie und Parömiologie 9), 177–190. Baltmannsweiler: Schneider.
- Hemmi, Andrea. 1994. „Es muss wirksam werben, wer nicht will verderben“: kontrastive Analyse von Phraseologismen in Anzeigen-, Radio- und Fernsehwerbung (Zürcher germanistische Studien 41). Bern u. a.: Peter Lang.
- Hoffman, Ludger. 2006. Ellipse im Text. In Hardarik Blühdorn (Hrsg.), *Text – Verstehen: Grammatik und darüber hinaus*, 90–107. Berlin: Walter de Gruyter.
- Janich, Nina. 2008. Intertextualität und Text(sorten)vernetzung. In Nina Janich (Hrsg.), *Textlinguistik. 15 Einführungen*, 177–196. Tübingen: Narr.
- Karaulov, Jurij N. 2010. *Russkij jazyk i jazykovaja ličnost* [Die russische Sprache und die Sprachpersönlichkeit]. Izd. 7-e. Moskva: LKI.
- Korhonen, Jarmo. 1990. Zur Syntax und Semantik von Satzidiomen im heutigen Deutsch. In Werner Bahner (Hrsg.), *Proceedings of the Fourteenth International Congress of Linguists, Berlin, GDR, August 10–15, 1987*, Bd. II, 980–982. Berlin: Akad.-Verl.
- Kroeber-Riel, Werner. 1993. *Bildkommunikation: Imagerystrategien für die Werbung*. München: Vahlen.
- Kühn, Peter. 1984. Pragmatische und lexikographische Beschreibung phraseologischer Einheiten: Phraseologismen und Routineformeln. In Herbert Ernst Wiegand (Hrsg.), *Studien zur neuhochdeutschen Lexikographie IV*, 175–235. Hildesheim; Zürich; New York: Olms.
- Kunkel-Razum, Kathrin. 2007. Phraseme in populärwissenschaftlichen Texten. In Harald Burger, Dmitrij Dobrovol'skij, Peter Kühn & Neal R. Norrick (Hrsg.), *Phraseologie: Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung* (Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft 28), 312–315. Berlin & New York: Mouton de Gruyter.
- Lüger, Heinz-Helmut. 1999. *Satzwertige Phraseologismen. Eine pragmalinguistische Untersuchung*. Wien: Edition Praesens.
- Lüger, Heinz-Helmut. 2007. *Pragmatische Phraseme: Routineformeln*. In Harald Burger, Dmitrij Dobrovol'skij, Peter Kühn & Neal R. Norrick (Hrsg.), *Phraseologie: Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung* (Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft 28), 444–459. Berlin & New York: Mouton de Gruyter.
- Lutovinova, Olga. 2009. *Lingvokulturologičeskie kharakteristiki virtualnogo diskursa* [Sprachkulturelle Merkmale des virtuellen Diskurses]. Volgograd: Peremena.
- Meier, Stefan & Vivien Sommer. 2012. Multimodalität im Netzdiskurs. Methodisch-methodologische Betrachtungen zur diskursiven Praxis im Internet. In Peter Schlobinski & Torsten Siever (Hrsg.), *Web 2.0. Innovationen zur linguistischen Internetforschung*, 97–114. Berlin: Peter Lang.
- Müller, Christina Margrit. 2012. Kommunikation im Bild: Notizen in Fotocommunitys. In Peter Schlobinski & Torsten Siever (Hrsg.), *Web 2.0. Innovationen zur linguistischen Internetforschung*, 49–72. Berlin: Peter Lang.

- Pieper, Jutta. 2002. Vorkommen und Funktion von Phraseologismen in deutschen Fernseh-Talkshows. In Dietrich Hartmann (Hrsg.), *Wer A sagt, muss auch B sagen: Beiträge zur Phraseologie und Sprichwortforschung aus dem Westfälischen Arbeitskreis* (Phraseologie und Parömiologie 9), 287–298. Baltmannsweiler: Schneider.
- Pilz, Klaus Dieter. 1991. Phraseologie in der (regionalen) Tageszeitung. In Christine Palm (Hrsg.), *EUROPHRAS 90: Akten der Internationalen Tagung zur Germanistischen Phraseologieforschung, Aske/Schweden, 12.–15. Juni 1990* (Acta Universitatis Upsaliensis, Studia Germanistica Upsaliensia 32), 181–209. Stockholm: Almqvist och Wiksell Internat.
- Preußner, Ulrike. 2002. Phraseologismen in Horoskopen: Über sprachliche Formelhaftigkeit in Kürzesttexten. In Dietrich Hartmann (Hrsg.), *Wer A sagt, muss auch B sagen: Beiträge zur Phraseologie und Sprichwortforschung aus dem Westfälischen Arbeitskreis* (Phraseologie und Parömiologie 9), 313–324. Baltmannsweiler: Schneider.
- Ptashnyk, Stefaniya, Erla Hallsteinsdóttir & Noah Bubenhofer (Hrsg.). 2010. *Korpora, Web und Datenbanken: computergestützte Methoden in der modernen Phraseologie und Lexikographie* (Phraseologie und Parömiologie 25). Baltmannsweiler: Schneider.
- Reichstein, Alexander D. 1971. *Nemeckie ustojchivye frazy* [Festgeprägte Sätze im Deutschen]. Leningrad: Prosveschenie.
- Röhrich, Lutz & Wolfgang Mieder. 1977. *Sprichwort* (Sammlung Metzler 154). Stuttgart: Metzler.
- Runkehl, Jens, Peter Schlobinski & Torsten Siever. 1998. *Sprache und Kommunikation im Internet: Überblick und Analysen*. Opladen & Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Sabban, Annette. 1994. *Une femme est une femme*. Zur pragmatischen Fixierung tautologischer Sätze. In Barbara Sandig (Hrsg.), *Europhras 92. Tendenzen der Phraseologieforschung* (Studien zur Phraseologie und Parömiologie 1), 525–547. Bochum: Brockmeyer.
- Sabban, Annette. 2007. Textbildende Potenzen von Phrasemen. In Harald Burger, Dmitrij Dobrovol'skij, Peter Kühn & Neal R. Norrick (Hrsg.), *Phraseologie: Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung* (Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft 28), 237–253. Berlin & New York: Mouton de Gruyter.
- Sandig, Barbara. 1971. *Syntaktische Typologie der Schlagzeile. Möglichkeiten und Grenzen der Sprachökonomie im Zeitungsdeutsch*. München: Hueber.
- Shchipitsina, Larisa. 2010. *Kompleksnaya lingvisticheskaya kharakteristika kompyuternoposredovannoy kommunikatsii (na materiale nemetskogo yazyka)* [Umfassende linguistische Charakteristik der computervermittelten deutschsprachigen Kommunikation]. Arkhangelsk: Staatliche Lomonossow-Universität Dr. phil. Dissertation.
- Skog-Södersved, Mariann. 2007. Phraseologismen in den Printmedien. In Harald Burger, Dmitrij Dobrovol'skij, Peter Kühn & Neal R. Norrick (Hrsg.), *Phraseologie: Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung* (Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft 28), 269–275. Berlin & New York: Mouton de Gruyter.
- Stein, Stephan. 1995. *Formelhafte Sprache: Untersuchungen zu ihren pragmatischen und kognitiven Funktionen im gegenwärtigen Deutsch* (Sprache in der Gesellschaft 22). Frankfurt am Main u. a.: Peter Lang.
- Stöckl, Hartmut. 2004. *Die Sprache im Bild – das Bild in der Sprache: zur Verknüpfung von Sprache und Bild im massenmedialen Text; Konzepte, Theorien, Analysemethoden*. Berlin & New York: Walter de Gruyter.
- Storrer, Angelika. 2000a. Schriftverkehr auf der Datenautobahn. Besonderheiten der schriftlichen Kommunikation im Internet. In Gerd Günter Voß (Hrsg.), *Neue Medien im Alltag: Begriffsbestimmungen eines interdisziplinären Forschungsfeldes*, 153–177. Opladen: Leske und Budrich.

- Storrer, Angelika. 2000b. Was ist „hyper“ am Hypertext? In Werner Kallmeyer (Hrsg.), *Sprache und neue Medien*, 222–249. Berlin & New York: Walter de Gruyter.
- Stumpf, Sören & Natalia Filatkina. 2018. Einleitung: Formelhafte Sprache in Text und Diskurs. In Sören Stumpf & Natalia Filatkina (Hrsg.), *Formelhafte Sprache in Text und Diskurs*, 1–12. Berlin: Walter de Gruyter.
- Stumpf, Sören & Christian D. Kreuz. 2016. Phraseologie und Diskurslinguistik – Schnittstellen, Fallbeispiele und Forschungsperspektiven. *Zeitschrift für angewandte Linguistik* 65. 1–36.
- Wilson, Deirdre & Dan Sperber. 2004. Relevance Theory. In Gregory Ward & Larry Horn (Hrsg.), *Handbook of pragmatics*, 607–632. Oxford: Blackwell.

Wörterbücher

- Binovič Leonid E. & Nikolaj N. Grišin. 1975. *Nemecko-russkij frazeologičeskij slovar'* [Deutsch-russisches phraseologisches Wörterbuch]. Izd. 2., ispr. i dop. Moskva: lydatel'stvo Russkij Jazyk.
- Dudenredaktion (Hrsg.). 2013. *Redewendungen: Wörterbuch der deutschen Idiomatik*. 4., neu bearbeitete und aktualisierte Auflage. Mannheim etc.: Dudenverlag. Bd.11.
- Havrys', Volodymyr I. & Olga P. Proročenko. 1981. *Nimec'ko-ukrajinskij frazeologičnyj slovnyk* [Deutsch-ukrainisches phraseologisches Wörterbuch]. Kiew: Radjans'ka Škola.
- Küpper, Heinz. 1997. *Wörterbuch der deutschen Umgangssprache*. Stuttgart; München; Düsseldorf; Leipzig: Klett.
- Röhrich, Lutz. 1994. *Lexikon der sprichwörtlichen Redensarten*. Freiburg; Basel; Wien: Herder.

Internetressourcen

- Allmystery (Internetforum). <http://www.allmystery.de/themen/uh44879-60> (abgerufen 25. Februar 2021).
- Rund-ums-Baby.de (Internet-Gemeinschaft und Forum). http://www.rund-ums-baby.de/forenarchiv/teenies/Es-ist-zum-Maeuse-melken_1733.htm (abgerufen 25. Februar 2021).
- Motor-Talk.de (Auto- und Motor-Community und Forum). <http://www.motor-talk.de/forum/ach-du-kriegst-die-tuer-nicht-zu-t2541984.html> (abgerufen 25. Februar 2021).
- Yahoo! Respuestas. <https://ar.answers.yahoo.com/question/index?qid=20081110013124AAIHUPr> (abgerufen 25. Februar 2021).
- Kurzefrage.de. <http://www.kurzefrage.de/literatur-kunst/123364/woher-stammt-der-Ausspruch-Hinein-Onkel> (abgerufen 26. August 2015).
- Zeit Online. <https://www.zeit.de/2020/48/klimarisikoversicherungen-folgen-klimawandel-naturkatastrophen-profit-versicherungskonzerne> (abgerufen 25. Februar 2021).
- Stuttgarter Zeitung. <https://www.stuttgarter-zeitung.de/inhalt.aus-der-traum-eintracht-frankfurt-verpasst-einzug-ins-europa-league-finale.a55d5fac-04c8-4ac7-831d-3a34d4eddef4.html> (abgerufen 25. Februar 2021).
- Zeit Online. <http://www.zeit.de/2011/44/Portraet-Hirsch-Baum> (abgerufen 25. Februar 2021).
- Die Welt. http://www.welt.de/wams_print/article3463753/Immer-mit-der-Ruhe-und-einer-guten-Zigarre.html (abgerufen 25. Februar 2021).

- Ksta.de (Kölner Stadt-Anzeiger). <http://www.ksta.de/rhein-berg-oberberg/natur-jetzt-ist-sense-,15189112,16303118.html> (abgerufen 25. Februar 2021).
- Faz.net (Frankfurter Allgemeine). <https://www.faz.net/suche/?query=klimawandel+in+hessen&type=content&ct=article&ct=blog&ct=gallery&ct=video&ct=audio&ct=infografik&ct=storytelling&author=&from=18.02.2008&to=18.02.2008> (abgerufen 25. Februar 2021).
- Facebook. <https://www.facebook.com/tuernichzu> (abgerufen 25. Februar 2021).
- Fotocommunity.de. <https://www.fotocommunity.de/photo/da-staunt-der-laie-und-der-fachmann-joachim-abraham/26326405> (abgerufen 25. Februar 2021).
- Fotocommunity.de. <https://www.fotocommunity.de/photo/warum-einfach-wenns-auch-kompliziert-geh-anja-egger/32757591> (abgerufen 25. Februar 2021).
- YouTube. http://www.youtube.com/watch?v=SQH-7_t5FQQ (abgerufen 25. Februar 2021).
- YouTube. <http://www.youtube.com/watch?v=qVRIR9HqxnQ> (abgerufen 25. Februar 2021).
- Fotocommunity.de. <http://www.fotocommunity.de/pc/pc/display/26268390> (abgerufen 25. Februar 2021).
- Fotocommunity.de. <http://www.fotocommunity.de/pc/pc/display/125192> (abgerufen 25. Februar 2021).
- Fotocommunity.de. <https://www.fotocommunity.de/photo/die-ruhe-auf-den-billigen-eintagsfliegemithalbtagsj/30041016> (abgerufen 25. Februar 2021).
- Fotocommunity.de. <https://www.fotocommunity.de/photo/nur-keinen-streit-vermeiden-gunther-hasler/7187681> (abgerufen 25. Februar 2021).
- Fotocommunity.de. <https://www.fotocommunity.de/photo/wer-wagt-es-rittersmann-oder-knapp-guenter-pilger/20035959> (abgerufen 25. Februar 2021).
- Fotocommunity.de. <https://www.fotocommunity.de/photo/mein-lieber-scholli-a-intschie/15625214> (abgerufen 25. Februar 2021).

