

Title	Zur Funktion von phraseologischen Varianten : Analyse der Variantentypen anhand der Bildlichkeit von Phraseologismen
Sub Title	ドイツ語慣用句の文中に置ける変形とその機能 : コーパス分析に基づいて
Author	中川, 純子(Nakagawa, Junko)
Publisher	慶應義塾大学日吉紀要刊行委員会
Publication year	2008
Jtitle	慶應義塾大学日吉紀要. ドイツ語学・文学 (Hiyoshi-Studien zur Germanistik). No.44 (2008.) ,p.27- 46
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	
Genre	Departmental Bulletin Paper
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN10032372-20080930-0027

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

Zur Funktion von phraseologischen Varianten

— Analyse der Variantentypen anhand
der Bildlichkeit von Phraseologismen —

Junko NAKAGAWA

1. Einleitung

Zu den weit akzeptierten Kriterien zur Abgrenzung zwischen Phraseologismen und freien Wortverbindungen gehört die syntaktische Eigenschaft „Festigkeit“: Phraseologismen haben eine feste syntaktische Struktur und ihre Komponenten können nicht ersetzt und umgestellt werden (Burger/Buhofer/Sialm 1982). In alltäglichen Situationen stößt man aber sowohl in gesprochenen als auch geschriebenen Texten auf mehrere syntaktische Varianten, die mit dem Kriterium im Widerspruch stehen. Angesichts dieser Tatsache wurden die phraseologischen Varianten lange Zeit hauptsächlich im Rahmen des Definitionsproblems diskutiert. Erst mit dem Aufschwung von Pragmatik und Textlinguistik wird einer präzisen Abgrenzung von Phraseologismen weniger Aufmerksamkeit geschenkt als der Funktion von Varianten in Texten¹⁾.

Die vorliegende Arbeit schließt sich an die neueren Forschungsrichtungen an und zielt darauf, das Variantensystem im Zusammenhang mit dem semantischen Charakter von Phraseologismen darzustellen. Ich beabsichtige außerdem mit dieser Arbeit zu erklären, warum

1) Ein Variantentyp, der eine besondere kommunikative Rolle im Text spielt und für einen Text okkasionell gebildet wird, wurde „Modifikation“ genannt. (vgl. Burger/Buhofer/ Sialm 1982)

Varianten, die gegen das Kriterium von Festigkeit verstoßen, häufig in Texten erscheinen.

2. Phraseologismen in der Kommunikation

2.1. Bildlichkeit der Phraseologismen

Als semantischer Charakter von Phraseologismen gilt: Die Bedeutung von Phraseologismen lässt sich nicht additiv aus der Summe der Bedeutungen der Elemente erschließen. Phraseologismen bedeuten mehr oder etwas anders als ihre Elemente. Sie können nämlich die emotional betonte Einstellung des Senders zum mitgeteilten Sachverhalt indizieren und emotionale Wertungen auf den Empfänger indirekt übertragen (Palm 1995, 8; Fleischer 1997, 218). Solche potentiellen Effekte, die auch „Expressivität“ genannt werden, kennzeichnen die Phraseologismen.

Die Expressivität wird eigentlich dadurch abgeleitet, dass man die wörtliche Bedeutung von einem Phraseologismus metaphorisch versteht. Der Sachverhalt, den der Phraseologismus wörtlich darstellt, wird „Bildlichkeit“ genannt.

Beispiel: etw. die Krone aufsetzen

Bildlichkeit: die Krone auf jmds. Kopf setzen (wörtlich)

Phraseologisches Verstehen: Unverschämtes, meistens durch eine freche, gemeine oder unverschämte Aktion noch schlimmer machen, als es schon war.

Der Prozess vom metaphorischen Verstehen ist synchronisch gesehen so konventionalisiert, dass man sich seiner kaum bewusst ist. Der Grad der Konventionalität ist allerdings bei jedem Phraseologismus anders: Der lexikalische Charakter des Phraseologismus kommt einem Wort nahe, wenn dieser Prozess in der Sprachgemeinschaft völlig automatisiert ist und die

Bildlichkeit mit dem Verstehen des Phraseologismus nichts zu tun hat²⁾.

Bei den Varianten handelt es sich um die syntaktische Veränderung. Wenn die Konstruktion von einem Phraseologismus verändert wird, folgt, dass die Bildlichkeit und die durch sie abgeleitete Expressivität auch beeinflusst werden. Die Einflüsse auf die Bildlichkeit sehen wie folgt aus.

- A) Reduzierung der Bildlichkeit (Typ A)
- B) Verdeutlichung der Bildlichkeit (Typ B)
- C) Änderung der Bildlichkeit (Typ C)

Den Varianten, die zu diesen Typen gehören, begegnet man oft in den Texten. Im nächsten Abschnitt sehen wir einige Beispiele.

2.2. Reduzierung der Bildlichkeit Bedeutung (Typ A)

1) Auslassung von Komponenten

„**Die Katze im Sack** muß nicht sein.“ Da CD-Roms nicht gerade billig sind, werden hier Adressen genannt, bei denen CD-Roms ausgeliehen werden können oder zumindest einsehbar sind. (Frankfurter Rundschau, 012.03.1997)

Hier wird vom Phraseologismus „die Katze im Sack kaufen“ das Verb „kaufen“ ausgelassen. Wegen der Auslassung kommt das eigentliche Bild auf der wörtlichen Ebene nicht vollständig vor. Trotzdem ist im Text nicht die wörtliche Bedeutung, sondern die phraseologische Bedeutung aktiviert.

2) Beim Phraseologismus „Kohldampf schieben“ z.B. verwendet man das Wort „Kohldampf“ heute außer dem Phraseologismus nicht mehr, daher spielt die Bildlichkeit beim Verstehen keine wichtige Rolle.

2) Abkürzung

Es gibt Phraseologismen, aus deren Konstituenten auch Komposita gebildet werden kann. Beim Kompositum ist die phraseologische Bedeutung zwar lebendig, aber die Bildlichkeit ist noch geringer als bei 1).

in der Stube hocken ————— Stubenhocker
 jmdn an der Nase herumführen ————— Nasführen
 Gesicht verlieren ————— Gesichtsverlust

2.3. Verdeutlichung der Bildlichkeit (Typ B)

1) Erweiterung

jeden Pfennig (dreimal) umdrehen
 jmdm eine bittere Pille (zu schlucken) geben
 aus der (größten) Scheiße (heraus) sein
 sich⁴ an die (eigene) Brust schlagen
 die Karre (einfach) laufen lassen
 sich³ etw⁴ im Kalender (rot) anstreichen

In jedem Phraseologismus wird hier die Bildlichkeit jeweils durch die Ergänzung des in Klammern gesetzten Wortes verdeutlicht. Die Beurteilung des durch den Phraseologismus dargestellten Sachverhalts durch den Sprecher wird klarer dargestellt.

2) Austausch

an einem Strang ziehen
 → am gleichen / an demselben Strang ziehen
 aus der Schule plaudern
 → aus der Schule schwätzen

ein Gesicht wie 3 Tage Regenwetter machen
→ ein Gesicht wie 14 Tage Regenwetter machen

Die Komponenten werden ausgetauscht, damit die Beurteilung des Sachverhalts durch den Sprecher deutlicher gezeigt wird.

2.4. Änderung der Bildlichkeit (Typ C)

1) Erweiterung

Der Mann, der künftig die PDS Bundestagsfraktion in Sicherheitsfragen beraten soll, *paßt* aus Sicht der Partei auf diesen Job *wie die rote Faust aufs Auge des kapitalistischen Systems* [...] (Mannheimer Morgen 1998, Politik „Was gut war, habe ich verraten“)

Hier werden die Komponenten des Phraseologismus „wie die Faust aufs Auge passen“ erweitert. Die Erweiterung zielt nicht darauf, die Bildlichkeit des Phraseologismus zu verdeutlichen, sondern die Veränderung ist ein Wortspiel, das nur für diesen Kontext gültig ist.

2) Austausch

Das Finale des Simpson Prozesses *hängt an einem Hundehaar!* Es ist ein Haar des Chaw Chaws „Chachi“, den der Angeklagte als seinen Schoßhund verhätschelte. Dieses Haar fand sich an den Leichen von Nicole Simpson und Ron Goldman. (Neue Kronen Zeitung 1995, Haare von O.J.s Hund an den beiden Leichen)

Hier wird beim Phraseologismus „an einem Haar hängen“ eine Komponente mit einer anderen ausgetauscht. Der Austausch zielt auch nicht darauf, die Bildlichkeit zu verdeutlichen. Diese wird nämlich wortspielartig und kontextabhängig

geändert.

2.5. Bildlichkeit von Phraseologismen und syntaktische Veränderung

Die oben genannten Beispiele zeigen, dass die Bildlichkeit und die Varianten miteinander im Zusammenhang stehen. Außerdem sind die Methoden der syntaktischen Veränderungen folgenderweise zusammenzufassen:

- 1) Auslassung der Komponenten
- 2) Abkürzung der Komponenten
- 3) Erweiterung der Komponenten
- 4) Austausch der Komponenten

Im nächsten Abschnitt werden mehr Beispiele herangezogen. Es wird dabei erörtert, ob die Ausgangsphraseologismen in jedem Typ gemeinsame Eigenschaften haben. Wenn gemeinsame Eigenschaften bestätigt werden, weist das darauf hin, dass das Phänomen der Varianten mit der Bildlichkeit in Wechselbeziehung steht.

3. Varianten in den Texten

3.1. Methode

Die Varianten werden aus bestimmten Korpora gesammelt. Die gesammelten Varianten werden nach dem Typ sortiert, um den Zusammenhang zwischen den Varianten und ihren Ausgangsformen festzustellen.

Die Zahl der Phraseologismen, die innerhalb einer Arbeit zur Analyse gestellt werden, ist aus quantitativen Gründen beschränkt. In dieser Arbeit werden probeweise nur Phraseologismen genommen, die eins der folgenden 14 Substantive als Komponente erhalten:

Arm, Auge, Bauch, Bein, Finger, Gesicht, Haar, Hals, Hand, Kopf, Mund,

Nase, Ohr, Schulter

Körperteile sind in verschiedenen Sprachen als Phraseologismuskomponenten beliebt. In diesem Sinne kann das Ergebnis dieser Analyse als Basis für weitere kontrastive Analysen dienen.

Zum Korpus wird das Mannheimer Korpus vom Institut für deutsche Sprache (IDS) herangezogen, das uns im Internet zur Verfügung steht. Um typische Phraseologismen von jedem Typ zu finden, habe ich das folgende Kriterium angewandt: Ein Phraseologismus muss im Korpus zu mehr als 10% variiert auftauchen, d.h. in seiner Grundform wird er zu weniger als 90% verwandt.

3.2. Analyse

3.2.1. Typ A: Reduzierung der Bildlichkeit

14 Phraseologismen gehören zum Typ A. Statistische Daten von jeder Variante werden im Anhang gezeigt.

[Typ A 1 Abkürzung]

In diesem Abschnitt werden für jeden Phraseologismus ein Verwendungsbeispiel und eine Übersicht über sonstige Formen angegeben.

1. jmdm ins Auge fallen (2539)³⁾

Es ist *augenfällig*, dass der Großteil der Erwachsenen Bücher holt zur entspannenden Unterhaltung. (St. Galler Tagblatt 1997)

augenfällig (2042), augenfälliger (108), augenfälligst (325)

2. lange Finger machen (2297)

3) Die Häufigkeit ist als Zahl angegeben.

Von den *Langfingern* fehlte auch gestern noch jede Spur. (Mannheimer Morgen 2001)

Langfinger(n) (2106)

3. das Gesicht verlieren (1259)

Dann nämlich käme Moskau nur mit *Gesichtsverlust* um die vom Westen geforderte politische Lösung herum, wie sie auf dem OSZE-Gipfel in Istanbul ausdrücklich vereinbart worden ist. (Die Presse 1999)

Gesichtsverlust (646)

4. Haare spalten (285)

Eine linguistische *Haarespalterei*, könnte man meinen.
(Züricher Tagesanzeiger 1998)

Haarespalterei (237)

5. jmdm den Hals brechen (1227)

An seine erste *halsbrecherrische* Fahrt durch die Eisrinnen erinnert sich Beat Hefti noch sehr genau. (St. Galler Tagblatt 1999)

halsbrecherisch (1181)

6. den Hals wagen (2090)

Ob die Falken, Bussarde und Adler bei ihren *waghalsigen* Flugmanövern auf die Startversuche der Gänsegeierbabys reagieren, kann man auf der Adlerwarte Kreuzenstein beobachten. (Die Presse 2000)

waghalsig (2041)

7. jmdm den Kopf waschen (445)

Die „*Kopfwäsche*“ von Trainer Cipro und Präsident Kerscher hat gewirkt, die Tiroler rehabilitierten sich nach dem 1:4 gegen Ried. (Kleine Zeitung 1998)

Kopfwäsche (14)

8. einen großen Mund haben (34)

Wir machen keine *großmundigen* Versprechen. (Mannheimer Morgen 1999)

Die Phrase „einen großen Mund haben“ wird im Korpus meistens in der wörtlichen Bedeutung verwendet. Die Verwendung als Phraseologismus taucht nur einmal auf. Dagegen wird die abgekürzte Form (33) meistens phraseologisch verwendet.

9. jmdn an der Nase herumführen (653)

Gerade jetzt, da der Westen drauf und dran ist, sich von einer vereinten russisch-serbischen Front *nasführen* zu lassen, darf in Erinnerung gerufen werden. (Die Presse 1994)

Der Phraseologismus wird verbalisiert (40). Eine Verbalisierung als Abkürzung von einem Phraseologismus ist selten.

10. über etw⁴ / jmdn die Nase rümpfen (821)

Man hat diese Wahlen *naserümpfend* akzeptiert. (Züricher Tagesanzeiger 1997)

naserümpfend (104), Naserümpfen (128)

11. die Nase hoch tragen (465)

Arroganz und *Hochnäsigkeit* war trotz aller verliehenen Sterne, Punkte und Kochlöffel der Gastrokritiker nie ihre Sache. (Züricher Tagesanzeiger 1998)

Hochnäsigkeit (82), hochnäsig (331)

[Typ A 2 Auslassung]

12. wie die Faust aufs Auge passen

Wo mit viel Aufwand ein Büro oder ein Heim eingerichtet worden ist, sind Plastikgehäuse meistens *wie eine Faust aufs Auge*. (Züricher Tagesanzeiger 1997)

13. jmdm Sand in die Augen streuen

Sand in die Augen des Konsumenten? (St. Galler Tagesblatt 1998)

14. ein Haar in der Suppe finden

Ein Haar in der Suppe. (Kleine Zeitung 1998)

Bei diesen drei Beispielen wird das Verb ausgelassen. In Zeitungsartikeln findet man oft eine schlagwortartige Verwendung von Phraseologismen. Dabei wird typischerweise das Verb ausgelassen.

3.2.2. Typ B: Bildlichkeit stärken

17 Phraseologismen gehören zum Typ B. In diesem Abschnitt werden für jeden Phraseologismus ein Verwendungsbeispiel und die ersetzten Komponenten angegeben.

[Typ B1 Erweiterung]

14. ein Haar in der Suppe finden(375)

„Schade, daß der Super G abgesagt wurde, sonst hätte ich den Dreißiger voll gemacht“, *find* Achleitner doch noch *ein dünnes Haar in der Suppe*. (Oberösterreichische Nachrichten 1999)

dünn (1), klein (4)

15. es fällt jmdm wie Schuppen von den Augen (140)

Plötzlich *fiel es Jerry wie Schuppen von den Augen*. (Oberösterreichische Nachrichten 1998)

plötzlich (9), auf einmal (1)

16. die Augen offen halten (493)

In vielen anderen Orten *hielten* Bürger in der Dämmerung *die Augen besonders weit offen*. (Züricher Tagesanzeiger 1999)

weit (13)

17. jmdm ein Dorn im Auge sein

Ein großer Dorn im Auge ist uns auch die Fußgängerverbindung zwischen Leitnerbichl und untere Aschenseestraße. (Neue Kronen Zeitung 1994)

groß (17), besonder (104), massiv (2)

18. den Finger auf die Wunde legen

Der hessische Datenschutzbeauftragte Simitis *legte* denn auch *den Finger*

auf die offene Wunde. (Die Zeit 1985)

offen (34), gnadenlos (1)

19. jmdm zu Gesicht stehen (214)

Er würde der Bundesliga gut zu *Gesicht stehen* und natürlich auch dem THW, meinte Kiels Manager Uwe Schwenker. (Frankfurter Rundschau 1998)

gut (168), besser (7)

20. die Ohren aufsperrern

Die Bobfahrer hatten bei der zu Herzen gehenden Ode an die Freude offenbar *die Ohren ganz weit aufgesperrt*. (Frankfurter Rundschau 1998)

weit (2), beide *Ohren* (1)

21. viel um die Ohren haben

Weil im November die Menschen sowieso immer so viel um die Ohren haben, werden wir diesen Anlass in Zukunft nach vorne verschieben. (St. Galler Tagblatt 2001)

zu viel (12), so viel (10), sehr viel (3)

22. sich³ die Nacht um die Ohren schlagen (138)

Da kann ich *mir* nicht *die ganze Nacht* vor dem Fernseher *um die Ohren schlagen*. (Frankfurter Rundschau 1998)

ganz (3), lang (10)

23. die Ohren auf Durchzug stellen (30)

Die Spieler mußten *ihre Ohren* also voll auf Durchzug gestellt haben.
(Frankfurter Rundschau 1997)

grundsätzlich (1), voll (1)

[Typ B 2 Austausch]

24. ein Gesicht wie drei Tage Regenwetter machen (23)

Und dazu *machte* Doris Haider *ein Gesicht wie sieben Tage Regenwetter*.
(Neue Kronen Zeitung 1997)

sieben (11), zehn (1), vierzehn (1)

3.2.3. Typ C: Bildlichkeit ändern

Acht Phraseologismen gehören zum Typ C. In diesem Abschnitt wird jeweils ein Verwendungsbeispiel angegeben.

[Typ C 1 Erweiterung]

14. ein Haar in der Suppe finden(375)

[...] da *liege* durchaus noch *ein verfassungsrechtliches Haar in der Suppe*.
(St. Galler Tagblatt 1998)

25. jmdn jmdm / etw³ in die Arme treiben (162)

Sie fürchtet, dass der Wunsch nach einem politischen Wechsel in Bonn auch ihre Wähler in Ostdeutschland *in die Arme der SPD treiben* könnte. (St. Galler Tagblatt 1998)

17. jmdm ein Dorn im Auge sein(4381)

Ein Dorn im Auge des Schweizerischen Bauernverbandes ist auch die Schwarzblatt. (St. Galler Tagblatt 2001)

18. den Finger auf die Wunde legen (336)

Bush hatte *seinen Finger auf die tiefste Wunde der Region gelegt [...]*
(Mannheimer Morgen 2003)

22. sich³ die Nacht um die Ohren schlagen (138)

Am Freitag und Samstag können *sich* Science-Fiction-Freaks im Filmtheater *eine ganze surreale Kinonacht um die Ohren schlagen*. (Frankfurter Rundschau 1997)

[Typ C 2 Austausch]

26. an einem Haar hängen

Das Finale des Simpson-Prozesses *hängt an einem Hundehaar!* (Neue Kronen Zeitung 1995)

15. es fällt jmdm wie Schuppen von den Augen

Und plötzlich *fiel es mir wie Schuppen von den Haaren*. (Kleine Zeitung 1999)

4. Gemeinsamkeiten der Phraseologismen in einem Typ

Durch die Analyse wird festgestellt, dass unter den Phraseologismen innerhalb eines Typs formale oder semantische Gemeinsamkeiten bestehen.

[Typ A 1]

Die Phraseologismen haben eine der folgenden Konstruktionen: a) Verb + Substantiv, b) Verb + Präposition+Substantiv, c) Verb + Adjektiv/Adverb+Substantiv.

- a) 3. das Gesicht verlieren, 4. Haare spalten, 5. jmdm den Hals brechen,
6. den Hals wagen, 7. jmdm den Kopf waschen, 8. einen großen Mund
haben, 10. über etw⁴ / jmdn die Nase rümpfen,
b) 1. jmdm ins Auge fallen, 9. jmdn an der Nase herumführen
c) 2. lange Finger machen, 11. die Nase hoch tragen

[Typ A 2]

Es gibt mehr als zwei Komponenten, die für die Bedeutung der Phraseologismen eine zentrale Rolle spielen. Die Wortarten sind meistens Substantive.

12. wie die Faust aufs Auge passen, 13. jmdm Sand in die Augen streuen,
14. ein Haar in der Suppe finden

[Typ B 1, B 2]

Die phraseologische Bedeutung stammt aus der metaphorischen Bedeutung eines Substantivs, nämlich des Körperteils. Die metaphorische Bedeutung wird aber nicht erst im Phraseologismus aktiviert. Die Körperteile haben in jeder Sprachgemeinschaft oft eine symbolische Bedeutung⁴. Das Verständnis von der symbolischen Bedeutung geht dem Gespräch voraus.

14. ein Haar in der Suppe finden (Das Haar symbolisiert die Kleinheit, die

4) Unter der symbolisierten Bedeutung von Körperteilen werden in den bisherigen Forschungen unabhängig von den Unterschieden von Sprachen, Kultur, Gebiet oder Zeit viele Gemeinsamkeiten festgestellt. Dovrovol'skij /Piirainen(1996) argumentieren die Universalität der menschlichen Kognition anhand der kontrastiven Analyse der symbolischen Bedeutung der Komponenten, die häufig im Phraseologismus erscheinen. Ito (2005) analysiert aus dem kontrastiven Aspekt die symbolische Bedeutung der Körperteilen in den japanischen und deutschen Phraseologismen.

Kleinigkeit, oder die Genauigkeit)

16. die Augen offen halten (Das Auge symbolisiert die Aufmerksamkeit oder die Erkenntnis)
17. jmdm ein Dorn im Auge sein (wie oben)
18. den Finger auf die Wunde legen (Der Finger symbolisiert den Willen zum Handeln)
19. jmdm zu Gesicht stehen (Das Gesicht symbolisiert den Menschen selbst)
20. die Ohren aufsperrern (Die Ohren symbolisieren das Interesse oder die Neugier)
21. viel um die Ohren haben (Die Ohren symbolisieren das Bewußtsein oder die Erkenntnis)
22. sich³ die Nacht um die Ohren schlagen (wie oben)
23. die Ohren auf Durchzug stellen (wie oben)
24. ein Gesicht wie drei Tage Regenwetter machen (Das Gesicht symbolisiert das Gefühl oder die Miene)

[Typ C 1, C 2]

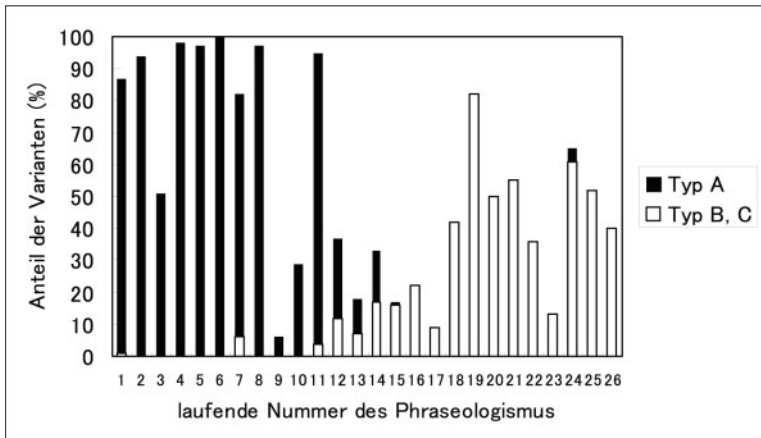
Die Bewegung, die der Phraseologismus wörtlich ausdrückt, hat im Alltag physikalisch oder physisch fast keine Realität, oder die Bewegung passt gar nicht in den Kontext. In diesem Sinne erkennt man ohne weiteres, dass der Ausdruck aus einem Phraseologismus stammt.

14. ein Haar in der Suppe finden
25. jmdn jmdm / etw³ in die Arme treiben
17. jmdm ein Dorn im Auge sein
18. den Finger auf die Wunde legen
22. sich³ die Nacht um die Ohren schlagen
26. an einem Haar hängen
15. es fällt jmdm wie Schuppen von den Augen

In dieser Analyse erscheinen manche Phraseologismen nicht nur in einem Typ, sondern in mehreren Typen. Solche Phraseologismen haben Eigenschaften, die für mehrere Typen gültig sind.

5. Distribution der Varianten

Die Statistik zeigt, dass bei den meisten Phraseologismen, die Varianten vom Typ A haben, Varianten vom Typ B und C nicht oder selten auftreten. Umgekehrt ist es ebenso. Das heißt, die Varianten von Typ A und die Varianten von Typ B und C sich gegenseitig ausschließen.



6. Schlussfolgerung und Ausblick

In dieser Arbeit habe ich versucht, das Variantensystem im Zusammenhang mit dem semantischen Charakter von Phraseologismen darzustellen.

Diese Analyse zeigte, dass sowohl die semantischen als auch die formalen Eigenschaften der Ausgangsform von Phraseologismen die Veränderungsmöglichkeiten (Typ A bis C) steuern. Darüber hinaus lässt sich

sagen, dass sich die Phraseologismen, die wie Typ A variiert werden und die Phraseologismen, die wie Typ B und C variiert werden, einander ausschließen.

In dieser Arbeit habe ich die phraseologischen Varianten in Bezug auf ihre Bildlichkeit in drei Typen aufgeteilt. Die Tatsache, dass unter den Phraseologismen, die demselben Typen gehören, gemeinsame formale und semantische Eigenschaften festgestellt werden, bestätigt, dass die Bildlichkeit jedes Phraseologismus die Varianten bedingt. Darüber hinaus weist das Ergebnis der Analyse, dass die Varianten von Typ A und Typ B, C einander ausschließen, darauf hin, dass die Varianten von Typ A auf einer anderen Motivation der Sprecher als die Varianten von Typ B und C beruht. Dabei ist Typ A die Variante, durch die die Bildlichkeit reduziert wird, Typ B die Variante, durch die die Bildlichkeit verdeutlicht wird und Typ C ist die Variante, durch die die Bildlichkeit verändert wird. Aus einem anderen Blickwinkel betrachtet bedeutet das, dass die Phraseologismen verändert werden, um die Bildlichkeit zu beeinflussen.

Typ A die Varianten dienen dazu, bei der Mitteilung Energie zu sparen

Typ B,C die Varianten dienen dazu, den Effekt der Mitteilung zu verstärken

Diese Annahme lässt sich durch das Ergebnis dieser Analyse unterstützen. Die abgekürzte Form wird bei acht von elf Phraseologismen von Typ A-1 häufiger verwendet als die Ausgangsform. Die abgekürzte Form wird bevorzugt, wenn die Bildlichkeit vom Phraseologismus synchronisch wenig lebendig ist. Die längere Form spielt nämlich immer seltener in der Kommunikation eine Rolle, wenn die Bildlichkeit immer seltener auf den Empfänger wirkt.

Um zu bestätigen, ob die Varianten der Phraseologismen von

der Kommunikationsstrategien wirklich gesteuert wird, oder inwieweit die Kommunikationsstrategien mit den Varianten im Zusammenhang stehen, werden noch weitere Untersuchungen benötigt.

Anhang

	Häufigkeit ²⁾	Typ A 1 ³⁾	Typ A 2	Prozentsatz ⁴⁾	Typ B	Typ C	Prozentsatz ⁵⁾
1 ¹⁾	2539	2191	0	86	38	0	1
2	2297	2110	46	94	4	4	0
3	1259	646	0	51	0	0	0
4	285	279	0	98	0	1	0
5	1227	1189	0	97	0	0	0
6	2090	2085	0	100	0	0	0
7	445	335	0	76	23	0	6
8	34	33	0	97	0	0	0
9	653	41	0	6	0	0	0
10	821	236	0	29	0	0	0
11	465	423	1	91	16	1	4
12	198	0	49	25	19	4	12
13	320	0	35	11	0	23	7
14	375	0	61	16	6	59	17
15	140	0	2	1	17	5	16
16	493	1	0	0	106	1	22
17	4381	0	0	0	123	292	9
18	336	0	0	0	74	66	42
19	214	0	0	0	175	0	82
20	22	0	0	0	10	1	50
21	64	0	0	0	34	1	55
22	138	0	0	0	13	37	36
23	30	0	0	0	2	2	13
24	23	1	0	4	14	0	61
25	162	0	0	0	2	82	52
26	10	0	0	0	0	4	40

- 1) laufende Nummer des Phraseologismus
- 2) Gesamtzahl der Phraseologismen im Korpus
- 3) Variantentypen
- 4) $(A1+A2)/\text{Gesamtzahl} \times 100$
- 5) $(B+C)/\text{Gesamtzahl} \times 100$

Literatur

- Barz, Irmhild(1992): Phraseologische Varianten: Begriff und Probleme. In: Földes, C.(Hrg.) Deutsche Phraseologie in Sprachsystem und Sprachverwendung. Wien. 25-47.
- Burger, Harald (1998): Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen. Berlin: Erich Schmidt.
- Burger, H. / Buhofer, A. / Sialm, A. (1982): Handbuch der Phraseologie. Berlin: Walter de Gruyter.
- Dobrovolskij, D. / Piirainen, E. (1996): Symbole in Sprache und Kultur. Studien zur Phraseologie aus kultursemiotischer Perspektive. Bochum: Universitätsverlag Dr. N. Brockmeyer.
- Fleischer, W. / Barz, I.(1995): Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache. Tübingen: Niemeyer.
- Fleischer, Wolfgang (1997): Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache. Tübingen: Niemeyer.
- Ito, Makoto (2005): Deutsche und japanische Phraseologismen im Vergleich. Tübingen: Julius Groos Verlag.
- Palm, Christine (1995): Phraseologie. Tübingen: Gunter Narr.