

# Zur Polyfunktionalität der Phraseme mit den Tiernamen „Katze“ und „Maus“ in der Onlinezeitung „Die Welt“

**Ahmed Abdrabou Eid Abdraou Sallam**  
[Oberassistent](#) an der Abteilung für  
Germanistik der Philosophische Fakultät,  
Helwan Universität.  
[Ahmed.sallam@hotmail.com](mailto:Ahmed.sallam@hotmail.com)

## **Abstract**

Es steht außer Zweifel, dass die Verwendung der Phraseme in der Onlinepresse von großer Bedeutung ist, da die Phraseme die Pressesprache würzen und dadurch zur größeren Attraktivität der Presse beitragen. Sie sprechen den Leser an, wecken sein Interesse, erhöhen den Leseanreiz und motivieren zum Lesen. Die Phraseologismen mit den Tiernamen stellen ein sehr häufiges und interessantes Phänomen in der deutschen Pressesprachen dar. Dabei verbinden sich die Mehrheit der Tierphraseologismen mit den Empfindungen, Verhalten, Charakter und Zustand des Menschen in der Gesellschaft und können somit eine Reihe von unterschiedlichen Funktionen und Bedeutungen aufweisen. Das Hauptziel besteht dieser Arbeit darin, die Tierphraseme in der deutschen Onlinezeitung „Die Welt“, ihre Funktionen und Anwendungsbereiche semantisch kontextgemäß zu analysieren.

Den Ausgangspunkt dafür bildet die Annahme, dass die Tierphraseologismen im Onlinetext verschiedene Funktionen aufweisen können. Dabei werden in diesem Beitrag die Tierphraseme am Beispiel von den Tiernamen Katze und Maus in der Onlinezeitung „Die Welt“ untersucht, um die Vielfalt ihrer Funktionen und Bedeutungen in der Onlinepresse aufzuzeigen.

### **Schlüsselwörter**

Bedeutung - Funktion - Phraseologismus – Textsorte – Onlinezeitung – Pressesprache

### **Abstract:**

There is no doubt that the use of phrasemes in the online press is of great importance, as the phrasemes spice up the press language and thereby contribute to the greater attractiveness of the press. They address the reader, arouse his interest, increase the incentive to read and motivate him to read. The phraseologism with animal names represent a very frequent and interesting phenomenon in the German press language. The majority of animal phraseologism relates to the feelings, behavior, character and condition of people in society and can thus have a number of different functions and meanings. The main goal of this work is to analyze the animal phrases in the German online newspaper "Die Welt", their functions and areas of application semantically according to the context. The starting point for this is the assumption that the animal phraseologism in the online text can have different functions.

In this article, the animal phrases are examined using the example of the animal names cat and mouse in the online newspaper "Die Welt" to show the variety of their functions and meanings in the online press.

### **Keywords:**

Meaning - function -Phraseologism - text type - online newspaper - press language

## **0. Einführung**

Es lässt sich nicht leugnen, dass die Tiernamen ein großes Wortfeld im Deutschen darstellen, dass die Tiere selbst gewisse Eigenschaften mit dem Menschen teilen und im Laufe der Geschichte eine große Bedeutung im menschlichen Leben aufweisen. Činkure hat betont, dass „die Phraseologismen mit den Tierbezeichnungen als Komponente an der zweitgrößten Gruppe nach den Somatismen (Phraseologismen mit den Somatismen (Phraseologismen mit den Körperteilen als Komponente) in der Phraseologie stehen.“<sup>6</sup>

Die Phraseologismen mit den Tierbezeichnungen beruhen in der Regel auf den ähnlichen Eigenschaften zwischen den Menschen und Tieren in der Natur. Damit können sie die Beobachtungen, die Empfindungen und das Benehmen der Menschen in der

<sup>6</sup> Činkure 2006: 11.

Gesellschaft widerspiegeln, deswegen können sie in der Pressesprache von großer Bedeutung sein.<sup>7</sup>

In dem vorliegenden Beitrag geht es darum, die verschiedenen Funktionen der Phraseme in der deutschen Presse darzustellen, und zwar am Beispiel von den Tiernamen Katze und Maus.

Das Korpus der Untersuchung bildet eine Sammlung von politischen und sportlichen Texten der Onlinezeitung „Die Welt“ und ihrer Ausgaben „Welt Online“ sowie „Welt am Sonntag“.

Zuerst werden die Merkmale der Onlinezeitung „Die Welt“, die journalistischen Textsorten sowie die verschiedenen sprachlichen und sozialen Funktionen der Phraseologismen in der Pressesprache behandelt. Danach werden die Belege mit Katze und Maus aus der Onlinezeitung „Die Welt“ analysiert. Zum Schluss folgen die Zusammenfassung und Ergebnisse der Arbeit sowie das Literaturverzeichnis.

## **1. Phraseologismen in der Onlinezeitung „Die Welt“**

Unter dem Begriff „Zeitung“ versteht man „ein in regelmäßiger Folge erscheinendes Presseerzeugnis, das durch öffentliche Zugänglichkeit (Publizität), Zeitnähe (Aktualität) und inhaltliche Vielfalt (Universalität) gekennzeichnet ist.“<sup>8</sup> Zeitungen lassen sich nach verschiedenen Kriterien differenzieren:

<sup>7</sup> Vgl. Činkure 2006: 11ff.; Ignatova 2008: 91f.

<sup>8</sup> Der Brockhaus 2006: [CD-ROM].

Nach der Erscheinungsweise unterscheidet man Tageszeitungen, Wochenzeitungen und Sonntagszeitungen.<sup>9</sup> Bei den Tageszeitungen ist die Periodizität unterschiedlich (z. B. Die Welt, Die Presse, Die Süddeutsche Zeitung). Die Wochenzeitungen und Sonntagszeitungen erscheinen einmal pro Woche oder auch am Sonntag (z. B. Welt am Sonntag, Das Bild und Frankfurter Allgemeiner Zeitung).<sup>10</sup>

Nach der regionalen Verbreitung können überregionale, regionale und lokale Zeitungen unterschieden werden.<sup>11</sup> Die überregionalen Zeitungen behandeln Themen aus einer Region, aus dem Land, Ausland, und der Themenbereich ist sehr breit. Im Vergleich dazu berichten regionale Zeitungen über regionale Themen aus dem öffentlichen Leben einer Gemeinde oder einer Region. Das Verbreitungsgebiet ist klein. Lokale Zeitungen sind oft als Blätter bezeichnet. Sie informieren den Leser sehr gut über lokale Sachen.<sup>12</sup> Nach der Vertriebsart differenziert man zwischen Kaufzeitung, Straßenverkaufszeitung und Abonnement-zeitung.<sup>13</sup> Während Abonnementzeitungen von dem Leser abonniert werden und er die Zeitung direkt ins Haus bekommt, bekommt man Kaufzeitungen

<sup>9</sup> Vgl. Zeitungsarten: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/zeitung.html#definition>, (Zugriff am 22.10.2014).

<sup>10</sup> Vgl. Der Brockhaus 2006: [CD-ROM].

<sup>11</sup> Vgl. Zeitungsarten: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/zeitung.html#definition>, (Zugriff am 22.10.2014).

<sup>12</sup> Vgl. Der Brockhaus 2006: [CD-ROM].

<sup>13</sup> Vgl. Zeitungsarten: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/zeitung.html#definition>, (Zugriff am 22.10.2014).

täglich am Kiosk, im Geschäft, oder auf der Straße. Diese Zeitungen bezeichnet man auch als Boulevardzeitungen. z.B. BILD.<sup>14</sup>

Nach der inhaltlichen Ausrichtung unterscheidet man in publizistische Zeitungen, z. B. Anzeigenblätter.<sup>15</sup> Anzeigenblatt ist meist wöchentlich kleine Zeitung, die aus privaten Anzeigen besteht und in einem regional begrenzten Gebiet (z. B. Stadtviertel) an die Haushalte verteilt.<sup>16</sup>

Seit Ende der 1990er Jahre bieten alle Zeitungsverlage ihre Informationen elektronisch im Internet zusätzlich an, um den Onlinemarkt zu besetzen. Bei der Onlinezeitung kann der Leser durch multimediale Angebote in Interaktion treten. Er hat die Option, gelesene Artikel direkt zu kommentieren und in Foren über Artikel und Ereignisse mit anderen Lesern zu diskutieren. Die Such- und Archivfunktion der Onlinezeitung erlauben dem Benutzer schneller auf relevante Artikel zu einem bestimmten Themengebiet zuzugreifen. Außerdem wird dem Benutzer offeriert, die Artikel an andere Personen weiterzuleiten. Ferner werden zu den einzelnen Artikeln dem Leser Bildergalerien und Video-Streams angeboten, die die schriftlichen Informationen in Bild und Ton unterstützen, sowie die Serviceangebote, wie zum Beispiel Reiseführer, Routenplaner und Restaurantführer.<sup>17</sup>

<sup>14</sup> Vgl. Der Brockhaus 2006: [CD-ROM].

<sup>15</sup> Vgl. Zeitungsarten: [http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/zeitung.html# definition](http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/zeitung.html#definition), (Zugriff am 22.10.2014).

<sup>16</sup> Vgl. Duden 2011: [CD-ROM]; Der Brockhaus 2006: [CD-ROM].

<sup>17</sup> Vgl. Onlinezeitung: <http://wiki.infowiss.net/Onlinezeitung>, (Zugriff am 22.10.2014).

## 1.1 Merkmale der Onlinezeitung „Die Welt“

„Die Welt“ ist eine deutsche überregionale Tageszeitung der Axel Springer AG. Sie wurde von den Briten in Hamburg gegründet, erschien erstmals am 2. April 1946 und wurde 1953 von Axel Springer übernommen. Das Blatt wird dem bürgerlich-konservativen Spektrum zugerechnet und ist wirtschaftsliberal eingestellt. „Die Welt“ beinhaltet tägliche Regionalausgaben in Berlin und Hamburg, 2002 kurzzeitig auch in Bayern. Die Zentralredaktion von WELT und Welt am Sonntag befindet sich in Berlin. „Die Welt“ wird in 130 Ländern verkauft. Ihre Hauptkonkurrentinnen sind die FAZ (Frankfurter Allgemeine Zeitung) und SZ (die Süddeutsche Zeitung). „Die Welt“ ist zudem Gründungsmitglied der European Dailies Alliance (EDA), in der sie zurzeit mit den ausländischen Tageszeitungen Daily Telegraph, Le Figaro und ABC (Spanien) in der internationalen Berichterstattung redaktionell zusammenarbeitet und kooperiert.<sup>18</sup>

Seit 1995 ist das Internetportal „Welt Online“ zugänglich. Sie bezeichnet sich selbst als am schnellsten wachsendes nationales Qualitäts-Nachrichtenportal Deutschlands, das deutlich vor den News-Mitbewerbern liegt. Zu diesem Onlineportal gehören viele Ausgaben verschiedener Art. Man findet vor allem: „WELT ONLINE“, die das Nachrichtenportal der Weltgruppe im Internet repräsentiert, „WELT AKTUELL“, die jeden Tag ab 15.30 Uhr auf

<sup>18</sup> Vgl. Die Welt: [http://de.wikipedia.org/wiki/Die\\_Welt](http://de.wikipedia.org/wiki/Die_Welt), (Zugriff am 1.7.2011).

zwölf Seiten über das Wichtigste des Tages informiert sowie „[WELT KOMPAKT](#)“, die von Montag bis Freitag in den deutschen Ballungsgebieten schnell, modern und kompakt informiert. Daneben werden sowohl „[WELT am SONNTAG](#)“ und „[WELT am SONNTAG KOMPAKT](#)“ online veröffentlicht. Während „[WELT am SONNTAG](#)“ seit mehr als 60 Jahren nur am Sonntag erscheint und als eine große Wochenzeitung Deutschlands gilt, ist „[WELT am SONNTAG KOMPAKT](#)“ die neue kompakte Sonntagszeitung der Marke „WELT am SONNTAG“.<sup>19</sup>

In jeder Ausgabe kommen regelmäßig folgende Rubriken vor, die immer oben auf der Homepage geordnet sind: Politik, Wirtschaft, Geld, Sport, Wissen, Panorama, Kultur, ICON, Reise, Motor Regional, Meinung, Videos. Auf der Einstiegsseite wird zu jeder Rubrik die wichtigste Nachricht angeboten. Alle Artikel werden von Bildern begleitet, zu manchen gibt es auch aktuelle Videos. Zu jedem Artikel können die Leser ihre Kommentare beifügen und diskutieren. Die Textsorten bilden Nachrichten, Berichte, Reportagen, Kommentare, Interviews, Meldungen usw. Sie bieten den Lesern mehrere Links auf nützliche Informationen, z. B. Expertensuche, Gaspreisvergleich, Gehalts-Rechner, Immobilien, Medien-Shop, Online-Filmverleih, Stellenmarkt, Strompreisvergleich u. a. Dazu kann man hier auch weitere Unterhaltungs-Links finden, wie z. B. Cultures Online, IQ-Tests, Kreuzworträtsel, Online-Spiele, Spiele etc. Ihr Seitenlayout ist einfach, dynamisch und attraktiv. Da es sich auch um große

<sup>19</sup> Ebd.



deutsche überregionale Tageszeitung handelt, ist die Sprache in ihren Texten sehr reich.<sup>20</sup>

Inhaltlich ist „Die Welt“ ganz klar auf die klassischen Themen überregionaler Tageszeitungen konzentriert. Die Syntax ist kompliziert und stilistisch sehr wirkungsvoll, die Sätze beinhalten oft Komposita, Fremdwörter, Neologismen und Phraseologismen. Das äußere Erscheinungsbild der Onlinezeitung „Die Welt“ orientiert sich am klassischen angelsächsischen Stil. Nach einer Generalüberholung des Layouts im Herbst 1998 präsentiert sich die Zeitung jedoch aufgeräumter und moderner. Sie folgt somit einem allgemeinen Trend der Branche, was auch der vermehrte Einsatz von Farbe bei Fotos und Grafiken zeigt. Der Einsatz der Farbe Blau bei Gestaltungselementen garantiert einen hohen Wiedererkennungswert. Auffällig an der Neugestaltung ist die Integration von (sowohl grafischen als auch thematischen) Internet-Elementen.<sup>21</sup>

## 1.2 Journalistische Textsorten

Es ist umstritten, dass Phraseologismen an verschiedenen Stellen der Onlinepresse vorkommen. Aber es bleibt immer noch in der Literatur nicht klar, wie viele und welche Textsorten es in der Presse gibt. Presstexte weisen zwar eine Reihe medienbedingter

<sup>20</sup> Vgl. Die Welt: <http://www.welt.de>, (Zugriff am 22.10.2014).

<sup>21</sup> Vgl. Die Welt: <http://www.grin.com/de/e-book/99404/zwischen-information-und-inter-aktivitaet-wie-nutzt-die-welt-online-die>, (Zugriff am 22.10.2014).

Gemeinsamkeiten auf, trotzdem stellen sie eine in vielerlei Hinsicht heterogene Menge von Texten dar.<sup>22</sup>

Nach Lüger handelt es sich um einen Text, wenn jeder Text mit einer bestimmten Intention geäußert wird, sonst handelt es sich um keinen Text. Eine solche Intention gibt an, was ein Textproduzent mit seinem Text im Hinblick auf den Empfänger tut, als was eine Äußerung in der gegebenen Situation gilt bzw. welche kommunikativer Rolle ihr in der aktuellen Verwendung zugeordnet werden kann.<sup>23</sup>

Dagegen kritisiert Burger den Begriff der Intention, dass dieser Begriff für die Beschreibung massenmedialer Kommunikation nicht brauchbar ist, weil er ein Subjekt voraussetzt, das Intentionen hat.<sup>24</sup> Burger erklärt, dass mit der Zuweisung von Presstexten zu einigen wenigen Textintentionen bzw. Textfunktionen noch nicht viel Konkretes gewonnen ist. Erst eine Subklassifizierung der auf diesem Wege gewonnenen globalen Klassen in Textsorten führt zu medienspezifisch interessanten Beobachtungen. Die Zuordnung von Funktion und formaler Textstruktur ist ein schwieriges Problem der Textlinguistik. In der Regel gibt es keine allgemeingültigen und eindeutigen Zuordnungsregeln.<sup>25</sup>

Aus diesem Grund wird im Folgenden die Textsortentypologie von Lüger mit einigen Veränderungen übernommen, da diese Typologie

<sup>22</sup> Vgl. Lüger 1995: 65.

<sup>23</sup> Ebd. 63.

<sup>24</sup> Vgl. Burger 1990: 30.

<sup>25</sup> Vgl. Burger 2005: 209.

bis heute in der Presseforschung akzeptiert ist und die Grundlage anderer Typologien in der Literatur bildet.

Im Allgemeinen unterscheidet Lüger fünf Textklassen, die sich wiederum in andern Textsorten unterteilen, nämlich informationsbetonte, meinungsbetonte, kontaktorientierte, instruierend-anweisende und auffordernde Texte.<sup>26</sup>

Diese Textklassen sind in den Onlinezeitungen nicht im gleichen Maße vertreten. Textsorten der informations-betonten Texte machen den weitaus größten Teil jeder Onlinezeitung aus, danach folgen diejenigen der meinungsbetonten Texte. Im Vergleich dazu sind Texte der restlichen drei Textklassen in der Onlinepresse selten zu finden. Außerdem ist es fraglich, ob man diese Texte dem journalistischen Internet zurechnen kann.

Darüber hinaus sind die informationsbetonten Texte und meinungsbetonten Texte für die Phraseologismen charakteristisch. Demzufolge beschränkt sich dieser Beitrag auf die ersten zwei Textklassen und ihre Textsorten.

### **1.2.1 Informationsbetonte Texte**

Bei dieser Textklasse wird deutlich, dass diese Texte dem Leser Informationen darüber vermitteln, was er wissen möchte oder was ihn interessieren könnte. Primär handelt es sich um Mitteilungen über Sachverhalte, in denen eigene Einstellungen, Bewertungen oder Kritik fehlen oder nur im Hintergrund stehen. Die erste

<sup>26</sup> Vgl. Lüger 1995: 65-76.

Orientierung erhält der Leser schon in der Überschrift. Je nach Explizitheitsgrad kommen zur Identifizierung des Textgegenstandes weitere Präzisierungen in Ober- und Unterteil hinzu.<sup>27</sup>

Unter dieser Kategorie findet man folgende Textsorten:

**1. Meldung:** Bei der Meldung handelt es sich um die kürzeste, einfachste Textsorte.<sup>28</sup> Sie besteht im Kern aus einer einfachen Sachverhaltsdarstellung und konzentriert sich bloß auf Fakten. Charakterisierend ist die syntaktische Komprimierung, wo der Text aus einfachen Sätzen bestehen kann. Es kann auch passieren, dass eine Meldung nur von einem Satz besteht. Die Themen von Meldungen sind unbegrenzt. Der Leser erfährt im Wesentlichen nur, dass ein Ereignis stattgefunden hat oder eintreten wird, weitere Aspekte bleiben ausgespart.<sup>29</sup> Nach Bucher wird in der Meldung gesagt, „was sich ereignet hat, wo, wann, wie, weshalb es sich ereignet hat, wer an dem Ereignis beteiligt war etc.“<sup>30</sup>

Die Meldung bildet aber keine Bezüge zu anderen Texten. Der Autor des Textes tritt nicht in Erscheinung. Der Standpunkt ist meistens auch nicht erkennbar. Normalerweise weist die Meldung eine Schlagzeile, aber keinen Lead auf. Schlagzeilen weisen durch die Position und Formulierung eine relative Selbstständigkeit in Presstexten auf. Sie sind einerseits an den Leser adressiert, d. h. sie sollten den Leser aufmerksam machen, damit er den Lesenweg in

<sup>27</sup> Ebd. 67.

<sup>28</sup> Vgl. Burger 2005: 213.

<sup>29</sup> Vgl. Lüger 1995: 89ff.

<sup>30</sup> Bucher 1986: 82, zit. nach Burger 2005: 213.

der Zeitung besser finden und ihm die Orientierung erleichtert werden kann. Andererseits sind sie intratextuell mit dem Lead und dem Haupttext verknüpft. Der Lead (Vorspann) ist im Vergleich mit der Schlagzeile funktional eindeutiger bestimmbar. Er gibt dem Leser eine Kurzfassung des Inhaltes des betreffenden Artikels. Er ist also primär durch seine intratextuelle Funktion definiert. Allerdings sind hier deutliche Wandlungen im Gange. Der Aufbau des Haupttextes folgt meistens dem Prinzip der „umgekehrten Pyramide“. Das bedeutet, dass die zentralen Informationen am Anfang stehen, der weitere enthält Text Spezifikationen einzelner Aspekte.<sup>31</sup>

**2. Nachricht:** Das Wort Nachricht wird mit zwei Bedeutungen verwendet. Inhaltlich bedeutet sie Mitteilung, Information schlechthin. Formal ist sie eine ganz bestimmte Darstellungsform, die in der Regel nicht länger als 15 bis 20 Zeilen ist. Was länger ist, heißt Bericht.<sup>32</sup>

Nach Lüger lässt sich die Nachricht in eine harte und weiche Nachricht einteilen. Mit harter Nachricht soll der Leser aktuell, sachlich und prägnant informiert werden. Den Ausgangspunkt bildet hier eine zentrale Aussage, die zusätzliche Informationen erhalten kann. Der Textaufbau wird nach dem Leadsatz-Prinzip konzipiert, d. h., das Wichtigste kommt zuerst. Dann folgen im Haupttext die Zusatzinformationen. Der Text beinhaltet sogenannte Glaubwürdigkeitssignale wie Quellen, Zitate und Namen von Experten. Aus der syntaktischen Sicht sind für diesen Typ eine

<sup>31</sup> Vgl. Burger 2005: 214 f.

<sup>32</sup> Vgl. La Roche 2008: 79.

komplizierte Satzstruktur und eine hohe durchschnittliche Satzlänge charakteristisch.<sup>33</sup>

Im Unterschied dazu ist bei der weichen Nachricht eine variationsreiche Textgestaltung und lesewerbende Darstellungsweise üblich. Die Absicht des Textes liegt nicht nur darin zu informieren, sondern auch zu unterhalten. Die Themen bilden Skandale, Verbrechen, Naturkatastrophen oder Unglücksfälle, also solche, die man mit dem Wort human interest bezeichnen kann. Der Autor solcher Textsorte versucht auch eine Rezeptionserleichterung zu erreichen, die er durch Betonung inhaltlicher Gegensätze, Nutzung rhetorischer Figuren, direkte Rede oder Ironie-Signale erzielt.<sup>34</sup> Dagegen kritisiert Burger diese Einteilung, dass sie Verwirrung schaffen kann, indem sie zwei Textsorten darstellt.<sup>35</sup> Aus diesem Grund wird auf diese Einteilung im praktischen Teil verzichtet.

**3. Bericht:** Manchmal wird der Bericht als Modifikation der harten Nachricht bezeichnet. Der Sachverhalt, über den informiert wird, weist eine bestimmte Chronologie auf, die aus der Texteröffnung, dem Hauptteil und dem Textschluss besteht. Weiter kann der Text einige Komponenten aufweisen, wie Zitate, Kommentare und Hintergrund-informationen.<sup>36</sup> Der Bericht gilt auch als der Haupttyp der informationsbetonten Texte. Inhaltlich ist er komplexer und länger als die Meldung. Aufgebaut wird er auch

<sup>33</sup> Vgl. Lüger 1995: 94ff.

<sup>34</sup> Ebd.: 103ff.

<sup>35</sup> Vgl. Burger 2005: 213.

<sup>36</sup> Vgl. Lüger 1995: 109.

nach dem Modell der „umgekehrten Pyramide“. Dabei stehen die zentralen Informationen am Anfang.<sup>37</sup>

**4. Reportage:** Diese Form ist durch eine subjektive Perspektive jenes Journalisten bestimmt, welcher an dem Ort des Ereignisses anwesend ist. Er gibt in dem Text seine Eindrücke, Gefühle und Wertungen wieder. Einen Sachverhalt subjektiv zu präsentieren, bedeutet also nicht nur mitzuteilen, dass sich etwas oder wie sich etwas ereignet hat, sondern wie ein Geschehen aus der Sicht des Berichterstatters verlaufen ist. Oft ist diese Textsorte durch direkte Rede gekennzeichnet, um Nähe zum Geschehen zu präsentieren, benutzt der Autor als Tempusform das Präsens. Die Geschichte in der Reportage ist zeitlich und räumlich begrenzt.<sup>38</sup>

### **1.2.2 Meinungsbetonte Texte**

Bei den meinungsbetonten Texten handelt es sich um solche Texte, die eine Bewertung des Sachverhalts, eine persönliche Stellungnahme oder Vorgänge präsentieren. Dieser Intentionstyp kann uns etwas „Bewertendes“ oder „Evaluierendes“ mitteilen. Der Autor bewertet den Sachverhalt nach verschiedenen Möglichkeiten. Es handelt sich um die Einschätzung der Durchführbarkeit, die Relevanz, die Nützlichkeit für den Adressaten oder für eine bestimmte soziale Gruppe oder die Quantität. Für das Verstehen meinungsbetonter Texte wird die Kenntnis solcher Fakten mehr oder weniger vorausgesetzt, davon zeugen auch gelegentliche

<sup>37</sup> Vgl. Burger 2005: 214.

<sup>38</sup> Vgl. Lüger 1995: 113f.

Querverweise auf vorangehende Informationen. In den meisten Fällen aber stellen noch resümierende, in den Text integrierte Kurzfassungen die Anknüpfung an das erwartete Vorwissen dar.<sup>39</sup> Zu dieser Gruppe gehören folgende Typen gezählt:

**1. Kommentar:** Der Kommentar wird als „unselbstständige“ Textsorte, komplementär zum Bericht bezeichnet. Er wird von einem namentlich gekennzeichneten Autor verantwortet.<sup>40</sup> Es ist eine unabhängige Interpretation, Erklärung oder Erläuterung von politischen Entwicklungen und Tagesereignissen oder Problematisierung eines Sachverhalts. Man kann hier eine argumentative Textstruktur beobachten wie Rechtfertigungen und Begründung von Wahrheitsansprüchen. Der Kommentar kann aus einem argumentativen Kern, einer Orientierung über Sachverhalt und einer Präsentation einer Gegenposition bestehen. Die signifikanten Sprachmittel sind Metaphern, Hyperbeln, Anspielungen, rhetorische Figuren, Idiome, Fragesätze u. a. Der Kommentar unterscheidet sich von dem Bericht dadurch, dass der Bericht sachlich, neutral und objektiv ist, während im Kommentar ganz ersichtlich der subjektive Standpunkt des Schreibenden ist, und dementsprechend auch benutzte stilistische Mittel.<sup>41</sup>

**2. Glosse:** Die Glosse ist eine der schwersten Darstellungsformen, weil sie so leicht daherkommt. Sie unterscheidet sich von dem Kommentar durch den Stil.<sup>42</sup> Die bedeutende Funktion dieser

<sup>39</sup> Vgl. Burger 2005: 215.

<sup>40</sup> Vgl. Lüger 1995: 69.

<sup>41</sup> Ebd. 126ff.

<sup>42</sup> Vgl. La Roche 2008: 176f.



Textsorte ist zu unterhalten und ist durch einen zugespitzten, polemischen Stil gekennzeichnet. Zur Verstärkung vorhandener Einstellungen sollte der Leser über ein Vorinformationsniveau verfügen. Zu den konstitutiven Elementen der Glosse gehören Ironie und Ironisierung, häufig werden Metaphern, Vergleiche, idiomatische Ausdrücke, Sprichwort-Variationen, spöttische Anredeformen, Wortspiele und auch eine auflockernde Umgangssprache benutzt.<sup>43</sup>

**3. Kritik** (auch Rezension genannt): Rezensionen sind Buchbesprechung und Filmkritik.<sup>44</sup> Diese Textsorte beurteilt ein Kunstwerk, ein Theaterstück, einen Film, ein Buch und andere Werke. Den Leser informiert sie subjektiv, sachlich und künstlerisch begründet über „kulturelles Angebot“ und zugleich bekommt der Autor Hinweise über Rezeption seines Werkes. Eine Kritik enthält einen referierenden und wertenden Teil, der Haupttext besteht aus einer kurzen Einteilung mit kurzer Einordnung. Diese Einleitung verweist oft auf aktuelle Tendenzen, Publikationen oder Arbeiten des Autors. Der Verfasser der Kritik formuliert hier subjektive Erwartungen und Gefühle, bemüht sich um bewusst von der Gemeinsprache abgehobene Ausdrucksweise, die für den Leser ein hohes Anspruchsniveau signalisieren soll.<sup>45</sup>

**4. Interview:** Das Interview besteht aus Fragen eines Journalisten und Antworten seines Gesprächspartners, die im Wortlaut dem Leser angeboten werden. Der Interviewer eröffnet und beendet das

<sup>43</sup> Vgl. Lüger 1995: 137ff.

<sup>44</sup> Vgl. La Roche 2008: 178.

<sup>45</sup> Vgl. Lüger 1995: 139ff.

Gespräch, stellt Fragen, bestimmt die Themen und nimmt durch die Art und Weise der Fragestellung Einfluss auf die gewünschte Informationsgebung. Es besteht aus Argumenten, Erklärungen und Hintergründen zur Einordnung von Sachverhalten, die den Einfluss auf die Einstellung des Rezipienten haben. Der Vorteil des Interviews liegt in der Unmittelbarkeit der Information, im Eindruck von Wirklichkeitsnähe und Authentizität. Es bringt die Politiker, Wissenschaftler oder andere Experten zum Wort. Ihre Stellungnahmen sind persönlich gefärbt, anschaulicher oder leichter verständlich.<sup>46</sup>

## **2. Sprach- und Sozialfunktionen der Phraseologismen in der Pressesprache**

Es wurden unterschiedliche Versuche unternommen, die Funktionen von Phraseologismen im Allgemeinen zu typologisieren. Phraseologismen in Texten lassen sich nicht ohne Berücksichtigung der Textsorte bzw. der kommunikativen Situation beschreiben. Daher wurde der Weg einer allgemeinen Funktionentypologie in der Forschung nicht weiter verfolgt.<sup>47</sup> Trotzdem werden einige sprachlichen und sozialen Hauptfunktionen vorgestellt, die Phraseologismen im Text haben können.

In der Presse haben die Phraseologismen Übertragungs- und Vereinfachungsfunktion. Aufgrund ihrer Bildlichkeit eignen sich die Phraseologismen dazu, komplexe Situationen, Handlungen und

<sup>46</sup> Ebd. 141ff.

<sup>47</sup> Vgl. Burger 2010: 155.

Zusammenhänge im Alltag der Hörer und Leser einfach darzustellen, z. B. in Karikaturen.<sup>48</sup>

Außerdem können sie die Kommunikation vereinfachen und steuern, weil sie den Leuten die Möglichkeit bieten, etwas Besonderes auszudrücken, als sie es selber formulieren könnten. Man kann mit ihnen zum Beispiel ein Gespräch eröffnen und schließen.<sup>49</sup>

Da auch die Phraseologismen eine gewisse Allgemeingültigkeit besitzen, wirken sie überzeugend, werden bei Argumentationen oft zur Unterstützung des Arguments eingesetzt und erscheinen somit auf den ersten Blick einleuchtend und logisch.<sup>50</sup> Dadurch kann man einen bestimmten Argumentationszusammenhang für ein Problem kontextualisieren, ebenso resümierend interpretieren oder auch jegliche Argumentation abblocken etc.<sup>51</sup>

Die Phraseologismen können ebenso durch Anschaulichkeit und Einprägsamkeit nicht nur die Wirkung einer Argumentation unterstützen, sondern auch die bezeichneten Erscheinungen verdeutlichen und beim Empfänger Denkanstöße vermitteln.<sup>52</sup>

Durch die Verwendung von Phraseologismen soll die Distanz zwischen der Erfahrungswelt der Produzenten und der Rezipienten verringert werden. So können beispielsweise die Politiker eine

<sup>48</sup> Vgl. Koller 1985:30f.

<sup>49</sup> Vgl. Donalies 2009: 48f.

<sup>50</sup> Vgl. Koller 1985:30

<sup>51</sup> Vgl. Donalies 2009: 48f.

<sup>52</sup> Vgl. Fleischer 1997: 220.

gewisse Volksnähe und Bodenständigkeit für sich postulieren, indem die Politiker signalisieren.<sup>53</sup>

Die Phraseme transportieren daraufhin die Erfahrungen und Ideen des Menschen. Sie transportieren über lange Zeit hinweg Meinungen, Erkenntnisse und Einsichten.<sup>54</sup> Koller sagt dazu:

„Wer Redensarten verwendet, beruft sich auf die Autorität und Erfahrung der Gemeinschaft.“<sup>55</sup>

Sie zeigen ebenfalls die Gefühle des Menschen und definieren den Menschen sozial. Man äußert nicht nur Gefühle, sondern auch sich selbst über Gefühle. Phraseme sind dort nützlich, wenn man sich unsicher ist, welche Äußerung über eine Gefühlslage am besten passt. Dadurch kann man sich selbst und die anderen sozial definieren, also zu welcher Gruppe man gehört und von welcher man sich lieber distanziert.<sup>56</sup>

Durch die Benutzung von Phraseologismen zeigt der Kommunikationspartner dem Empfänger seine psychischen Zustände. Damit werden die Intention und die Einstellung des Senders zu dem mitgeteilten Sachverhalt unterstützt und gezeigt. Nicht nur positive Einstellung, sondern auch negative Wertung oder sogar ironisch getönte Distanzierung werden zum Ausdruck gebracht.<sup>57</sup>

<sup>53</sup> Vgl. Koller 1985:30

<sup>54</sup> Vgl. Donalies 2009: 53f.

<sup>55</sup> Koller 1985:31.

<sup>56</sup> Vgl. Donalies 2009: 50ff.

<sup>57</sup> Vgl. Fleischer 1997: 218f.

Darüber hinaus haben die Phraseme eine ästhetische Wirkung. Dies besteht einerseits darin, dass man mit seinen eigenen Worten ausdrücken, was man will. Andererseits mag man es, Phraseme zu machen, zu entdecken, zu verwenden und zu verwandeln.<sup>58</sup>

Schließlich können Phraseologismen die Aufmerksamkeit der Leser fördern, wenn sie beispielsweise in Überschriften und Schlagzeilen eingesetzt werden.

Alle oben genannten Funktionen können die Phraseologismen in der Pressesprache aufweisen. Aus diesem Grund ist es umstritten, dass die Phraseologismen in der Presse von großer Bedeutung sind und einen üblichen Bestandteil journalistischer Texte bilden. Auf diese Funktionen wird im analytischen Teil eingegangen.

### **3. Belege aus der Onlinezeitung „Die Welt“ mit Katze und Maus**

Katze und Maus kommen normalerweise in vielen Phraseologismen zusammen. Die Katze gilt zuerst als ein beliebtes Haustier. In der Symbolik ist sie aber mit einem vorwiegend negativen Ruf ausgestattet. In Altägypten waren die Katzen sehr bekannt und wurden oft als katzenköpfige Frauengestalten dargestellt. Besonders schwarze Katzen galten als zauberkräftig. Ihre Fähigkeit in fast völliger Dunkelheit zu jagen, brachte sie in den Ruf, mit den Mächten der Finsternis verbündet zu sein. Sie wurde mit Lüsternheit und Grausamkeit in Verbindung gebracht und galt vor

<sup>58</sup> Vgl. Donalies 2009: 54f.

allem als Hilfsgeist der Hexen. Die schwarze Katze ist darüber hinaus noch heute im Volksaberglauben ein Unglückssymbol.<sup>59</sup>

Im Vergleich zur Katze spielt die Maus, trotz ihrer Kleinheit, in der Symbolik eine beträchtliche Rolle. Die antike Zoologie erwähnte ihre abschreckende Wirkung auf Elefanten. Als scheue Tiere dunkler Räume sagte man ihnen dämonische Kräfte nach. Ihr Pfeifen und Tanzen sollte Sturmwetter ankünden. Das negative Bild der Maus beruht auf der Beobachtung, dass sie nicht nur Vorräte vernichten, sondern dass sie auch Seuchen übertragen können. Dadurch wurden sie zu Symbolträgern menschenfeindlicher Mächte. Mäusen hat schon im Mittelhochdeutschen die Bedeutung von „stehlen“. Mäuse riechen heißt etwas Bedrohliches ahnen. Deshalb erfüllt der Anblick dieser gefräßigen Tiere den Menschen mit Ekel und Abscheu. In den modernen Comics und Zeichentrickfilmen spielt die Maus hingegen die Rolle des schlaunen Kleinen, der sich durch List der überlegenen Feindin Katze erwehrt.<sup>60</sup>

In der deutschen Phraseologie drücken die Katze und die Maus Verschiedenes aus:

- Zweifel: *„da beißt sich die Katze in den Schwanz“*;
- Verschwinden: *„das hat die Katze gefressen“*;
- Befürchtung: *„wenn die Katze aus dem Haus ist, tanzen die Mäuse [auf dem Tisch;]“*;
- Gestehen: *„die Katze aus dem Sack lassen“*;

<sup>59</sup> Vgl. Biedermann 1998: 232f.

<sup>60</sup> Ebd. 284f.

- Hinhaltung: „*mit jmdm. Katz und Maus spielen*“.<sup>61</sup>

In der deutschen Onlinezeitung „Die Welt“ findet man zwei Phraseologismen mit den Tiernamen Katze und Maus, und nur einen mit der Katze. Diese Phraseologismen sind mehrdeutig, werden unterschiedlich in den Rubriken „Politik“ und „Sport“ verwendet und lassen sich auch mit verschiedenen Assoziationen verbinden.

Der erste Phraseologismus mit Katze und Maus ist „*mit jmdm. Katz und Maus spielen*“, d. h. „*jmdn. hinhalten*.“<sup>62</sup> Der kommt zweimal in der Rubrik Politik und nur einmal im Ressort „Sport“ vor.

Das erste Beispiel stellt eine Reportage dar, in der der Phraseologismus „*mit jmdm. Katz und Maus spielen*“ in der Mitte steht:

### **„KRISE IN VENEZUELA**

**Autor: Nina Mareen Spranz | 24.09.2010**

#### **Der "wunderbare Sozialismus" des Hugo Chávez**

Ein System aus Repression und Belohnung bestimmt den Alltag in Caracas – und sichert die Macht von Hugo Chávez.

[...] Sicher ist jedoch: Wer gegen Chávez opponiert, verliert. 2004 unterschrieben Hunderte Menschen eine Petition für ein Referendum zur Amtsenthebung des Präsidenten, die Lista Tascón. Als diese im Internet auftauchte, bedeutete das für viele Unterzeichner den sozialen und finanziellen Tod. Jobs in öffentlichen Firmen

<sup>61</sup> Vgl. Duden 2010: [CD-ROM].

<sup>62</sup> Duden 2002: [CD-ROM].

gibt es nicht mehr für sie, genauso wenig wie Bankkredite, ihre Kinder werden in der Schule gemobbt. "Also hält man besser in der Öffentlichkeit seinen Mund", erklärt Liscette. Wenn am kommenden Sonntag in Caracas ein neues Parlament gewählt wird, schwingt viel Hoffnung mit auf ein freieres, wirtschaftlich besseres Leben. Aber auch die Angst, dass Chávez das Wahlergebnis zwar akzeptiert, danach mit der Opposition aber wieder **Katz und Maus spielt**. So wie er es mit Antonio Ledezma gemacht hat, einem oppositionellen Schwergewicht, für das Liscette schwärmt. [...]“<sup>63</sup>

In dieser Reportage beobachtet man, dass der Phraseologismus „*mit jmdm. Katz und Maus spielen*“ den ähnlichen Sinn hat, nämlich *jmdn. hinhalten*. Er bezieht sich darauf, wie Chavez mit der Opposition umgeht: „Aber auch die Angst, dass Chávez das Wahlergebnis zwar akzeptiert, danach mit der Opposition aber wieder Katz und Maus spielt.“<sup>64</sup> Hier bringt dieser Phraseologismus die Ironie, die negative Wertung und die Verachtung zum Ausdruck.

Das zweite Beispiel stellt einen Bericht dar, in dem der Phraseologismus „*mit jmdm. Katz und Maus spielen*“ am Ende des Textes steht:

<sup>63</sup> Aus: <http://www.welt.de/politik/ausland/article9845282/Der-wunderbare-Sozialismus-des-Hugo-Chavez.html>, (Zugriff am 10.12.2012).

<sup>64</sup> Ebd.



„BIRMA Autor: J. Erling und S. Mühlmann|14.11.2010

**Für die Ikone Suu Kyi beginnt jetzt der Ernstfall**

Birmas Oppositionsführerin ist frei. Nun muss sie zeigen, dass sie mehr als Polit-Pop ist – zum Beispiel den Chinesen. [...] Peking schäumt bei der Vorstellung, Suu Kyi könnte den Preis auch für Liu annehmen. Was das offizielle Peking es von Aung San Suu Kyi hält, schrieben seine Propagandisten in Polemiken in den vergangenen Wochen nur allzu deutlich. Das Parteiorgan „Volkszeitung“ erklärte den Nobelpreis zu einer ideologischen Waffe des Westens, die wie eine Rakete in zwei Stufen gezündet wurde. Zuerst wurden Nobelpreisträger „von Andrej Sacharow, über Polens Lech Walesa bis Michail Gorbatschow“ zu politischen Werkzeugen im „kalten Krieg“, um in einer „friedlichen Evolution“ die sozialistischen Systeme der UdSSR und Osteuropa zu untergraben.

Übersetzungen der Äußerungen Jaglands werden im Internet gelöscht, das virtuelle **Katz und Maus-Fangen gespielt**. Doch es steht genug in den lokalen Abendzeitungen, etwa wie Tausende Birmesen auf das Erscheinen von Suu Kyi warteten. Es ist nicht schwer, sich vorzustellen, dass es bei Liu genauso wäre.“<sup>65</sup>

In diesem Bericht weist der Phraseologismus „*mit jmdm. Katz und Maus spielen*“ wieder denselben Inhalt auf, also die Hinhaltenaktik. Hier wird gezeigt, wie das offizielle Peking mit Oppositionsführerin

<sup>65</sup> Aus: <http://www.welt.de/politik/ausland/article10929569/Fuer-die-Ikone-Suu-Kyi-beginnt-jetzt-der-Ernstfall.html>, (Zugriff am 10.12.2012).

umgeht. Man findet auch eine formale Modifikation ohne semantische Modifikation. In diesem Bericht zeigt dieser Phraseologismus die negative Einstellung, die Ironie und die Macht des offiziellen Peking.

Geht man weiterhin auf das folgende Beispiel ein, so kann man feststellen, dass der Phraseologismus „*mit jmdm. Katz und Maus spielen*“ am Anfang einer Kritik steht:

**„18.03.2010 12:41 Sport Kritik von Sammer  
Messi-Gala lässt harmlose Stuttgarter erstarren**

Der FC Barcelona hat dem VfB Stuttgart eine Lehrstunde erteilt. Die Katalanen, allen voran Lionel Messi, **spielten** mit den erschreckend schwachen Schwaben über weite Strecken **Katz und Maus**. Während Manager Horst Heldt nach der Demütigung um Haltung bemüht war, reagierte DFB-Sportdirektor Matthias Sammer stocksauer.

Nach der großen Show des kleinen Lionel Messi wollte Jens Lehmann lieber nichts sagen. Mit ernster Miene, eine Banane in der Hand und die iPod-Stöpsel im Ohr, verzog sich der Torhüter des VfB Stuttgart im Mannschaftsbus. [...]

<sup>66</sup>

In dieser Kritik weist aber der Phraseologismus „*mit jmdm. Katz und Maus spielen*“ eine andere Bedeutung auf. Sie bezieht sich auf die starke Leistung FC Barcelonas gegen Stuttgart. Diese

<sup>66</sup> Aus: <http://www.welt.de/sport/fussball/article6829339/Messi-Gala-laesst-harmlose-Stuttgarter-erstarren.html>, (Zugriff am 10.12.2012).

Bedeutung ist im Text deutlich: „Der FC Barcelona hat dem VfB Stuttgart eine Lehrstunde erteilt. Die Katalanen, allen voran Lionel Messi, spielten mit den erschreckend schwachen Schwaben über weite Strecken Katz und Maus.“<sup>67</sup> Dabei bringt der Phraseologismus die Ironie und die Fähigkeit zum Ausdruck.

Der zweite Phraseologismus mit Katze und Maus ist „**wenn die Katze aus dem Haus ist, tanzen die Mäuse auf dem Tisch**“. Dieser Phraseologismus bedeutet „Wer gewohnt ist, ständig beaufsichtigt zu werden, nutzt es aus, wenn er einmal ohne Aufsicht ist.“<sup>68</sup>

Der Phraseologismus „**wenn die Katze aus dem Haus ist, tanzen die Mäuse auf dem Tisch**“ kommt nur einmal am Anfang einer Nachricht in der Rubrik „Sport“ vor:

**„18.10.2010 13:02 Sport Krisensitzung  
Soldo und Meier stehen in Köln auf der Kippe**

Ohne ein Machtwort von Präsident Overath versinkt der 1. FC Köln im Chaos. Podolski provoziert, Trainer Soldo und Manager Meier wackeln.

Führungslosigkeit, Chaos - FC: Beim 1. FC Köln sind schon vor dem 11.11. die Narren los. Lukas Podolski tanzt der Führung auf der Nase herum und stellt sich auch noch selbst bloß, Manager Michael Meier hat die Lage nicht im Griff und bescheinigt dem Klub eine "Außendarstellung zum Weglaufen". Am Donnerstag wird es in einer Krisensitzung mächtig rappeln. Trainer Zvonimir Soldo wackelt, Meier auch.

<sup>67</sup> Ebd.

<sup>68</sup> Duden 2002: [CD-ROM].

Bis dahin allerdings herrscht in Köln noch die Unruhe vor dem Sturm. Präsident Wolfgang Overath macht Urlaub im Allgäu, während es beim FC drunter und drüber geht. Zum Spiel am Freitagabend gegen Borussia Dortmund (1:2) konnte der Weltmeister von 1974 nicht anreisen, weil sein Sohn ins Krankenhaus musste. Das ist allemal verständlich. Aber ein Machtwort des Bosses wäre gerade jetzt zwingend notwendig.

**Denn solange die Katze aus dem Haus ist, tanzen bekanntlich die Mäuse auf dem Tisch.** Torhüter Faryd Mondragon sorgte mit seiner überstürzten Abreise für einen Eklat, Soldo und Meier kritisieren einander in aller Öffentlichkeit. Der Coach sei "halt kein Medienfuchs", sagte Meier dem "Express" und fügte an: "Dass das nach außen nicht immer optimal wirkt, sehe ich auch." [...]“<sup>69</sup>

In diesem Beispiel hat der Phraseologismus „*wenn die Katze aus dem Haus ist, tanzen die Mäuse auf dem Tisch*“ die ähnliche Bedeutung. Er wird im Sinne von Unruhe und Chaos verwendet. Hier wird die Abwesenheit des Präsidenten Overath mit der Abwesenheit der Katze aus dem Haus assoziiert und lassen sich das Chaos und die Unruhe mit dem Tanz der Mäuse verbinden. Es gibt auch eine formale Modifikation ohne semantische Modifikation Als Belege dafür findet man im Text: „Ohne ein Machtwort von Präsident Overath versinkt der 1. FC Köln im Chaos.“, „Führungslosigkeit, Chaos - FC: Beim 1. FC Köln sind schon vor

<sup>69</sup> Aus: <http://www.welt.de/sport/fussball/bundesliga/1-fc-koeln/article10374049/Soldo-un-d-Meier-stehen-in-Koeln-auf-der-Kippe.html>, (Zugriff am 10.12.2012).

dem 11.11. die Narren los.“<sup>70</sup> und „Bis dahin allerdings herrscht in Köln noch die Unruhe vor dem Sturm.“<sup>71</sup> Dabei zeigt diese Wendung die negativen Gefühle und drückt an dieser Stelle die Sorge und die Angst aus.

Die dritte Redewendung mit Katze ist „*die Katze aus dem Sack lassen*“, d. h. „die wahre Absicht erkennen lassen. Diese Redewendung, ursprünglich in der Form etwas im Sack kaufen bezeugt, meint eigentlich etwas kaufen, ohne es vorher in Augenschein genommen zu haben. Die Festlegung auf die Katze rührt daher, dass früher auf Märkten oft eine wertlose Katze anstelle eines Ferkels, Kaninchens oder Hasans in den Sack getan wurde, um den unachtsamen Käufer hereinzulegen.“<sup>72</sup>

Diese Redewendung findet man dreimal im Onlinekontext der Zeitung „Die Welt“. Im ersten Beispiel geht es um eine politische Nachricht, in der die Redewendung „*die Katze aus dem Sack lassen*“ in der Mitte des Textes steht:

### **„03.10.10 Großbritannien Thomas Kielinger Lippenleser sind neueste Waffe der Medien**

Achtung, die "lip reader" sind unterwegs. Wie bitte? Ja, Sie haben richtig gelesen. Die Medien werden eben immer erfinderischer. "Lip reader" sind jene Experten, die von den Lippen ablesen können, was jemand, der in Nahaufnahme im Fernsehen zu sehen ist, aber an den kein journalistisches

<sup>70</sup> Ebd.

<sup>71</sup> Ebd.

<sup>72</sup> Duden 2002: [CD-ROM].

Ohr heran kommt, gerade zu seinem Nachbarn sagt oder gesagt hat.

[...] In Nahaufnahme sah man, wie seine Lippen sich bewegten und der Nachbarin etwas zuflüsteren, was diese lächelnd beantwortete. Da muss ein "lip reader" her, und der entschlüsselte denn auch in Windeseile Folgendes: David Miliband zu Ms. Harman: „Warum klatschst Du? Du hast doch für den Krieg gestimmt.“ Ms. Harman zu Mr Miliband: "Ich klatsche unserem neuen Vorsitzenden zu.“ Ende des Dialogs. **Die Katze war aus dem Sack.** Aus einem kurzen Wortwechsel zwischen zwei Spitzenpolitikern der Labour Partei konnte die Öffentlichkeit erfahren, wie tief die Spaltung zwischen den beiden Miliband-Brüdern in Wahrheit war. [...]“<sup>73</sup>

In diesem Beispiel hat der Phraseologismus „*die Katze aus dem Sack lassen*“ eine andere Bedeutung im Sinne von „*Wahrheit erfahren*“. Als Hinweis darauf findet man im Text: „Die Katze war aus dem Sack. Aus einem kurzen Wortwechsel zwischen zwei Spitzenpolitikern der Labour Partei konnte die Öffentlichkeit erfahren, wie tief die Spaltung zwischen den beiden Miliband-Brüdern in Wahrheit war.“<sup>74</sup> An dieser Stelle zeigt dieser Phraseologismus die negative emotionale Einstellung von der Öffentlichkeit und bringt die Sorge und die Unzufriedenheit zum Ausdruck.

<sup>73</sup> Aus: <http://www.welt.de/politik/article10045282/Lippenleser-sind-neueste-Waffe-der-Medien.html>, (Zugriff am 10.12.2012).

<sup>74</sup> Ebd.

Dem nächsten Beispiel ist zu entnehmen, dass es sich auch um eine politische Nachricht handelt, in der der Phraseologismus „*die Katze aus dem Sack lassen*“ zweimal am Anfang des Textes vorkommt:

#### „04.03.08 Hessen Von Gisela Kirschstein

##### **Ypsilanti will sich von der Linken wählen lassen**

Die hessische SPD will mit den Grünen Koalitionsverhandlungen aufnehmen. Das könnte allerdings nur zu einer Minderheitsregierung führen. Deshalb wollen die Sozialdemokraten notfalls auch mit den Stimmen der Linken regieren. Andrea Ypsilanti gesteht einen Wortbruch gegenüber den Wählern ein.

Der Generalsekretär der hessischen CDU brachte es auf den Punkt: „**Jetzt ist die Katze aus dem Sack**“, sagte Michael Boddenberg in Wiesbaden, und es klang irgendwie frustriert. Wenige Minuten zuvor hatte die SPD tatsächlich **die Katze aus dem Sack gelassen** – und offiziell die Weichen in Richtung einer rot-grünen Minderheitsregierung gestellt. [...]“<sup>75</sup>

In dieser Nachricht weist der Phraseologismus „*die Katze aus dem Sack lassen*“ eine andere Bedeutung auf, und zwar im Sinne von „*eine Entscheidung treffen*“. Es lässt sich auch eine formale Modifikation ohne semantische Modifikation finden. Dies kann man schon im Text deutlich erkennen. Dabei erfüllt er die Funktion

<sup>75</sup> Aus:[http://www.welt.de/politik/article1756147/Ypsilanti-will-sich-von-der-Linken-waeh len-lassen.html](http://www.welt.de/politik/article1756147/Ypsilanti-will-sich-von-der-Linken-waeh-len-lassen.html), (Zugriff am 10.12.2012).

der negativen Wertung, betont die Anschaulichkeit und zeigt die Enttäuschung und die negativen Gefühle.

Das letzte Beispiel ist ein Sportbericht, in dem die Redewendung „*die Katze aus dem Sack lassen*“ am Anfang vorkommt:

**„03.08.2010 18:04 Sport Rad**

**Contador wechselt zu Riis und Saxo-Bank**

Neun Tage nach Tour-Triumph Nummer drei hat Alberto Contador die Weichen für seine Zukunft gestellt – zusammen mit Bjarne Riis will der Spanier in eine historische Radsport-Ära durchstarten. "Alberto kann alle drei großen Rundfahrten in einem Jahr gewinnen", meinte der Däne am Dienstag in Kopenhagen kühn, als er Contador nicht unerwartet als Neuzugang für die kommende Saison präsentierte.

Bei der Tour de France, dem Giro d'Italia und der Vuelta hat der Spanier triumphiert, nur nicht in einer Saison – wie übrigens auch kein Radprofi vor ihm. "Vielleicht ist es nächstes Jahr noch zu früh, aber wir können es schaffen", ist sich Riis sicher.

Nur kurz zuvor hatte Riis in einem noblen Kopenhagener Hotel **die Katze aus dem Sack gelassen**: "Ich bin stolz, den weltbesten Radprofi zu einem dänischen Team gelockt zu haben", hatte er verkündet. Der 27-jährige Spanier erhält beim Team Saxo Bank, das 2011 vom IT-Unternehmen Sungard als zweiten Hauptsponsor unterstützt wird, einen Vertrag über zwei Jahre. [...] <sup>76</sup>

<sup>76</sup> Aus:<http://www.welt.de/sport/article8801106/Contador-wechselt-zu-Riis-und-SaxoBank.html>, (Zugriff am 10.12.2012).



In diesem Bericht drückt der Phraseologismus „*die Katze aus dem Sack lassen*“ eine andere Bedeutung aus, und zwar im Sinne von „*eine Entscheidung treffen*“. Hier wird die Katze aber positiv verwendet und mit Freude und Stolz assoziiert: „Nur kurz zuvor hatte Riis in einem noblen Kopenhagener Hotel die Katze aus dem Sack gelassen: "Ich bin stolz, den weltbesten Radprofi zu einem dänischen Team gelockt zu haben", hatte er verkündet.“<sup>77</sup> An dieser Stelle drückt dieser Phraseologismus die emotionale positive Einstellung aus und zeigt die positiven Gefühle, z. B. Freude und Stolz.

#### **4. Zusammenfassung und Ergebnisse der Arbeit**

Das Hauptziel dieser Arbeit besteht darin, die Tierphraseologismen in der deutschen Onlinezeitung „Die Welt“, ihre Funktionen und Anwendungsbereiche semantisch kontextgemäß zu analysieren. Den Ausgangspunkt dafür bildet die Annahme, dass die Tierphraseologismen im Onlinetext verschiedene Funktionen aufweisen können.

Bei der Beobachtung der Tierphraseologismen lässt sich hauptsächlich herausfinden, dass die Verwendung der Tierphraseologismen in der Onlinepresse von großer Bedeutung ist. Dies ist vor allem darauf zurückzuführen, dass sie die Pressesprache würzen und dadurch zur größeren Attraktivität der Presse beitragen. Sie sprechen den Leser an, wecken sein Interesse, erhöhen den

<sup>77</sup> Ebd.

Leseanreiz und motivieren zum Lesen. Grundsätzlich verbinden sich die Mehrheit der Tierphraseologismen mit den Empfindungen, Verhalten, Charakter und Zustand des Menschen in der Gesellschaft. Daher können sie die Emotionen, Einstellungen, Eigenschaften und Verhaltensweisen des Menschen ausdrücken.

Normalerweise treten die meisten Tierphraseme in den Berichten, Nachrichten und Interviews ein, und am wenigsten in der Kritik, im Kommentar und in der Meldung.

Es wird vor allem gezeigt, dass die phraseologischen Einheiten mit Tierbezeichnungen einen besonderen Platz in dem phraseologischen System des Deutschen einnehmen. Die Tierphraseologismen stellen einen produktiven und dynamischen Teil der deutschen Kultur dar. Die Tiere selbst haben verschiedene symbolische Funktionen in der deutschen Gesellschaft. Tiere verkörpern bestimmte Eigenschaften, die auf Menschen übertragen werden. Welche Eigenschaft dem jeweiligen Tier zugeordnet sein kann, beruht meistens auf den Beobachtungen des Tierverhaltens in der Natur. Die semantische Untersuchung der Tierphraseme konnte Besonderheiten des Deutschen aufzeigen, da Phraseologismen als Produkte einer Kultur mit einer besonderen Geschichte und einer besonderen Lage entstehen. Damit spiegeln sie die Kultur und individuelle Mentalität des Volkes wider. In der schriftlichen Sprache kann man somit diese Beobachtungen verwenden, um seine verschiedenen Einstellungen anders auszudrücken.

Aus der Analyse geht hervor, dass die Tierphraseologismen nicht nur von Journalisten verwendet, sondern auch manchmal von Politikern und Sportlern gebraucht werden, was sich auf die Variation ihrer Anwendungsbereiche und Themen beziehen kann,

ihre kulturelle Wichtigkeit betont und somit die gesellschaftlichen Unterschiede aufzeigt.

Im Hinblick auf die Verwendung von Tierphraseologismen in der Pressesprache hat sich die Onlinezeitung „Die Welt“ als besonders ergiebig erwiesen. Durch ihre Verfügbarkeit im Internet bietet sie eine analysierbare Datengrundlage, nicht nur für diese Arbeit, sondern auch für weitere Untersuchungen.

Die Tierphraseologismen können besonders die emotionale Einstellung des Senders zu dem mitgeteilten Sachverhalt zeigen und diese emotionale Einstellung auf den Empfänger indirekt übertragen. Nicht nur positive emotionale Einstellung, wie z. B. Freude und Stolz, sondern auch negative emotionale Wertung, wie z. B. Ironie, Enttäuschung, Depression und Zorn bringen sie zum Ausdruck.

Die Tierphraseologismen können gleichzeitig durch Anschaulichkeit und Einprägsamkeit die Wirkung einer Argumentation unterstützen, unsere Gefühle zeigen sowie unsere Erfahrung und Ideen transportieren. Sie haben dabei eine ästhetische Wirkung, vereinfachen und steuern die Kommunikation.

Die gesammelten Belege liefert darüber hinaus den Nachweis, dass Phraseologismen mit Tierbezeichnungen meistens eine sehr expressive Färbung haben. Dabei haben sie nicht nur einen Gebrauch bzw. eine Bedeutung im Text, sondern mehrere, die sich je nach Textsorte unterscheiden können.

## 5. Literaturverzeichnis

### 6.1. Quellennachweis

Die Onlinezeitung „Die Welt“ und ihren Ausgaben unter: [www.Welt.de](http://www.Welt.de), vom 1.1.2008 bis 31.12.2010.

### 6.2. Sekundärliteratur

**Biedermann, Hans (1998):** Knaurs Lexikon der Symbole. Droemersch Verlag, München.

**Bucher, Hans-Jürgen (1986):** Pressekommunikation: Grundstrukturen einer öffentlichen Form der Kommunikation aus linguistischer Sicht (Medien in Forschung Und Unterricht. Serie a), Niemeyer, Tübingen.

**Burger, Harald (1990):** Sprache der Massenmedien. 2., durchgesehene und erweiterte Auflage, Walter de Gruyter Verlag, Berlin [u. a.].

**Burger, Harald (2005):** [Mediensprache](#): eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien. Mit einem Beitrag von Martin Luginbühl. 3., völlig neu bearb. Auflage, de Gruyter, Berlin [u. a.].

**Burger, Harald/ Wiegand, Herbert Ernst (Hrsg.) (2007):** 28, Phraseologie: ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung. 1. Halbband: De Gruyter, Berlin [u.a.].

**Činkure, Inese (2006):** Semantische Analyse der phraseologischen Vergleiche mit Tiernamen im Deutschen und im Lettischen. Kalbų Studijos. Studies About languages № 9., Lugansk, Ukraine, S. 11-16.

**Der Brockhaus (2006):** Der Brockhaus in Text und Bild auf CD-ROM. Bibliographisches Institut & F. A. Brockhaus AG, Mannheim, Sat\_Wolf, Bayern.

**Donalies, Elke (2009):** Basiswissen deutsche Phraseologie. Francke, Tübingen [u. a.].

- Duden** (Hrsg.) (2002): Wörterbuch der deutschen Idiomatik. (Band 11) 2., neu bearbeitete und aktualisierte Auflage auf CD-ROM, Dudenverlag, Mannheim [u. a.].
- Duden** (Hrsg.) (2010): Duden - Das Stilwörterbuch. 9. Auflage auf[CD-ROM], Mannheim [u. a.].
- Duden** (Hrsg.) (2011): Duden - Deutsches Universalwörterbuch. 7. Auflage auf CD-ROM, Mannheim [u. a.].
- Fleischer, Wolfgang** (1997): Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache. 2. durchge. u. ergän. Auflage, Max Niemeyer Verlag, Tübingen.
- Ignatova, Elena** (2008): Die Phraseologismen mit dem Tierkomponent als Darstellung des Menschen. In: ACTA LINGUISITA, Vol. 2 (2008) 2, Lugansk, Ukraine, S. 90-93.
- Koller, Werner** (1985): Die einfachen Wahrheiten der Redensarten. In: Sprache und Literatur in Wissenschaft und Unterricht 56, S. 26-36.
- La Roche, Walther von** (2008): Einführung in den praktischen Journalismus. 18., aktualisierte und erweiterte Auflage, Econ Verlag, Berlin.
- Lüger, Heinz-Helmut** (1995): Pressesprache. 2., neu bearbeitete Auflage, Max Niemeyer Verlag, Tübingen

### 6.3. Internetquellen

- Die Welt: [http://de.wikipedia.org/wiki/Die\\_Welt](http://de.wikipedia.org/wiki/Die_Welt), (Zugriff am 1.7.2011).
- Die Welt: <http://www.grin.com/de/e-book/99404/zwischen-information-und-interaktivitaet-wie-nutzt-die-welt-online-die>, (Zugriff am 22.10.2014).
- Die Welt: <http://www.welt.de>, (Zugriff am 22.10.2014).
- Onlinezeitung: <http://wiki.infowiss.net/Onlinezeitung>, (Zugriff am 22.10.2014).
- Zeitungsarten: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/zeitung.html#definition>, (Zugriff am 22.10.2014).