

LÜGER, Heinz-Helmut: Satzwertige Phraseologismen. Eine pragmlinguistische Untersuchung. Wien: Edition Praesens, 1999. 313 S.

Der vorliegende Band behandelt vorgeprägte Ausdrucksformen mit Satzcharakter wie *Eine Schwalbe macht noch keinen Sommer; Von nichts kommt nichts; Zuviel ist zuviel*. LÜGER gliedert seine Untersuchung in fünf Kapitel. Die ersten beiden Kapitel sind theoretischen Inhalts. Sie machen etwa die Hälfte der Arbeit aus. Kap. 1 („Vorgeprägte Sätze in der Phraseologie“, S. 6-53) und Kap. 2 („Satzwertige phraseologische Ausdrücke“, S. 54-136) beinhalten eine Gegenstandsbestimmung, eine sprachliche und inhaltliche Charakterisierung von satzwertigen Phraseologismen sowie die Entwicklung eines Klassifikationsmodells. Die zweite Hälfte der Arbeit ist eine pragmatisch orientierte Analyse. In Kap. 3 („Pragmatische Analyse phraseologischer Ausdrücke“, S. 137-212) und Kap. 4 („Satzwertige Phraseologismen im Text“, S. 212-282) soll „demonstriert werden, inwieweit satzwertige Phraseologismen auf verschiedenen Textebenen bedeutsam sind und sich für ein breites Spektrum kommunikativer Ziele einsetzen lassen“ (S. 4). Kap. 5 („Ergebnisse und Ausblick“, S. 283-287) fasst die Forschungsergebnisse des Autors zusammen.

In Kap. 1 thematisiert LÜGER zunächst die phraseologischen Merkmale, wobei er die Mehrgliedrigkeit, die relative Festigkeit, die ganzheitliche Bedeutung und die Reproduzierbarkeit erwähnt. Bei der ganzheitlichen Bedeutung diskutiert der Autor die Idiomatizität und die Motiviertheit und in einer Tabelle stellt er anschaulich dar (S. 21), wie diese miteinander in einer umgekehrten Relation stehen. Satzwertige Phraseologismen seien in gewissem Grade immer motiviert, also nie unmotiviert und dementsprechend bezieht der Autor die ganzheitliche Bedeutung im strikten Sinne nicht auf satzwertige Einheiten, sondern nur auf vollidiomatisierte, satzgliedwertige Phraseologismen (z.B. *Eulen nach Athen tragen; bei jmdm. einen Stein im Brett haben*). In Bezug auf die Terminologie der Phraseologie, bei der man oft von einer verwirrenden terminologischen Vielfalt spricht, bemerkt LÜGER richtig, dass es sinnvoll ist, „daß man Neuschöpfungen in Grenzen hält und sich, soweit möglich, zunächst an etablierten Begriffsbestimmungen orientiert“ (S. 35). Die Kern- und Randbereiche der Phraseologie bestimmt LÜGER nach der Mehrgliedrigkeit, der Festigkeit und der Idiomatizität. Satzwertige Phraseologismen können bezüglich der Mehrgliedrigkeit von Komposita (*Schwarzmarkt*) und Phraseologismen im engeren Sinne (*rot sehen; in Erfahrung bringen; ins Gras beißen; jmdm. platzt der Kragen*) unterschieden werden. Nach der Festigkeit lassen sich Kollokationen (*eine Entscheidung treffen*), Topoi, Stereotype, Klischees (*Norddeutsche sind eben so*) und generische Sätze (*Niemand lässt sich gern ausnutzen*) aus der Phraseologie ausschließen. Satzwertige Phraseologismen können gemeinsam mit anderen festen Wortverbindungen von Phrasenschablonen (*Arbeit ist Arbeit*) und Varianten (*auf Kohlen/wie auf glühenden Kohlen sitzen*) abgetrennt werden. In der Idiomatizität sei bei satzwertigen Phraseologismen jeder Grad

vorhanden, bloß bei der voll- oder teildiomatischen Stufe seien Beispiele mit Satzcharakter selten (*Die Augen waren größer als der Magen*).

Kap. 2 untersucht Differenzierungen im Bereich der Satzphraseologismen. Der Autor diskutiert zunächst kurz die u.a. von FLEISCHER vertretene These der Einordnung der Sprichwörter als Propositionen im Gegensatz zu Nominationseinheiten. LÜGER merkt allerdings richtig an, dass sich Sprichwörter zur Benennung bestimmter Situations- und Ereignistypen verwenden lassen und er schließt die Möglichkeit der Einordnung der Sprichwörter als Satz **und** Nomination, als Satzzeichen nicht aus. Phraseologismen als Kulturzeichen werden in der Arbeit verhältnismäßig viele Seiten gewidmet (S. 57-68), wobei Satzphraseologismen als volkscharakterisierende Aussagen und ihre Verwendung als etwas Defizitäres diskutiert werden. Die These des Phraseologismus-Gebrauchs als ein Zeichen des restringierten Sprachgebrauchs sei heute nicht mehr haltbar, betont LÜGER. Unter den sprachlichen Besonderheiten von satzwertigen Phraseologismen werden die Bildhaftigkeit, die Generizität, syntaktische Bildungsmuster und der Zitatcharakter untersucht. Hier werden u.a. das von GRZYBEK aufgegriffene und erweiterte auf Sprichwörter bezogene Situationsmodell von SEITEL, die doppelte Analogie, das Fehlen von situations- und textdeiktischen Formen, die Implikation und die Ellipse bei satzwertigen Phraseologismen erläutert. LÜGER zeigt auch, dass „beim Zitieren frei formulierter individuell verantworteter Äußerungen und bei der Wiedergabe satzwertiger Phraseologismen weitgehende Parallelen bestehen“ (S. 117). Der Autor gibt in Kap. 2 schließlich eine verständliche Klassifikation von satzwertigen Phraseologismen. Sie orientiert sich an den Merkmalen Situationsgebundenheit, Belegbarkeit und Bildhaftigkeit. Routineformeln (*Hals- und Beinbruch!*) und festgeprägte Sätze (*Das geht auf keine Kuhhaut*) gelten als situationsgebunden. Als nicht situationsgebunden werden die übrigen satzwertigen Phraseologismen betrachtet, wobei die Belegbarkeit auf geflügelte Worte (*Wer zu spät kommt, den bestraft das Leben*) und Slogans (*Keine Experimente!*), die Nichtbelegbarkeit auf den Rest zutrifft. Diese nicht situationsgebundenen, nicht belegbaren Sätze bilden den Kern der satzwertigen Phraseologismen. Im Falle der Bildhaftigkeit handele es sich hier um Sprichwörter. Die nicht bildhaften, nicht situationsgebundenen, nicht belegbaren Sätze seien Gemeinplätze. Sprichwörter und Gemeinplätze gehörten folglich zum zentralen Kernbereich der satzwertigen Phraseologismen. Sätze wie *Aller Anfang ist schwer* oder *Was sein muss, muss sein* werden also bei LÜGER konsequent zu den Gemeinplätzen gerechnet. Sprichwörter werden ausschließlich bildhafte Ausdrücke genannt (*Der Apfel fällt nicht weit vom Stamm; Neue Besen kehren gut*).

Bei der pragmatischen Analyse phraseologischer Ausdrücke diskutiert LÜGER in Kap. 3 zunächst zwei wichtige Arbeiten (KOLLER 1977; COULMAS 1981), die sich um eine konsequent textbezogene Funktionsbeschreibung bemühen. Nach der Erläuterung des Handlungsbegriffs stellt der Autor ein Mehrebenenmodell vor, in dem er sechs Ebenen der Textbildung unterscheidet. Unter der Aufmerksamkeitssteuerung (1) behan-

delt er u.a. die verschiedenen Modifikationsverfahren ab. Dies ist auch deshalb wichtig, weil die Modifikationen, die bewusst abgewandelten Phraseologismen unter dem Gesichtspunkt der Vorkommenshäufigkeit einen wichtigen Platz einnehmen. Beim zentralen Handlungsmuster (2) wird z.B. betont, dass sich die Generizität von Satzphraseologismen sowohl zur Verstärkung einer sprachlichen Handlung bzw. zur Verbesserung der Erfolgsbedingungen als auch zur Umgehung bestimmter Kommunikationsverpflichtungen nutzen lässt. Die Ablaufregulierung (3) wird durch die kohäsions- und kohärenzstiftende Funktion phraseologischer Ausdrücke erläutert. Hierbei bestätigt der Autor auch die These, dass satzwertige Phraseologismen nicht nur am Textabschluss, sondern auch am Textanfang und in der Textmitte stehen können. Unter Kommunikationsmodalität (4) untersucht LÜGER, wie der Modalitätenwechsel, d.h. die vorübergehende Aufhebung der normalen Sehweise und der vertrauten Handlungsregeln beim Einsatz eines vorgeprägten Ausdrucks zustande kommt. Bei der Verwendung von Satzphraseologismen kann auch die Selbstdarstellung (5) eine wichtige Rolle spielen, z.B. durch die emotionale Beteiligung des Sprechers/Schreibers oder durch die Absicht des Textproduzenten, Schlagfertigkeit zu beweisen, Kreativität zu demonstrieren oder Bildung zu zeigen. Bezüglich der Beziehungsorganisation (6), wo es um das Verhältnis zwischen den Kommunikationsbeteiligten geht, zeigt der Autor an einem Beleg, wie der Sprecher versucht, mit dem Einsatz eines Phraseologismus, Überlegenheit zu demonstrieren, mit dem Ziel, die Akzeptanzbereitschaft aufseiten des Adressaten zu erhöhen.

Kap. 4 enthält die Analyse des Gebrauchs von satzwertigen Phraseologismen in zwei verschiedenen Textsorten. Das eine Korpus bilden Kommentartexte einer deutschen Tageszeitung, das andere ist „Der Stechlin“ von Theodor Fontane. In den journalistischen Kommentaren fällt auf, dass der Einsatz von satzwertigen Phraseologismen in weitaus stärkerem Maße modifiziert erfolgt, als das bei Phraseolexemen geschieht. Während Phraseolexeme typischerweise im Haupttext auftreten, ist die Verteilung bei satzwertigen Phraseologismen auf Titel, Einleitung, Haupttext und Schluss ausgeglichener. Der Haupttext steht zwar auch hier an der ersten Stelle, aber vorgeprägte Sätze kommen auch in den drei anderen Textabschnitten ziemlich oft vor. Wenn sie im Titelbereich eingesetzt werden, geht es z.B. meist um Aufmerksamkeitsverstärkung und Lektüeranreiz. In Pressekommentaren dienen Satzphraseologismen oft der Stützung argumentativer Ziele. Der Autor erwähnt zwei argumentationsspezifische Verwendungstypen: Phraseologismen als Mittel der Stärkegraderhöhung und der Begründung oder Rechtfertigung. Bei Fontane ist der Gebrauch vorgeprägter Ausdrücke eines der wichtigsten Mittel zur Personencharakterisierung. Dies wird auch in der Untersuchung von LÜGER veranschaulicht, in der er die Polyfunktionalität von satzwertigen Ausdrücken anhand von mehreren ausgewählten Dialogbeispielen erläutert.

Die Arbeit von LÜGER stellt in Kap. 1 und 2 eine ausgezeichnete Einführung in das Wesen der satzwertigen Phraseologismen dar. Durch den verständlichen und klar ge-

gliederten Aufbau und die demonstrativen Schaubilder kann der erste Teil des Buches auch als ergänzendes Lehrmaterial in einer Phraseologie-Einführung verwendet werden, besonders vor dem Hintergrund, dass die zum Randbereich der Phraseologie zu zählenden Satzphraseologismen in der einschlägigen phraseologischen Literatur meist zu kurz kommen. Der zweite Teil des Buches verkörpert auch eine spannende und aufschlussreiche Lektüre, die bei der Interpretation von satzwertigen Phraseologismen im Text sowohl Muttersprachlern als auch Nichtmuttersprachlern große Hilfe bietet und gleichzeitig wichtige Ansatzpunkte für zukünftige Forschungen geben kann.

Tamás Kispál (Szeged)