

KAROLINA WALISZEWSKA

## **Wortspiel und Modifizierung zum Ausdruck der Bewertung in deutschen und polnischen Zeitungsartikeln am Beispiel des Papstbildes Benedikts XVI.**

Niniejszy artykuł przedstawia językowe sposoby wyrażania wartości za pomocą gier słownych oraz kreatywnych modyfikacji opierających się często na dopasowaniu sytuacyjnym lub ukrytej aluzji, pokazane na przykładzie językowego obrazu papieża Benedykta XIV, jaki wyłania się z prasy niemieckiej i polskiej. Na podstawie analizy wybranych artykułów prasowych, ujętej z punktu widzenia pragmatyki językoznawczej, dokonana została ogólna charakterystyka możliwości wyrażania wartości za pomocą gier słownych oraz modyfikacji zarówno na płaszczyźnie leksykalnej, jak i morfologicznej, składniowej oraz stylistycznej.

Der Artikel präsentiert sprachliche Mittel zum Ausdruck der Bewertung mithilfe von Wortspielen und kreativen Modifizierungen, die oft auf situative Anpassung oder hintersinnige Andeutung angelegt sind und am Beispiel des Papstbildes Benedikts XVI. dargestellt werden, wie es von der deutschen und polnischen Presse vermittelt wird. Auf der Basis einer pragmalinguistisch orientierten Analyse ausgewählter Presseartikel wird eine allgemeine Charakteristik der Ausdrucksmöglichkeiten durch Wortspiele und Modifikationen auf der lexikalischen, morphologischen, syntaktischen und stilistischen Ebene vorgenommen.

The article presents the language means serving for the expression of values by means of word-play and creative modifications, which are often based on situation adaption or on a hint with a hidden meaning and are presented on the example of the linguistic image of Pope Benedict XVI outstanding from the German and Polish press. On the basis of the analysis of the chosen articles, presented from the pragmalinguistics point of view, a general characteristics of the possible expression of value by means of word-play and modifications on the lexical, morphological as well as syntactic and stylistic plans has been carried out.

Eine Untersuchung, die sich mit Fragen der sprachlichen Bewertung auseinandersetzen will, sieht sich mit einer Fülle unterschiedlicher sprachlicher Mechanismen konfrontiert. Die Unklarheit darüber, wie Werte in der heutigen Welt zu verstehen sind, sublimiert den Bedarf einer Diskussion über das Wesen und die Funktion der Werte im menschlichen mentalen und sprachlichen Lexikon.

Der vorliegende Beitrag versteht sich als ein Vorschlag, das im Titel signalisierte Phänomen der sprachlichen Bewertung am Beispiel ausgewählter Aspekte der Stilistik extensiv darzustellen. Sowohl das Deutsche als auch das Polnische verfügt über eine Menge von stilistischen Figuren, Wort- und Gedankenfiguren im Sinne der traditionellen Rhetorik, die als elementare stilistische Bewertungen betrachtet werden können. Bewertungskraft können die von einem Kontext oder von der Umgebung der Sprachbenutzer abhängigen Konnotationen sowie der spezifische Wortgebrauch in einem Text aufweisen, z. B. Hyperbeln, Metaphern, Vergleiche, die nicht konventionalisierten Euphemismen oder ironischer Wortgebrauch und rhetorische Frage. Ihnen wohnt die Tendenz zur Bewertung inne.

## 1. Zur Theorie sprachlichen Bewertens

Die Forschungen zu Werten und Bewertungen sind vielschichtig und kaum überschaubar. Termini wie ‚Wert‘ oder ‚Bewerten‘ werden zu den grundlegenden Begriffen der Axiologie gezählt, obwohl sie unterschiedlich verstanden und klassifiziert werden. Aus diesem Grund sind sie nicht selten auch Auslöser vieler Kontroversen.<sup>1</sup> An dieser Stelle wird nur auf die linguistische Auffassung eingegangen, die die sprachliche Übermittlung des Bewertens hauptsächlich unter pragmatischen Fragestellungen analysiert. Ferner sollen weiter einschränkend nur die von Sprachwissenschaftlern stammenden Klassifikationen der Bewertungen behandelt werden. Von den linguistischen Arbeiten, die sich bisher mit der Sprache der Bewertungen auf deutscher und polnischer Seite auseinandersetzen versuchen, sind die Untersuchungen PUZYNINA (1986, 1992), WIECZOREK (1999), LASKOWSKA (1993), LUDWIG (1976), ZILLIG (1982), SANDIG (1979) und FRIES (1991, 1992) sowie zahl-

---

<sup>1</sup> Mehr zu der Wertlehre u.a. in EHRENFELS (1982), JADACKI (2003), KRZESZOWSKI (1999), PUZYNINA / BARTMIŃSKI (1991), PUZYNINA (1992a), SAWICKI / ŁYSZCZAK (1992), WINKO (1991), ZILLIG (1982).

reiche Artikel in der Reihe *Język a kultura* [Sprache und Kultur] (Bde. 2, 3, 14, 20) zu erwähnen.<sup>2</sup>

BARTMIŃSKI (1991) weist darauf hin, dass es drei Wege der linguistischen Betrachtung des Verhältnisses zwischen der Sprache und Bewertungen gibt:

1. Die Sprache dient als ein Instrument des Bewertens;
2. die Sprache dient als ein Mittel, mithilfe dessen über Bewertungen informiert wird;
3. die Sprache selbst ist ein Träger des Bewertens und dient als ein Objekt des Bewertens.

Ferner ist festzuhalten: Bewertungsmaßstäbe werden in der Regel „nicht explizit gemacht, sondern nur mitgemeint“ (SANDIG 1991:160). Sie sind von unseren Wissensbeständen abhängig, denn sie „sind in der Regel in unserem Wissen vorgegeben, sie können im Text ergänzt, differenziert und revidiert werden. [...] wir vergleichen **mental** das Vorgegebene mit dem gewußten Maßstab“ (SANDIG 1996:274f.; Hervorhebung – K.W.). Eine Bewertung ist das Ergebnis dieses mentalen Vergleichs. Sie stellt einen konzeptuellen Prozess dar, der nicht ausschließlich durch die Sprache determiniert wird. Das Bewerten wird oft nicht nur mit der Sprache zum Ausdruck gebracht, weil es nicht selten in enger Verbindung mit Gefühlen und Emotionen steht. SANDIG (1979:141f.) deutet auf den emotionalen Bedeutungsanteil vieler Bewertungsausdrücke sowie auf die sprachlichen und außersprachlichen Möglichkeiten (z.B. begleitende Gesten) des emotionalen Einstufens hin. PUZYŃNINA (1992) zeigt das Phänomen des Bewertens im Zusammenhang mit der Kultur. Somit ist Bewerten in Texten vielschichtig und vielfältig und kann unterschiedlich zum Ausdruck gebracht werden.

## **2. Wortspiel und Modifizierung**

Die Wiedergabe von Werten kann in Texten unter anderem mithilfe von Wortspielen und kreativen Modifizierungen erfolgen, die auf situative Anpassung und hintersinnige Andeutung angelegt sind. Ihrem bewertenden

---

<sup>2</sup> Anzumerken ist, dass in den 80er Jahren des 20. Jhd.s auch Wissenschaftler aus der ehemaligen UdSSR einen großen Beitrag zu den axiologischen Untersuchungen im Bereich der Forschung der Bewertungssprache geleistet haben (vgl. Arbeiten von Arutjunowa 1988 und Vol'f 1985).

Vermögen wird in dem vorliegenden Beitrag unser Augenmerk entgegengebracht.

## 2.1 Wortspiel

Vielfältig sind die Techniken des Wortspiels<sup>3</sup> – von (a) Änderungen der lautlichen bzw. graphischen Gestalt über (b) morphologische oder semantische Umdeutungen von Wörtern bis zu (c) lexikalischen Wortspielen wie Kontaminationen oder Vergleichen (BUSSMANN 2008:800). Beim Wortspiel wird das sprachliche Material bewusst und auf spielerische Art und Weise kombiniert und/oder verändert. Die weitere Fassung des Begriffs schließt auch (d) syntaktische, phraseologische und intertextuelle Mittel sowie (e) unterschiedliche rhetorische Figuren ein, wie z. B. Anspielung oder Chiasmus (BUSSMANN 2008:800). Da das Wortspiel die Adressaten durch seine witzigen Effekte emotional und kognitiv anspricht, wird ihm auch persuasive bzw. bewertende Funktion zugesprochen.

TECZA (1997:14f.) definiert das Wortspiel als eine normwidrige, besser: auf eine von einer Norm oder einem Usus abweichende sprachliche Äußerung, die durch ein Signal als intentional gekennzeichnet ist. Das Wortspiel ist interpretierbar und lässt sich auf eine Norm zurückführen. Semantisch gesehen wird das Wortspiel zum Träger einer objekt- und metasprachlichen Information, weil die Sprache nicht nur Mittel, sondern auch Gegenstand ihrer selbst ist. Vordergründig aus pragmlinguistischer Sicht ist die Tatsache, dass das Wortspiel in seiner Aktivierung des Rezipienten ihn an einem kreativen Sprechakt partizipieren lässt. Darüber hinaus sieht Tecza das Wesen der Expressivität von Wortspielen nicht so sehr in der emotionalen Abweichung als in der intellektuell motivierten Hervorhebung. Somit sind Spiele mit Phraseologismen und sprichwörtlichen Redewendungen für kreative Sprachbenutzer kognitiv aufwendig und intellektuell herausfordernd. Sie bezwecken eine überraschende Wirkung auf den Rezipienten. Dadurch lenken sie seine Aufmerksamkeit auf das (Un-)Ausgesprochene. Besonders ambitioniert erscheinen verschiedene Arten von Neologismen wie auch das Bespielen der Eigennamen. Sie zeichnen sich durch einen besonders hohen Grad an Expressivität aus. Als Sprachspiele im weiteren Sinn betrachtet

---

<sup>3</sup> In der wissenschaftlichen Forschung lässt sich eine synonymische Konkurrenz zwischen Wort- und Sprachspielen erkennen. Da sich aber der Begriff ‚Sprachspiel‘ in erster Linie auf den von Wittgenstein geprägten philosophischen Begriff ‚Sprachspiel‘ und den didaktischen Begriff ‚Sprachspiel‘ bezieht, wird in dem vorliegenden Beitrag die Bezeichnung ‚Wortspiel‘ verwendet.

TECZA (1997:83) ferner Metaphern. Durch das Bespielen können sogenannte tote Metaphern in einer entsprechenden Kontextsituation erneut ‚belebt‘ werden.

## 2.2 Modifizierung

Eine sprachsystematische Veränderung besteht darin,

[...] dass die feste phraseologische Ausgangsstruktur auf der grammatischen oder lexikalischen Ebene eine Veränderung erlebt. [...] Diese Strategie hat einen expressiven Charakter, stützt sich aber auf feste Wortverbindung und benutzt ihre konstante Aussagekraft [...]. (MIKOŁAJCZYK 2004:130f.).

Diese definiert MIKOŁAJCZYK (2004:130) als „Modifikation“. Um eine Verwechslung mit dem Begriff der Modifikation im Sinne einer Ableitung und der Bezeichnung der Bestimmungsrelation innerhalb endozentrischer Syntagmen zu vermeiden, wird hier vorsichtshalber der Begriff ‚Modifizierung‘ vorgeschlagen. Vom Blickpunkt der bewertenden Funktion der Modifizierung aus scheint es wichtig, die von Mikołajczyk vorgeschlagene Definition zu ergänzen: Das modifizierte Element verleiht der betroffenen Struktur eine **bewertende** Kennzeichnung.

## 3. Beispiele

Das analysierte Material stammt aus deutschen und polnischen Printmedien (Presseartikel, Berichte, Kommentare, Leitartikel und journalistische Essays, vereinzelt auch Interviews mit Politikern und Vatikan-Experten). Untersucht wurden vier der deutschen auflagestärksten überregionalen Tageszeitungen: *Frankfurter Allgemeine Zeitung für Deutschland (FAZ)*, *Süddeutsche Zeitung (SZ)*, *die tageszeitung (taz)*, *Die Welt* und zwei Wochenzeitschriften: *Der Spiegel* und *Die Zeit*. Den weiteren Bestandteil des Untersuchungsmaterials bilden Texte aus den polnischen überregionalen Tageszeitungen, *Gazeta Wyborcza (GW)*, *Rzeczpospolita (Rz)*, *Trybuna* und den Wochenzeitschriften *Polityka*, *Tygodnik Powszechny (TP)* und *Wprost*. Die analysierten Texte wurden im Zeitraum 2005-2009 veröffentlicht. Wortspiele und Modifizierungen kommen in dem untersuchten Material zuhauf vor. Da die Forschungsperspektive auf dem Bild des Papstes Benedikt XVI. liegt, beziehen sich die meisten von ihnen entweder auf die Person des Papstes oder auf die semantischen Felder, die auf den Pontifex zurückzuführen sind.

### 3.1 Wortspiele

Die gefundenen Beispiele für Wortspiele und Modifizierungen haben ihren Effekt gerade der Voraussetzung zu verdanken, dass der Rezipient einerseits über ein Vorwissen verfügt, das ihn die Strategie des Wortspiels erkennen lässt, andererseits aber auch, dass er kooperativ handelt und somit seinen relevanten Beitrag innerhalb der vorausgesetzten Interaktion leistet.

#### 3.1.1 Änderungen der lautlichen bzw. graphischen Gestalt

Auf Änderungen der lautlichen bzw. graphischen Gestalt beruhen die Beispiele (1) und (2).

- (1) *Ojciec cięty* (*Polityka* 43/2008) („der geschnittene Vater“)<sup>4</sup>
- (2) *Ojciec Pospieszny* (*TP* 39/2006) („der Eilige Vater“)

*Ojciec cięty* stellt das Wortspiel dar, das auf den Ehrentitel des Papstes (*Ojciec Święty*) und das Verb *ciąć* im Sinne ‚von der Zensur entfernen‘ zurückzuführen ist, was soviel bedeutet wie die Zensur, die an Papstreden unternommen wird. Der Witz des Wortspiels liegt im Reim, der sich aus dem ähnlichen Klang des Partizips der Vergangenheit *cięty* und des Adjektivs *święty* ergibt. *Ojciec Pospieszny* ist eine Anspielung auf die ironische Bezeichnung deutscher Journalisten für den polnischen Papst Karol Wojtyła, der als der meistgereiste Pilger in die Geschichte des Papsttums eingegangen ist und deswegen scherzhaft „Eiliger Vater“ genannt wurde. Benedikt XVI. soll indessen das Tempo eindeutig verlangsamen. Er soll kein *Eiliger Vater*, sondern einfach *Heiliger Vater* sein.

- (3) *Pope Parade* (*Polityka* 34/2005)
- (4) *Pope culture i pop culture* (*GW*, 19-20.4.2008)

In den Wortspielen (3) und (4) wird sowohl die semantische Umdeutung von Wörtern als auch die Änderung der graphischen Gestalt vollzogen. Das Beispiel (3) geht auf die Loveparade zurück, d. h. auf die jährlich in Deutschland veranstaltete Technoparade, die im Laufe der Zeit zum Symbol eines internationalen Exponierens der Technokultur und des Massenspektakels wurde. In diesem Sinne sind die päpstlichen Messen, die jedes Mal Millionen Menschen versammeln, sowohl Massen- als auch Marketingevents. (4) beruht auf der Ähnlichkeit in der lautlichen Form beider Wörter. Zwar ist die Schreibweise anders, die englische Aussprache ist aber sehr ähnlich und

<sup>4</sup> Es handelt sich um Übersetzungsvorschläge, die einem Nicht-Muttersprachler ein besseres Verständnis der analysierten Beispiele vermitteln sollen.

weist darauf hin, dass die Kultur immer häufiger Rituale der Kirche übernimmt.

### 3.1.2 Morphologische Umdeutung von Wörtern

Wortspiele und Modifizierungen können auch mithilfe morphologischer Mittel bekräftigt werden, insbesondere wenn es um das Bespielen der Eigennamen geht. Ähnlich wie die Vornamen in gesprochener Alltagssprache (*Duden* 1998:423) werden sowohl der Vor- als auch der (Eigen-)Name des Papstes modifiziert bzw. verkürzt:

- (5) Włosi przyjęli ciepło papieża Ratzingera, Mówią o nim *Papa Ratz*, co brzmi jak *paparazzi* (*Rz*, 23-24.4.05)  
(„Die Italiener haben Papst Ratzinger herzlich empfangen, sie nennen ihn *Papa Ratz*, was wie *paparazzi*.‘ klingt)
- (6) *Papa Ratz* (*FAZ*, 24.4.05)
- (7) *Benedetko* (*GW*, 27-28.5.06)
- (8) „*Benedetko!*“ (*FAZ*, 26.5.06)
- (9) Mit *Benny* in Sydney (*FAZ*, 21.7.08)

Die Verkürzung des bürgerlichen Namens von Papst Benedikt XVI., Joseph Ratzinger (*Ratz*), nach derselben Art, wie man alltagssprachlich Vornamen verkürzt wie etwa Michi aus Michael, Rosi aus Rosemarie, Uli aus Ulrich usw., trägt – zusammengestellt mit der kirchlichen Bezeichnung für Papst (*Papa*) – zu der humorvollen Ausnutzung der Assoziation, die sie hervorrufen, nämlich mit den *Paparazzi*, d. h. mit der umgangssprachlichen italienischen Bezeichnung für Pressefotografen und Skandalreporter bei: Dieses Wortspiel kann aber auch ironisch gebraucht werden, wie das die *FAZ* (24.4.05) bildhaft darstellt: „So ahnen bereits die meisten, daß ihnen kein mediengeiler »Papa Ratz«, sondern ein zurückhaltender selbstkritischer Denker à la Paul VI. ins Haus stehen könnte.“ Die Beispiele (7) und (8) sind Zeugnis von großer Kreativität aller Sprachbenutzer, nicht nur der Journalisten. *Benedetko* ist – wenn man der Presse glauben darf – eine spontane Wortschöpfung einer Nonne während der päpstlichen Pilgerreise nach Polen im Mai 2006. *Benedetko* soll eine Mischform aus päpstlichem Italienisch (*Benedetto*) und polnischem Diminutiv, gebildet mithilfe des Suffixes *-ko*, sein. Diminutivformen solcher Art drücken vielmehr Koseformen als Verkleinerung aus. Sie gehören der familiären Ausdrucksweise an und kennzeichnen die emotionale Beteiligung oder enge Beziehung des Sprechers zu der betreffenden Person wie etwa Koseformen, die von Eigennamen *Janko*

(*Janek*), *Zbyszko* (*Zbyszek*) entstanden sind oder von Substantiven, die als Koseformen dienen können, z.B. *stonko* (*stońce*). (9) soll wahrscheinlich eine humorvolle Modifizierung der Verkleinerungsform des Papstnamens im Englischen sein – in der Sprache der Massenkultur, in der Lingua franca der Jugendlichen in Zeiten der Globalisierung. Problematisch scheint uns nicht so der Name selbst, sondern vielmehr seine Entsprechung, denn der englische Name *Benny* referiert auf Benjamin, Bernice oder Bernadette. Der Grund für eine solche semantische Verschiebung kann die Tatsache sein, dass es im Englischen keine Diminutivform für Benedict gibt. Interessanterweise wird Benny mit Benedikt häufig in Skandinavien assoziiert, wo der Name Benedikt populärer als Benjamin ist.

Um die hervorragende Ausbildung des Papstes hervorzuheben, wird oft der akademische Titel *Professor*, den Benedikt XVI. trägt, gebraucht. Es zeigt sich, dass auch Titel kreativ bespielt werden können. Eine untypische Zusammenstellung von einem wissenschaftlichen Titel mit dem bekleideten Amt verleiht dem Beispiel (10) eine humoristische, meistens positiv konnotierte Note:

(10) Professor Dr. Papst (*Der Spiegel* 16/2006)

Bewertend können des Weiteren auf spielerische Art und Weise gebildete Abkürzungen wirken:

(11) *B16* odleciał – nadlatują *B52* (*Polityka* 22/2006)

(, *B16* flog ab – *B52* fliegen herbei ‘)

(12) Gdy *B16* się zbliżał, eskadra *B52* już rozgrzewała silniki. (*Polityka* 22/2006)

(,Als *B16* sich näherte, ließ das Geschwader *B52* schon die Maschinen warm laufen. ‘)

*B16* als Abkürzung soll ein scherzhafter Deckname Joseph Ratzingers sein, der an einen schweren achtstrahligen Langstreckenbomber der US-Luftwaffe, die Boeing B-52 Stratofortress, anknüpft. Der Vergleich des Heiligen Vaters mit einem im Vietnamkrieg eingesetzten Bomber wirkt auf den Rezipienten besonders emotiv.

Abwertend bespielt werden auch nicht selten weltbekannte Markennamen wie beispielweise die McDonald’s Corporation, eine der größten Fastfood-Ketten der Welt. Diese Strategie scheint umso interessanter zu sein, wenn der Markenname mit der obersten Behörde der römisch-katholischen Kirche, dem Vatikan kombiniert wird:



(13) *McWatykan?* (GW, 19-20.4.2008) („McVatikan?“)

Was dahinter steckt, sei die sogenannte McDonaldisierung<sup>5</sup> der Kirche und der Religion selbst. In Anspielung auf McDonald's wird die katholische Kirche als *cafeteria catholicims* (*Polityka* 17/2008; *TP* 16/2008) dargestellt und der Glaube als *Salatbüffet*:

(14) Z badań wynika, że wielu amerykańskich katolików ma problemy z akceptacją nakazów Kościoła, zwłaszcza w kwestiach moralności; mówi się, że traktują oni swą wiarę jak „bar sałatkowy“ (*TP* 16/2008)

(„Aus den Forschungen geht hervor, dass viele amerikanische Katholiken Probleme mit der Akzeptanz der Kirchengebote haben, insbesondere in Fragen der Moral; man sagt, dass sie ihren Glauben als *Salatbüffet* betrachten.“)

Bewertungsmittel auf der morphologischen Ebene betreffen nicht nur unterschiedliche Wortbildungsmittel, sondern auch grammatische Kategorien des Tempus, Modus und Genus Verbi. Ein ausgezeichnetes Beispiel für das Zusammenwirken der morphologischen, lexikalischen und stilistischen Ebenen, dank dessen der Rezipient am bewertenden Sprechakt aktiv teilnehmen kann, ist die von der *Bild*-Zeitung am 20. April 2005, gleich nach der Wahl Kardinal Joseph Ratzingers zum Papst Benedikt XVI. gemachte Schlagzeile „*Wir sind Papst!*“ mit ihren zahlreichen späteren Modifizierungen. Die Wendung „*Wir sind Papst!*“ selbst gilt als Modifizierung der Parole „*Wir sind das Volk!*“, die mehrmalig anlässlich politischer Krisen- bzw. Umbruchsituationen nicht nur in Deutschland, sondern auch im Ausland aufgekommen ist. Während der Demonstrationen in der DDR 1989 skandierten die Demonstranten diese Parole in Sprechchören.

Die Schlagzeile „*Wir sind Papst!*“ entwickelte sich schnell zu einem geläufigen Ausdruck, so dass die Gesellschaft für deutsche Sprache die Wendung auf den zweiten Platz unter den zehn Wörtern des Jahres 2005 setzte. Anlässlich der Papstreise in die USA betitelte *Der Spiegel* (17/2008) seinen Artikel „*We are Pope*“, um den begeisterten Empfang des deutschen Papstes auf amerikanischem Boden hervorzuheben. Ein Jahr später spielt *Der Spiegel* (1/2009) erneut mit der Parole – diesmal aber mithilfe der Kategorie des

<sup>5</sup> So lautet der von dem amerikanischen Soziologen G. Ritzer 1993 in seinem Buch *The McDonaldisation of Society* eingeführte Begriff für den Trend moderner Wohlstandsgesellschaften, global immer mehr gesellschaftliche Bereiche und Prozesse zu vereinheitlichen.

Tempus: „*Wir waren Papst*“, heißt es in der Schlagzeile. Die Tempusform Präteritum bezieht sich eindeutig auf die Vergangenheit und zeugt von der wirklichen Abgeschlossenheit eines Sachverhalts. Durch diese Modifizierung wird dem Leser das Bild eines zurückgezogenen Papstes Benedikt XVI. dargeboten, um den es schon still geworden ist und der auf die religiöse bzw. politische Szene nicht mehr einen wirklich prägenden Einfluss hat:

- (15) *Wir waren Papst*. Jetzt sind wir Merkel, Steinbrück, Schmidt – nicht zufällig sind das allesamt Protestanten, knochentrockene Lutherlinge, denen überdies alles Gewabere, alles Ideengetränkte, Tröstliche zuwider ist. Nachdem alle Blasen geplatzt sind, die ideologischen wie die börsennotierten, ist die Zeit der Verantwortungsethiker gekommen. Schluss mit Karneval und Schluss mit lustig. Die Zeit der barocken Spektakel und großen Worte ist vorbei. Es ist Zeit für Nüchternheit. Für Buddenbrooksche Kaufmannsethik. Fürs Handeln ohne vorherige Rückversicherung bei Augustinus. (*Der Spiegel* 1/2009)

### 3.1.3 Intertextuelle und phraseologische Mittel

- (16) *Prawie jak papież* (*Polityka* 22/2006)  
(„Beinahe wie ein Papst“)

Das Beispiel (16) bezieht sich auf einen bekannten Spruch in der Werbekampagne einer polnischen Biermarke (*Prawie jak Żywiec* – ‚beinahe wie Żywiec‘), in der das Adverb *prawie* im Sinne von ‚beinahe‘, ‚fast‘ ‚ungefähr‘ genutzt wird, um die beworbene Biersorte von den anderen hervorzuheben (*prawie robi różnicę* = ‚beinahe macht einen Unterschied‘). *Prawie* im Sinne von ‚beinahe‘, ‚nahezu‘, ‚annähernd‘ präsupponiert, dass die erwartete oder erwünschte Qualität bei anderen Biersorten nicht erreicht wird. Durch das Aufdecken der Mängel anderer Biersorten wird das Außergewöhnliche der beworbenen Biermarke unterstrichen. Nur die echten Bierkenner und Feinschmecker wissen sie demnach zu schätzen. Für die anderen Biersorten dagegen bleibt die beworbene Biermarke ein unerreichbares Ideal. Die in Bezug auf den Papst verwendete Modifizierung *Prawie jak papież* soll das analoge Ziel erreichen. Als „echter“ Papst wird hier der polnische Papst Johannes Paul II. verstanden, der der Außergewöhnliche war. Der jetzige Papst sei also nur Stellvertreter Wojtyła. Er werde nie so perfekt und beliebt wie „unser Papst“.

Im Bereich der Phraseologie sollte man die evaluativ wirkende Modifizierung von Phraseologismen und Sprichwörtern anführen:

(17) Eher geht der *Papst* durch ein Nadelöhr (FAZ, 20.9.06)

(18) Und selbst *ein weißer Rauch* macht noch keinen *Gottesfrühling* (FAZ, 20.4.05)

Beispiel (17) stellt eine witzige Modifizierung der biblischen Redensart *Eher geht ein Kamel durch ein Nadelöhr* dar, in der das Wort *Kamel* nicht für griechisches *kámelos* ‚Kamel‘, sondern für *kámilos* ‚Tau, Seil‘ steht. Man verwendet die Wendung, um auszusprechen, dass etwas unmöglich ist und sicherlich nicht geschehen wird. Die intendierte Benutzung des Wortes *Papst* statt *Kamel* soll noch ausdrücklicher darauf hinweisen, dass Änderungen in der Kirche unmöglich sind. Die deutsche Ausgangsstruktur für (18) ist das Sprichwort *Eine Schwalbe macht noch keinen Sommer*, das besagt, dass man ein erstes Anzeichen für etwas meistens Positives nicht überbewerten soll, da ein gutes Anzeichen nicht unbedingt zu einem guten Ergebnis führen muss. Betonenswert scheint die Tatsache zu sein, dass die modifizierte deutsche Version dieses Sprichworts eher der polnischen Ausgangsstruktur ähnlich ist, d. h. im Deutschen macht eine Schwalbe keinen Sommer und im Polnischen keinen Frühling (*Jedna jaskółka nie czyni wiosny*, SJP). Die deutsche Modifizierung spricht sogar von einem *Gottesfrühling*, wobei sein Botschafter keine Schwalbe, sondern der weiße Rauch sein soll, den man während des Konklaves als Anzeichen für die gelungene Wahl eines Papstes sieht.

### 3.1.4 Wortspiele zur Bekräftigung eines Stereotyps

Wortspiele und idiomatische Wendungen können auch zur Bekräftigung eines Stereotyps benutzt werden:

(19) Einen Papst mag man aus Accessoires genauso zu (sic! K. W.) *lesen* wie aus seinen Schriften. Oder? (*Der Spiegel* 16/2006)

(20) Der Mieter der Wohnung Nr. 8 war ein ruhiger Nachbar. Man traf sich manchmal im Fahrstuhl, stand dann über zwei Stockwerke enger zusammen als angenehm, *redete ein Wörtchen über Gott und die Welt*. Nur sein Klavierspiel war manchmal etwas laut. Mozart, Bach und Palestrina. (*Der Spiegel* 17/2005)

Die evaluative Leistung von (19) beruht hier auf der Doppeldeutigkeit des Lexems *lesen*. Der Tätigkeit des Lesens im Sinne ‚das, was der Papst verfasst hat, mit den Augen und dem Verstand erfassen‘, wird die weitere Bedeutung des Lexems, d. h. ‚etwas erkennend entnehmen‘, zugefügt. Dadurch wird von dem Textverfasser eine leicht humoristische Note gewonnen. Der Papst zeigt sich demnach nicht nur als der meistverlegte Papst, sondern auch als ein

Mann, für den das Äußere zählt. (20) beinhaltet die idiomatische Wendung *über Gott und die Welt reden*, d.h. ‚über viele verschiedene Dinge reden‘. In Bezug auf die Person des Papstes kann die Wendung auch leicht humoristisch, mit einem Augenzwinkern abgelesen werden. Ein analogisches Spiel mit Worten bezüglich des Pontifex lässt sich im folgenden Satz ablesen:

(21) Die Bibliothek ist das *Allerheiligste*. (*Spiegel Special 9/2006*)

Das substantivierte Adjektiv *heilig* wird in der superlativen Form benutzt. Der Superlativ wird zusätzlich durch das Vorsetzen von *aller-* verstärkt. Dadurch wird die absolute Bedeutung des Adjektivs erzielt und die besondere Vorliebe des Papstes für Bücher und die Bibliothek betont.

Des Weiteren ist noch ein interessantes Beispiel für die evaluative Leistung des Stereotyps eines intellektuellen Papstes zu erwähnen, die durch die Anspielung auf den führenden Vertreter der deutschen Existenzphilosophie erzielt wird:

(22) Seine Mittwochsansprachen auf dem Petersplatz sind theologische Oberseminare, Predigten, an deren Ende man kein Amen, sondern eine Liste der Fußnoten erwartet. Der Papst *heidegger* dann von „Selbst-Erniedrigung“ und „Entäußerung“, vom Heilswillen und „morphé“, während den Pilgern unten auf dem Platz die Mittags-sonne auf die Mützen brennt. (*Der Spiegel 33/2005*)

Die verbale Ad-hoc-Bildung, der der Name Martin Heideggers zugrunde liegt, verbirgt das implizite Stereotyp eines Intellektuellen. Sie setzt vom Rezipienten ein Sachwissen voraus, das ihm ermöglicht, die Person des Papstes mit dem Namen des Philosophen zu assoziieren. In Anlehnung an die Kontextsituation, die in dem temporalen Nebensatz umrissen wird, zeigt es sich, dass das Verb *heideggern* in unserem Fall ironisch gebraucht wird. Durch die Ironie wird der Papst als ein weltabgewandter Gelehrter dargestellt, für den Dogmen wichtiger als Menschen sind. Dies ist ein wichtiger Faktor bei der Entschlüsselung impliziter Stereotype einerseits das Sach- und Kulturwissen des Rezipienten und andererseits seine Bereitschaft zur Kooperation im Grice'schen Sinne. Durch die geschickte Verwendung von Stereotypen kann der Verfasser auf die Emotionen der Leser einwirken, infolgedessen es bei dem Leser zur Entstehung gewisser Einstellungen und/oder Überzeugungen kommen kann. Die bewertende Funktion des Wortspiels wird oft auf der Basis der Opposition bekräftigt:

(23) *Glauben macht Heidenspaß* (SZ, 13-15.8.05)

Dem meistens positiv konnotierten *Glauben* wird die ad hoc gebildete Zusammensetzung *Heidenspaß* gegenübergestellt. Das Bestimmungswort in der Zusammensetzung bildet die Bezeichnung für jemanden, der keiner der großen Religionen angehört. Der *Heide* bekommt aus der Sicht eines Gläubigen eine pejorative Schattierung. Der *Spaß* dagegen ist das Gefühl der Freude, das man bei etwas Angenehmem empfindet. Daraus kann für einen folgen, dass das Glauben nur ausnahmsweise Freude bereiten kann, weil sie normalerweise für Heiden reserviert bleibt. Erst die Kontextsituation erlaubt dem Rezipienten, den sprachlichen Witz zu erkennen.

### 3.2 Modifizierungen

(24) *Ojciec marnotrawny* (TP, 14.10.07) („Der verlorene Vater“)

Ein interessantes Verfahren wird bei *Ojciec marnotrawny* durchgeführt. Hier geht die Modifizierung auf die in der katholischen Kirche übliche Anrede eines Geistlichen (*Ojciec*) und den Phraseologismus *syn marnotrawny* zurück. Die modifizierte Phrase bezieht sich auf den denunzierenden Bischof Wielgus. Die Modifizierung lässt Wielgus sprachspielerisch als Person darstellen, die nicht nach ihren moralischen Prinzipien handelt. Sein moralisch verwerfliches Handeln weckt starke Empörung, da Wielgus ein Geistlicher ist und somit als Moralbeispiel für andere Gläubige dienen sollte. Interessanterweise wurde im Deutschen auch eine ähnliche Modifizierung desselben Phraseologismus unternommen, mit dem Unterschied in der Anredeform – statt *Vater* wurde *Hirte* gewählt, was die Aussagekraft noch verstärkt. Der *Hirte* ist ein Betreuer seiner Gemeinde und wird mit dem guten Hirten aus der Bibel assoziiert (*Der verlorene Hirte – Die Zeit*, 11.1.07).

Viel Vertrautheit im kulturellen Leben verlangt von dem Rezipienten eine Strategie, die auf Modifizierung bekannter Sprichwörter und Sentenzen basiert:

(25) Po *ingresie* choćby potop! (Rz, 6-7.1.07)

(„Nach dem *Ingress* die Sintflut!“)

(26) Ta *Polska* Rzym się nazywa. (Wprost, 28.5.06)

(„Dieses *Polen*: Rom ist sein Name.“)

(27) Roma locuta, causa *infinita*. (Trybuna, 8.1.07)

(28) Selig sind die *Schlaflosen*. (SZ, 20.-21.8.05)

(29) Mehr *Urbs* als *Orbis*. (Der Spiegel 16/2006)

(25) bezieht sich auf die idiomatische Wendung *Po nas choćby potop!* (Nach mir die Sintflut!), die im Sinne ‚es ist mir egal, welche Folgen mein Verhalten haben wird‘ benutzt wird. Das Personalpronomen *nas* wird in der modifizierten Form durch das Wort *ingres* ersetzt, das die unangenehmen Folgen der Lüge von Erzbischof Wielgus unmittelbar betrifft und somit negativ konnotiert wird. (26) stellt die Modifikation eines bekannten polnischen Zitats von *Pani Twardowska* (*ta karczma Rzym się nazywa* – ‚Dieser Krug: Rom ist sein Name‘) dar, das aus der Feder des polnischen Dichturfürsten Mickiewicz stammt. In einem Wirtshaus namens Rzym soll sich Pan Twardowski laut einer Legende mit Mephisto getroffen haben. Das war ein Trick, mit dem der Teufel Herrn Twardowski getäuscht hat. *Karczma Rzym* (‚Krug Rom‘) steht demnach im Polnischen für eine negative Bewertung. Eine Ausgangsäußerung für (27) stellt die bekannte lateinische Sentenz *Roma locuta, causa finita* (Rom [das heißt der Papst] hat gesprochen, damit ist die Sache entschieden) dar. Heute steht die Wendung ironisch für eine Sache, die definitiv, endgültig entschieden worden ist. Das Negieren in unserem Beispiel mittels des lateinischen Präfixes *in-* soll darauf hinweisen, dass die Sache mit Erzbischof Wielgus noch nicht zu Ende gebracht wurde. Dadurch wird die Verzögerung einerseits und die Inkompetenz des Papstes andererseits kritisiert. Als Modifizierung der Seligpreisungen, bei denen verschiedene Gruppen von Menschen, die zu den Benachteiligten der Gesellschaft gehören, die Teilnahme an der Gottesherrschaft versprochen wird, gilt Äußerung (28). In der Modifizierung werden die Schlaflosen angesprochen, d. h. die Jugendlichen, die zum Weltjugendtag gekommen sind, um dem deutschen Papst zuzujubeln. Der Beleg (29) stellt eine Modifizierung des päpstlichen Segens *urbi et orbi* dar, der den Gläubigen an Festtagen vom Balkon der Peterskirche gespendet wird. Die Formel „fußt auf dem Weltbild der römischen Antike, das Rom als Inbegriff der Stadt (lateinisch *urbs*) und Mittelpunkt des Erdkreises (lateinisch *orbis*) betrachtete“ (Brockhaus 2006). Mit der Modifikation *Mehr Urbs als Orbis* wird der Stadt der Vorrang gegeben. Somit möchte Benedikt XVI. seinem Nachfolger einen organisatorisch geordneten Vatikan hinterlassen.

Im Dienste der Evaluation stehen auch zahlreiche Anspielungen auf berühmte Buchtitel:

- (30) Das Schwerefeld, das um dies Buch von Joseph Ratzinger entstanden ist, hat allein der Papst Benedikt XVI. geschaffen. Hier geht es nicht um eine Rede über das Christentum an die Gebildeten unter dessen Verächtern, sondern um privilegierte Teilnahme an der

geistlichen Schriftlesung eines Mannes, der im Inneren des Vatikans über den großen Geheimnissen brütet: *der Ratzinger-Code*. (*taz*, 19.4.07)

(31) Die Inszenierung des Sakralen mit den gregorianischen Harmonien, dem Weihrauch, den auf Latein gemurmelten rituellen Formeln, dieses ganze Mysterienspiel samt einem *Quäntchen Dan Brown* – das ist auf dem Markt des Glaubens auch ein „unique selling point“, den man nicht leichtfertig opfern darf.

(32) Lehrjahre eines *deutschen Römers* (*Die Zeit*, 21.4.05)

(33) Der Teufel trägt Prada, *der Papst nicht*. (*FAZ*, 13.9.06)

(30) und (31) beziehen sich auf den weltberühmten Roman Dan Browns, *Sakrileg*, in seinem englischen Originaltitel (*The Da Vinci Code*). Mit (32) wird der Entwicklungsroman Goethes *Wilhelm Meisters Lehrjahre* angesprochen, insbesondere sein sechstes Buch, „Bekenntnisse einer schönen Seele“, in dem die Hinwendung zu den Herrnhutern geschildert wird. (33) ist die Anspielung auf Lauren Weisbergers Buch- und gleichnamigen Titelfilm. Dank dieser Taktik wird die Aufmerksamkeit des Lesers auf Benedikts Sinn für Mode gelenkt. Obwohl sich lange das Gerücht hielt, dass das Mailänder Modehaus die roten Schuhe von Benedikt XVI. entworfen hat, veröffentlicht *Spiegel Online* (26.6.08) ein ebenso (wort)spielerisches Dementi: „Der Teufel mag Prada tragen, der Papst tut es nicht.“ Besonders provokant und dadurch stark evaluativ scheint hier die Gegenüberstellung des Papstes mit dem Teufel zu wirken.

Ebenfalls sehr produktiv erweisen sich modifizierte Filmtitel, deren evaluative Leistung auf Assoziationen beruht:

(34) *Człowiek, który nie chciał być papieżem* (*Wprost*, 7.8.05)

(„Ein Mann, der *kein* Papst werden wollte“)

(34) ist eine Anspielung auf den Titel des Filmes *Człowiek, który został papieżem* [Ein Mann, der Papst wurde], der über das Leben und Werk Papst Johannes Paul II. berichtet. Durch die Negation wird scherzhafterweise darauf hingewiesen, dass Joseph Ratzinger kein Papst geworden sein will.

Eine sehr kreative Modifizierung der lateinischen Sentenz stellen folgende Beispiele dar:

(35) *Papa ante portas* (*SZ*, 13-15.8.05)

(36) *Papa ante portas?* Deutschland hofft auf Papstbesuch (*Die Welt*, 14.7.08)

(37) Hosianna, *Papa ante portas!* (FAZ, 9.9.06)

Die Äußerungen (35), (36) und (37) indessen beziehen sich auf den Schreckensruf der Römer „Hannibal ante portas!“, als dieser vor den Toren Roms stand. Der Ausruf verweist allerdings auf ein falsches Zitat, denn im Original heißt es „Hannibal ad portas“ (vgl. *Brockhaus* 2006). Der Ausruf lässt sich in Bezug auf den Papst entweder scherzhaft oder abwertend lesen – er ist also kontextbedingt. Interessanterweise wird die Äußerung in den analysierten Beispielen jeweils als ein anderer Sprechakt angeführt – entweder als FESTSTELLEN (35), FRAGEN (36) oder aber als AUSRUFEN (37). Ihre vielfältige Benutzung zeugt von großer Produktivität. Bemerkenswert ist die verdrehte Lesart des lateinischen Ausrufes, die dank des Verstoßes gegen das Relevanzprinzip erzielt wird. Die Bedeutung des als Schreckensruf empfundenen Ausrufes wird in (36) und (37) ganz verändert. Zum einen wird dies mithilfe des Verbs *hoffen* (36) erzielt, das zu den Indikatoren des expressiven Sprechaktes HOFFEN im Sinne POSITIV ERWARTEN gehört. In (37) spielt der Freuden- und Jubelruf *hosianna* die Rolle des Illokutionsindikators der Sprechakte SICH FREUEN und POSITIV ERWARTEN. Ist tatsächlich eine solche spielerische Bedeutung gemeint, wäre auch die Grice'sche Maxime der Modalität verletzt, so dass der Rezipient nach einer Implikatur suchen müsste, um die eigentliche Bedeutung entschlüsseln zu können. Überlegenswert ist aber auch eine andere Lesart: Der Ausruf könnte einfach von vielen Journalisten missverstanden und somit falsch verwendet werden. Übrigens, nicht zum ersten Mal, wie das die irrtümliche Geschichte des angeführten Schreckensrufes gezeigt hat.

#### 4. Fazit

Resümierend lässt sich feststellen, dass das untersuchte Material über eine breite Palette von sprachlichen Wortspielen und Modifikationen für Bewertungsausdruck verfügt. Das Ziel des Beitrags war es, auf ihre pragmalinguistischen Möglichkeiten hinzuweisen, die einem nicht nur erlauben, seine bewertende Handlung implizit zu äußern, sondern sie in der Nachrichtenfülle auch richtig entschlüsseln zu können. Feststellbar sind demnach unterschiedliche Wortspiele und Anspielungen auf bekannte Buch- und Filmtitel, oder aber auch zahlreiche Modifizierungen auf der morphologischen, lexikalischen und stilistischen Ebene. Ihre evaluative Leistung beruht oft auf der Assoziation. Darüber hinaus dienen all die Taktiken der Einflussnahme auf die Gefühle und somit auf die Bewertungen des Rezipienten: *Wortspiel ante portas!*



## Literatur

- BARTMIŃSKI, JERZY (1991): *Projekt i założenia ogólne słownika aksjologicznego. Projekt listy hasel do słownika aksjologicznego*. [Vorhaben und allgemeine Voraussetzungen für ein Wörterbuch der Axiologie. Projekt eines Stichwortregisters für ein Wörterbuch der Axiologie]. In: PUZYNNINA / BARTMIŃSKI, 197-209.
- Brockhaus (2006): *Der Brockhaus in Text und Bild 2006*. Mannheim [CD-Rom].
- BUSSMANN, HADUMOD (ed.) (2008): *Lexikon der Sprachwissenschaft*. Stuttgart.
- Duden (<sup>6</sup>1998): *Die Grammatik. Das unentbehrliche Standardwerk für richtiges Deutsch*. Hrsg. von der Dudenredaktion. Mannheim/Leipzig/Wien/Zürich (=Duden 4).
- EHRENFELS, CHRISTIAN VON (1982): *Werttheorie. Philosophische Schriften*. Bd. 1. München/Wien.
- FRIES, NORBERT (1991): *Bewertung. Linguistische und konzeptuelle Aspekte des Phänomens*. In: *Sprache und Pragmatik. Arbeitsberichte* 23:1-31 [Lund].
- (1991a): *Emotionen. Experimentalwissenschaftliche und linguistische Aspekte*. In: *Sprache und Pragmatik. Arbeitsberichte* 23:32-71 [Lund].
- (1992): *Emotionen und sprachliche Struktur*. In: *Sprache und Pragmatik. Arbeitsberichte* 30:1-28 [Lund].
- JADACKI, JACEK JULIUSZ (2003): *Aksjologia i semiotyka. Analizy i polemiki*. [Axiologie und Semiotik. Analysen und Polemiken]. Warszawa.
- KRZESZOWSKI, TOMASZ P. (1999): *Aksjologiczne aspekty semantyki językowej*. [Axiologische Aspekte sprachlicher Semantik]. Toruń.
- LASKOWSKA, ELZBIETA (1993): *Wartościowanie w języku potocznym*. [Bewerten in der Umgangssprache]. Bydgoszcz.
- LUDWIG, KLAUS-DIETER (1976): *Zum Verhältnis von Sprache und Wertung. Untersuchungen an einigen Adjektiven, die negative ästhetische und moralische Wertungen fixieren*. Berlin.
- MIKOŁAJCZYK, BEATA (2004): *Sprachliche Mechanismen der Persuasion in der politischen Kommunikation. Dargestellt an polnischen und deutschen Texten zum EU-Beitritt Polens*. Frankfurt (M.) u. a.
- PUZYNNINA, JADWIGA (1986): *Z problemów języka wartości „Vade-mecum“*. [Zu den Fragen der Sprache der Bewertung]. In: KOPCZYŃSKI, KRZYSZTOF / PUZYNNINA, JADWIGA (eds.): *Język Cypriana Norwida*. Warszawa, 81-98.
- (1992): *Język wartości*. [Die Sprache der Bewertung]. Warszawa.
- (1992a): *Problematyka aksjologiczna w językoznawstwie*. [Die axiologische Problematik in der Sprachwissenschaft]. In: SAWICKI, STEFAN / ŁYSZCZAK, ANDRZEJ (eds.): *Problematyka aksjologiczna w nauce o literaturze*. Lublin, 59-72.
- PUZYNNINA, JADWIGA / BARTMIŃSKI, JERZY (eds.) (1991): *Zagadnienia leksykalne i aksjologiczne*. [Lexikalische und axiologische Fragen]. Wrocław (=Język a kultura 2).

Karolina Waliszewska

- SANDIG, BARBARA (1979): *Ausdrucksmöglichkeiten des Bewertens. Ein Beschreibungsrahmen im Zusammenhang eines fiktionalen Textes*. In: *Deutsche Sprache* 7: 137-159.
- (1991): *Formeln des Bewertens*. In: PALM, CHRISTINE (ed.): „EUROPHRAS 90“. *Akten der internationalen Tagung zur germanistischen Phraseologieforschung Aske/Schweden 12.-15. Juni 1990*. Uppsala, 225-252.
- (1996): *Bewerten in (Autowerbe-)Texten*. In: *Zeitschrift für Germanistik* 2:272-292.
- SAWICKI, STEFAN / ŁYSZCZAK, ANDRZEJ (eds.) (1992): *Problematyka aksjologiczna w nauce o literaturze*. [Axiologische Problematik in der Literaturtheorie]. Lublin.
- Słownik języka polskiego* PWN (2002): *Słownik wyrazów obcych. Słownik ortograficzny. Słownik poprawnej polszczyzny*. [Wörterbuch der polnischen Sprache. Rechtschreibung. Richtiges Polnisch]. Warszawa [CD-ROM].
- TECZA, ZYGMUNT (1997): *Das Wortspiel in der Übersetzung. Stanisław Lems Spiele mit dem Wort als Gegenstand interlingualen Transfers*. Tübingen.
- WALISZEWSKA, KAROLINA (2010): *Sprachliche Mittel der bewertenden Rede am Beispiel des Papstbildes Benedikt XVI. in den deutschen und polnischen Presstexten. Versuch einer pragmalinguistischen Analyse*. Poznań [unveröffentlichte Dissertation].
- WIECZOREK, URSZULA (1999): *Wartościowanie, perswazja, język*. [Bewerten, Persuasion, Sprache]. Kraków.
- WINKO, SIMONE (1991): *Wertungen und Werte in Texten: axiologische Grundlagen und literaturwissenschaftliches Rekonstruktionverfahren*. Braunschweig.
- ZILLIG, WERNER (1982): *Bewerten: Sprechakttypen der bewertenden Rede*. Tübingen.