

A AUSSIGER
BEITRÄGE B

GERMANISTISCHE SCHRIFTENREIHE
AUS FORSCHUNG UND LEHRE

15

2021

15. JAHRGANG

*Phraseologie im digitalen Zeitalter – Neue Fragestellungen,
Methoden und Analysen*

Hrsg. von

Hana Bergerová, Heinz-Helmut Lüger und Georg Schuppener



ACTA UNIVERSITATIS PURKYNIANAE
FACULTATIS PHILOSOPHICAE STUDIA GERMANICA

AUSSIGER BEITRÄGE

Germanistische Schriftenreihe aus Forschung und Lehre

Redaktionsrat:

Hana Bergerová (Ústí n. L.), Renata Cornejo (Ústí n. L.), Věra Janíková (Brno), Heinz-Helmut Lüger (Bad Bergzabern), Mario Saalbach (Vitoria-Gasteiz), Georg Schuppener (Leipzig/Ústí n. L.), Petra Szatmári (Budapest), Sandra Vlasta (Mainz), Karin Wozonig (Wien)

E-Mail-Kontakt: ABRedaktion@ujep.cz

Für alle inhaltlichen Aussagen der Beiträge zeichnen die Autor/inn/en verantwortlich.

Hinweise zur Gestaltung der Manuskripte unter: <http://ff.ujep.cz/ab>

Die Zeitschrift erscheint einmal jährlich und ist bis auf die letzte Nummer bei GiNDok (www.germanistik-im-netz.de/gindok) elektronisch abrufbar.

Anschrift der Redaktion: Aussiger Beiträge
Katedra germanistiky FF UJEP
Pasteurova 13, CZ-40096 Ústí nad Labem

Bestellung in Tschechien: Knihkupectví UJEP
Pasteurova 1, CZ-40096 Ústí nad Labem
knihkupectvi@ujep.cz

Bestellung im Ausland: PRAESENS VERLAG
Wehlistraße 154/12, A-1020 Wien
bestellung@praesens.at

Design: LR Consulting, spol. s r. o.
J. V. Sládka 1113/3, CZ-41501 Teplice
www.LRDesign.cz

Technische Redaktion: martin.tresnak@gmail.com

Auflage: 200

Gedruckt mit finanzieller Unterstützung aus dem Fonds für institutionelle Forschung für das Jahr 2021 der Philosophischen Fakultät der Jan-Evangelista-Purkyně-Universität in Ústí nad Labem.

© Univerzita J. E. Purkyně v Ústí nad Labem, Filozofická fakulta
Ústí nad Labem, 2021

© Praesens Verlag Wien, 2021

ISSN 1802-6419

ISBN 978-80-7561-327-1 (UJEP), ISBN 978-3-7069-1155-9 (Praesens Verlag)

SANELA MEŠIĆ

Phraseologismen in Webtexten für Jugendliche

In diesem Beitrag werden alle Arten von Phraseologismen in Webtexten für Jugendliche untersucht. Im Fokus der Untersuchung stehen aber die nichtkodifizierten Phraseologismen. Es wird überprüft, ob Phraseologismen in Webtexten für Jugendliche jugendsprachliche Eigenschaften haben. Manche von diesen Phraseologismen enthalten beispielsweise Anglizismen, die bekanntlich von Jugendlichen gerne verwendet werden. Es wird gezeigt, dass nicht alle gebräuchlichen Phraseologismen in aktuellen Wörterbüchern verzeichnet sind, aber auch, dass neue Phraseologismen oft Variationen der alten darstellen.

Schlüsselwörter: Jugendsprache, Webtexte, Phraseologismen

1 Zur Einführung

In der Jugendsprachforschung gibt es „viele Beispiele für einen kreativen, innovativen Umgang von Jugendlichen mit der deutschen Sprache“ (NEULAND 2008: 169). Die Sprache in Medien für Jugendliche (z. B. in Jugendzeitschriften) ist auch innovativ (vgl. MEŠIĆ 2016: 362). Manchmal wird durch Innovation und Kreativität die Grenze zwischen Schriftlichkeit und Mündlichkeit aufgehoben. Phraseologismen sind dafür besonders geeignet. Jugendspezifische Besonderheiten findet man im Bereich von Lexikon, Semantik, Stilistik, Pragmatik, aber auch im Bereich der Phraseologie (vgl. NEULAND 2008: 142). Ein beliebtes Medium der Jugendlichen sind heutzutage Webseiten von Jugendzeitschriften. In diesem Beitrag werden in erster Linie nichtkodifizierte Phraseologismen in Webtexten für Jugendliche untersucht.

In den folgenden Kapiteln wird der Begriff *Webtext* erläutert, die Webseite von BRAVO, die als Quelle für das Untersuchungskorpus gedient hat, wird vorgestellt und die Jugendsprache wird mit der Sprache in den für die Jugend bestimmten Medien verglichen. Danach folgt der theoretische Rahmen für die Phraseologismenanalyse. Abschließend werden die Ergebnisse der Korpusanalyse präsentiert und diskutiert.

2 Webtexte und die Webseite von BRAVO

Ein Text ist ein „komplexes sprachliches Zeichen, das von kommunizierenden Personen (Schreibern und Lesern) nach syntaktischen, semantischen und pragmatischen Regeln verfasst bzw. interpretiert wird“ (DUDENREDAKTION 2009: 1259–1260). Webtexte sind Texte auf Webseiten. Im Rahmen früherer Theorien wurde laut Tham/Grace die heute nicht mehr populäre Bezeichnung Hypertext verwendet (vgl. THAM/GRACE 2020: 9). Diese Texte werden in der Literatur auch als elektronische Texte bezeichnet (vgl. MEIER 2016). Für sie gelten die sieben Textualitätskriterien von Beaugrande/Dressler (1981): Kohäsion, Kohärenz, Intentionalität, Akzeptabilität, Informativität, Situationalität und Intertextualität, aber sie haben außerdem folgende Eigenschaften: „Multimodalität, Non-Linearität/Hypertextualität, Reaktivität/Interaktivität und Digitalität“ (MEIER 2016: 410). Auf einer Webseite können verschiedene semiotische Ressourcen (z.B. Typografie, Bild, Grafik, Audio, bewegtes Bild) benutzt werden. Die Zeichen dienen sowohl der inhaltlichen Kommunikation als auch der Oberflächenstrukturierung und mit diesen werden auch Navigationsinstrumente markiert (vgl. ebd.: 414). Webtexte kennzeichnen viele Zwischenüberschriften. Diese Texte beinhalten Links, die zu anderen Inhalten auf der Webseite führen. Durch dieses Merkmal unterscheiden sie sich deutlich von den Drucktexten. Solche Texte sind Teile von Textnetzwerken, „die dem Nutzer nicht eine lineare Abfolge von Informationen präsentieren, sondern diesem die Wahlmöglichkeit lassen, eigenen Informationsbedürfnissen nachzugehen und entsprechenden Linkpfaden zu folgen“ (ebd.: 421).

Das Leseerlebnis beschreiben Tham/Grace wie folgt:

Thus, while skimming allows users to understand the topic and context of the webtext in preparation for scanning and close reading, the difficulty of nailing down a context and, at the same time, orienting themselves within webtext environments shapes users' reading experiences of placelessness, unfamiliarity, and freedom. (THAM/GRACE 2020: 9)

Während der Untersuchung von Tham/Grace zum Lesen von wissenschaftlichen Webtexten wurden teilweise sehr negative Kommentare geäußert: Das Lesen von Webtexten solle zu Frustration und Desorientierung führen, sie wirkten zeitraubend, weniger effizient und vertraut, kontraproduktiv (vgl. ebd.: 10–12). Anders ist es mit Texten, die hauptsächlich zur Unterhaltung dienen, obwohl sie auch zeitraubend sein können.

Viele Druckzeitschriften haben eigene Webseiten entwickelt. Die Webseite von BRAVO teilen sich drei Druckzeitschriften: BRAVO, BRAVO Girl!,

BRAVO SPORT. Text und stehendes Bild sind die Modi, die auf dieser Webseite überwiegend verwendet werden, aber man findet auch Videos mit Textunterstützung oder auch Videos mit Ton sowie im Ressort Dr. Sommer auch Podcasts. Webseiten haben laut Meier „eine kommunikative Gesamtfunktion“ (MEIER 2016: 427) und diese ist im Falle der Webseite von BRAVO zu informieren und zu unterhalten. Die Jugendlichen erhalten die neusten Informationen über ihre Lieblingsstars und Serien und Tipps für ihren Alltag.

BUCHER (2012) hat sich mit dem Verhältnis von Medienangebot und Medienrezeption beschäftigt. In seinem Beitrag verweist der Autor auf den systematischen Zusammenhang zwischen dem Angebot der Medien und der Rezeptionsweisen des Publikums (vgl. BUCHER 2012: 51).

Um das Rezeptionsverhalten auf der Webseite von BRAVO zu prüfen, wurde eine Umfrage mit Studierenden an der Sarajevoer Germanistik durchgeführt. An der Umfrage nahmen 33 Germanistikstudierende im Durchschnittsalter von 21 Jahren im Zeitraum vom 31.05.2021 bis zum 09.06.2021 teil, nachdem sie mindestens eine halbe Stunde auf der Webseite von BRAVO verbracht hatten. Manche der Studierenden kannten die Webseite bereits. Dass die Texte auch für diese Altersgruppe noch interessant sind, zeigen folgende Ergebnisse: 78 % haben angegeben, dass sie manche Texte, die sie angeklickt haben, zu Ende gelesen haben; 19 % haben alle Texte, die sie angeklickt haben, auch zu Ende gelesen und nur 3 % haben keinen der Texte zu Ende gelesen. Zum Lesen eines Textes wurden sie am häufigsten durch den Titel, dann durch das Bild, dann die Farbe und schließlich durch die Verlinkungen innerhalb der Texte bewogen. Auf die offene Kontrollfrage, was am stärksten auf dieser Webseite die Aufmerksamkeit auf sich zieht, wurden erneut am häufigsten Bild und Titel genannt, aber auch bestimmte Themen. Während sich weibliche Studierende am meisten für die Ressorts TV & Serien, Stars und Mode interessieren, interessieren sich die männlichen Studierenden am meisten für die Ressorts Handy & Games, Fußball, TV & Serien und Food.

Die Webtexte auf dieser Webseite lassen sich aufgrund ihrer jeweiligen kommunikativen Funktionen ebenso wie Drucktexte bestimmten Textsorten zuordnen. Vertreten sind z. B. Beratungstexte, Horoskope, Berichte, Spielanleitungen, Leserbriefe, Ratgebertexte.

Genauso wie das Design, unterschiedliche Modi, die Verlinkungen das Rezeptionsverhalten beeinflussen, beeinflusst es auch die Sprache, mit der man die Jugend zum Rezipieren der Texte bewegen möchte. Manche Studierende haben in der Umfrage angegeben, dass sie der einfache Textaufbau und die einfache und verständliche Sprache angesprochen haben.

3 Jugendsprache vs. Sprache in den für die Jugend bestimmten Medien

Jugendsprache kann mit der Sprache in den für die Jugend bestimmten Medien nicht gleichgesetzt werden. Die Jugendsprache ist „ein Produkt der gesprochenen Interaktion, und damit in erster Linie als ein durch Face-to-Face-Kommunikation und Dialogizität charakterisiertes Varietätenbündel des Substandards zu klassifizieren“ (GERDES 2013: 93). Webtexte für Jugendliche verfassen oft Erwachsene. Damit die Webseiten oft besucht werden, passen die Verfasser aber die Texte der Jugendsprache an. Neuland verweist darauf, dass bereits in den 60er Jahren des letzten Jahrhunderts die Jugendkultur unter dem Zeichen der Kommerzialisierung stand:

So wurde schon die Bezeichnung „Twen“ als kommerzielles Produkt durch die Zeitschrift Twen 1959 auf den Markt gebracht und dadurch ein „Twen-Typ“ konstruiert, dessen einzelne Stilattribute sich umso leichter verselbständig und für Werbezwecke instrumentalisierten ließen (NEULAND 2003: 272).

Neuland/Schlobinski betonen, dass sich durch die neuen Medien die Struktur des Erfahrungsraumes von jugendlichen Peergruppen verändert (vgl. NEULAND/SCHLOBINSKI 2018: XXII). Durch die neuen Medien wurde laut Elsen ein neuer Rahmen für die Kommunikation der Jugendlichen geschaffen, aber man kann nicht von einer schriftlichen Form der Jugendsprache sprechen, sondern es sind eher „spezielle Formen von Mediensprache mit jugendsprachlichen Zügen“ (ELSEN 2013: 138). Des Weiteren schreibt die Autorin: „Jugendliche entnehmen ihre Wörter durchaus den Medien, so, wie Medien wie die Werbesprache sich der Jugendsprache bedienen. Die Einflüsse sind wechselseitig.“ (ebd.) Auch diese Untersuchung wird zeigen, dass es Ähnlichkeiten zwischen der Jugendsprache und der Sprache in Medientexten für Jugendliche gibt. Einige Eigenschaften, die Elsen im folgenden Zitat der Jugendsprache zuschreibt, sind durchaus auch in den Webtexten für Jugendliche vorhanden: „Die Jugendsprache ist sehr ausdrucksstark und wertend, also gibt es viele Ausdrücke mit emotional-stilistischen Bedeutungsnuancen, viele Intensivierungen und expressives Vokabular“ (ebd.: 139).

Jugendsprachliche Lexik zählt zu den Ausdrucksmitteln, die ihre Verwendung eher in der gesprochenen Sprache finden und deren Register der Nähekommunikation zugeordnet werden können, während die Preetexte eher der Distanzkommunikation zuzuordnen sind (vgl. GERDES 2013: 33). Mit jugendsprachlichen Ausdrucksmitteln in den Webtexten möchte man sich der Jugend nähern. Man greift auf das gemeinsame Vorwissen zurück. Dazu zählen dann auch jugendsprachliche Phraseologismen. Manche der weiteren Eigenschaften

der Jugendsprache, die man bei Gerdes findet, entsprechen den Eigenschaften der Sprache in den Webtexten für Jugendliche:

Die Jugendsprache unterscheidet sich von der Standardsprache in erster Linie durch ihre Einfachheit, durch Agrammatikalität, durch Kurzlebigkeit und durch ihre starke Tendenz zur elliptischen Ausdrucksweise, zu Abkürzungen, Akronymen, Kurzsätzen, insgesamt zu sprachökonomischen Verfahren zur Beschleunigung der Kommunikation. (GERDES 2013: 97)

Man kann sagen, dass die Sprache in den untersuchten Webtexten auch ziemlich einfach ist. Es gibt Ellipsen und kurze Sätze. Während dieser Untersuchung wurde auch der eine oder andere Grammatikfehler entdeckt.

Der Einfluss des Englischen auf die deutsche Jugendsprache wurde in der Literatur oft behandelt (z. B. ANDROUTSOPOULOS 1998: 525–593, MEŠIĆ 2016: 358, MEŠIĆ 2018, BAHLO et al. 2019: 57–58). Viele Okkasionalismen und Neologismen, aber auch vor nicht so langer Zeit lexikalisierte Wörter in Jugendzeitschriften wurden ebenfalls aus dem Englischen entlehnt (vgl. MEŠIĆ 2016: 354–356). Androutsopoulos stellt fest, dass jugendspezifische Anglizismen aus Textsorten der Jugendkultur, aber auch aus den Medien stammen (vgl. ANDROUTSOPOULOS 1998: 583). Ebenso in den untersuchten Webtexten ist der Anteil an Anglizismen nicht gering.

Spitzmüller findet in seiner Untersuchung zum medialen Diskurs zur Jugendsprache Belege für die Kritik am juvenalisierenden Sprachgebrauch seitens der Erwachsenen (vgl. SPITZMÜLLER 2006: 43). In manchen Dokumenten heißt es: „Jugendsprache sei in allererster Linie überhaupt nur ein Konstrukt der Medien, die Jugendlichen selbst sprächen gar nicht so, wie es die Werbung oder die Jugendsprachlexika darstellen“ (ebd.).

In diesem Beitrag wird die Jugendsprache mit der Sprache in den Texten für Jugendliche nicht gleichgesetzt, denn wenn man die Jugendsprache untersucht, muss man bei der Datenerhebung auf Folgendes achten: Authentizität, Vertrauenswürdigkeit der Quelle und Intentionen der Quelle (vgl. BAHLO et al. 2019: 83). Hier geht es darum, jugendsprachliche Merkmale in Phraseologismen aus Webtexten für Jugendliche mithilfe der exzerpierten einschlägigen Literatur zur Jugendsprache und zu den Phraseologismen und aufgrund der Korpusanalyse aufzudecken.

4 Theoretischer Rahmen für die Analyse der Phraseologismen

In diesem Beitrag geht es um Phraseologie im weiteren Sinne. Den Bereich der Phraseologie im weiteren Sinne bilden nach Burger die Phraseologismen

mit folgenden Eigenschaften: Polylexikalität („der Phraseologismus besteht aus mehr als einem Wort“ (BURGER 1998: 14)) und Festigkeit („wir kennen den Phraseologismus in genau dieser Kombination von Wörtern, und er ist in der Sprachgemeinschaft – ähnlich wie ein Wort – gebräuchlich“ (ebd.)). Die Feststellung der Gebräuchlichkeit bzw. der Festigkeit erfolgt durch die Überprüfung, ob es in mehreren Quellen auch Belege für die entsprechenden Phraseologismen gibt. Untersucht werden auch Idiome (Phraseolexeme), welche neben den zwei genannten Eigenschaften von Phraseologismen zusätzlich die Eigenschaft der Idiomatizität besitzen.

Wenn es um die Festigkeit von Phraseologismen geht, muss betont werden, dass Variationen und Modifikationen möglich sind. Laut Fleischer gibt es drei Möglichkeiten der Variation: morphologische und syntaktische Veränderung, Austausch von lexikalischen Komponenten und Erweiterung oder Reduktion (vgl. FLEISCHER 1997: 205–207). „Während es sich bei der Variation um usuelle Erscheinungen handelt, ist mit Modifikation die okkasionelle, für die Zwecke eines Textes hergestellte Abwandlung eines Phraseologismus gemeint.“ (BURGER 1998: 27). Manche Modifikationen beziehen sich auf die äußere Form und manche auf die Bedeutung. Es ergeben sich laut Burger drei Typen: Der Typ 1 hat laut Burger den „geringsten rhetorischen Effekt“ (ebd.: 151). Als Möglichkeiten nennt Burger die Erweiterung durch ein Adjektiv oder ein Genitivattribut und die Verkürzung (vgl. ebd.: 152). Für den Typ 2 nennt Burger die Ambiguierung und die Substitution bzw. „die Ersetzung einer Komponente oder eines Teils einer Komponente (bis hinab zum Buchstaben) durch ein anderes Element“ (ebd.). Bei dem Typ 3 werden aufgrund des Kontextes unterschiedliche Ausprägungen der Ambiguierung hervorgerufen (vgl. ebd.: 153). Beide Verfahren, sowohl die Variation als auch die Modifikation, bedienen sich der Erweiterung, der Reduktion und der Ersetzung, weshalb Burger darauf hinweist, dass „die Abgrenzung von Modifikationen und Variationen in vielen Fällen zu einer Ermessensfrage“ wird (ebd.: 28).

Als Variationen betrachte ich Phraseologismen, bei denen eine morphologische oder syntaktische Veränderung, Austausch, Erweiterung oder Reduktion stattgefunden haben, die Bedeutung aber gleichgeblieben oder eine antonymische Bedeutung zu Stande gekommen ist. Eine weitere Voraussetzung für diese Zuordnung ist, dass mehrere Belege in unterschiedlichen Quellen gefunden wurden. Modifikationen erfüllen diese Bedingung nicht. Sie sind okkasionell. Kommt durch die jeweilige Veränderung eine vollkommen neue Bedeutung zu Stande, betrachte ich diese Phraseologismen, für die es mehrere Belege in unterschiedlichen Quellen gibt, als neue Phraseologismen.

Mit den Phraseologismen in der Jugendsprache hat sich ausführlich ANDROUTSOPOULOS (1998) beschäftigt. Er untersuchte dabei phraseologische Einheiten (Kollokationen, Funktionsverbgefüge, Phraseolexeme) und phraseologische Konstruktionsmuster (phraseologische Konstruktionsmuster mit einer idiomatischen Modellbedeutung und variablen Auffüllung und Formelstrukturen (Sprüche)) (vgl. ANDROUTSOPOULOS 1998: 222–271). Kollokationen definiert dieser Autor wie folgt:

Kollokationen lassen sich von Idiomen (Phraseolexemen) dadurch abgrenzen, daß sie mindestens eine semantisch autonome Einheit (die Basis) enthalten, während die Bedeutung von Phraseolexemen nicht aus der Bedeutungen [sic!] ihrer einzelnen Komponenten deduzierbar ist. (ebd.: 223)

Bei Funktionsverbgefügen handelt es sich um Verbindungen aus einem Funktionsverb und einem nominalen Kern. Die Bedeutung von Funktionsverbgefügen kann von den Konstituenten deduziert werden (vgl. ebd.: 228). Funktionsverbgefüge stellen in der deutschen Gegenwartssprache ein produktives Verfahren dar (vgl. ebd.: 229). Fleischer betrachtet Funktionsverbgefüge als einen „Spezialfall der Phraseoschablonen“ (FLEISCHER 1997: 135). Was die Bedeutung angeht, unterscheidet er drei Aktionsarten: durativ (*in Beziehung stehen*), inchoativ (*Herzklopfen bekommen*) und kausativ (*in Bewegung setzen*). Damit eine Verbindung als Funktionsverbgefüge klassifiziert werden kann, sollte das Substantiv ein Nomen actionis sein (vgl. ebd.: 136–137). Funktionsverbgefüge zählt Burger zu den Kollokationen, deren Elemente ein aus einem Verb nominalisiertes Substantiv und „semantisch ‚leere‘ Verben, mit denen die Aktionsart differenziert werden kann“, sind (BURGER 1998: 51). Einen leichten Phraseologisierungsaspekt stellt er ebenfalls bei diesen Verbindungen fest. Der Phraseologisierungsaspekt wird bei Verbindungen wie *jmdm. Hilfe leisten* (helfen) oder auch bei solchen, die nicht durch ein einfaches Verb ersetzt werden können, wie *die Initiative ergreifen*, deutlicher. (vgl. ebd.: 51–52).

Androutsopoulos findet in seinem Korpus sowohl Belege für kodifizierte, umgangssprachliche als auch für nichtkodifizierte Phraseolexeme und die letzteren hält er für jugendsprachlich. Dabei entdeckt er zwei Verfahren bei den Phraseolexemen, die als jugendspezifisch gelten, und zwar: die Lehnwendung und die lexikalische Substitution (vgl. ANDROUTSOPOULOS 1998: 240–242).

Von den phraseologischen Konstruktionsmustern hebt er folgende hervor und analysiert diese ausführlich: Das ist zum INF (*das ist echt zum Gähnen*); das ist d – N (*das ist der Hammer*); X bis Y (*[s]ie knüppelten bis zum Umfallen*); X, dass Y (*rumknüppeln, dass die Nase tropft*) (vgl. ebd.: 253–259).

In der Darstellung der Sprüche sind bei ihm drei Sprechhandlungen vorhanden: Partnerkritik (*Laßer mich hier nicht an!*), Überraschungsformeln (*ich denke, mich knutscht ein Bus*), Slogan- und Paarformelstrukturen (*auf die Dauer hilft mir Power, Sport ist Mord*) (vgl. ebd.: 262–268).

Jugendliche neigen dazu, Ausdrucksformen zu verändern und diese Veränderungsprozesse sind auch in der Phraseologie zu erkennen. Bereits in den 1980er Jahren gab es Beispiele in der „Sprüchekultur Jugendlicher“, in denen Phraseologismen modifiziert wurden, wie z. B. *Veni, vidi, pipi* (NEULAND 2008: 78).

5 Ergebnisse der Korpusanalyse

Das Untersuchungskorpus wurde wie folgt zusammengestellt: Es wurden zunächst intuitiv insgesamt 153 Phraseologismen mit jugendsprachlichen oder auch umgangssprachlichen Zügen aus den Webtexten auf der Webseite von BRAVO herausgesucht, darunter Funktionsverbgefüge, Idiome und Sprüche. Das Ziel war es, Phraseologismen zu finden, die nicht in der neusten Auflage des *Wörterbuchs der deutschen Idiomatik* des DUDENS verzeichnet sind. Es wurde überprüft, ob sie im erwähnten Wörterbuch so aufgelistet werden oder ob sie etwa eine Variation oder Modifikationen eines der bereits eingetragenen Phraseologismen darstellen. Außerdem wurden zur Kontrolle auch *Duden online*, DWDS und das Online-Neologismenwörterbuch des IDS verwendet. Um die Anzahl der Eintagsfliegen im Korpus möglichst gering zu halten, wurde das Vorkommen der einzelnen Phraseologismen auch im Deutschen Referenzkorpus – DeReKo (W-öffentlich – alle öffentlichen Korpora des Archivs W (mit Neuakquisitionen)) des Instituts für Deutsche Sprache überprüft. Konnten die analysierten Phraseologismen nicht in Wörterbüchern gefunden werden, wurde ihre Bedeutung anhand des Kontextes erschlossen.

Belege für Phraseologismen wurden in unterschiedlichen Textsorten ermittelt: in Berichten, Ratgebertexten, Horoskopentexten, Sprüchesammlungen, Spielanweisungen, Kommentaren, Beratungstexten.

Phraseologismen gelten als „ein ausgesprochen typisches Kennzeichen von Horoskopentexten“ (FANDRYCH/THURMAIR 2011: 178). Ein wesentliches Merkmal dieser Textsorte ist „die Vagheit der Formulierungen“ (ebd.). Zu den Phraseologismen in dieser Textsorte schreiben die Autoren Folgendes:

Sie schaffen eine gewisse Nähe zum Leser, indem ihm vertrautes, sehr häufig alltagssprachliches Material angeboten wird, sie lassen den Text abwechslungsreich und ansprechend erscheinen, sie erleichtern als abrufbares Material die Produktion

und Rezeption, sie werden vom Leser aufgrund ihrer Allgemeingültigkeit akzeptiert und bieten die Möglichkeit, Aussagen so vage zu gestalten, dass für den individuellen Leser relativ viel Interpretationsspielraum bleibt, um den Phraseologismus auf seine individuell-konkrete Situation beziehen zu können. (FANDRYCH/THURMAIR 2011: 178)

Die Umfrage an der Universität Sarajevo hat ergeben, dass nur weibliche Studierende gerne Horoskope auf der Webseite von BRAVO lesen. Phraseologismen kommen auf dieser Webseite besonders häufig in Horoskopen vor, aber genauso auch in Berichten, in Ratgeber- und Beratungstexten. Die Ratgebertexte

versuchen, die Leser mit der wichtigsten praktisch relevanten Information zu versorgen und besonders häufig auftretende Fragen und Problemstellungen, [...] zu antizipieren und in realistischer und praktikabler Weise Lösungsvorschläge und Handlungspläne bereitzustellen. (ebd.: 63)

Berichte zählen laut FANDRYCH/THURMAIR (2011: 29f.) zu den wissensbezogenen Texten. In den untersuchten Webtexten wird beispielsweise darüber berichtet, was es Neues bei den Stars gibt.

In den folgenden zwei Unterkapiteln werden die kodifizierten und die nichtkodifizierten Phraseologismen, die auch mit kodifizierten Phraseologismen mit ähnlichen oder teilweise gleichen Komponenten verglichen werden, vorgestellt.

5.1 Kodifizierte Phraseologismen

Auf der Webseite von BRAVO sind durchaus auch gewöhnliche Phraseologismen vorhanden, die so, wie sie in den Texten stehen, auch in Wörterbüchern verzeichnet sind. Unter den überprüften Phraseologismen waren solche, die als umgangssprachlich markiert sind, in der Überzahl, wie z. B.: *es herrscht dicke Luft, ins Geld gehen, jmdm. Wurst sein, jmds. Ding sein, im Keller sein, etw. über den Haufen werfen, mit jmdm. warm werden, am Hungertuch nagen, jmdn. auf Herz und Nieren prüfen, etw. schwirrt im Kopf/Hinterkopf herum*. Es gab auch solche, die als salopp markiert sind, wie z. B. *jmdm. die Meinung geigen*. Andere Phraseologismen im untersuchten Korpus sind nicht markiert, d. h. sie gehören zur Standardsprache: *etw. am Start haben, etw. in Person, viral gehen, jmdn. in die Flucht schlagen, ein Auge für etw. haben, seine Hand für jmdn. ins Feuer legen, für jmdn. ein offenes Ohr haben*.

5.2 Nichtkodifizierte Phraseologismen

Für die nichtkodifizierten Phraseologismen wurden außer auf der Webseite von BRAVO auch Belege im DeReKo oder mithilfe der Google-Suche (URL 11) gefunden.

Im Korpus wurde eine Reihe von nichtkodifizierten Funktionsverbgefügen ermittelt: *Support bekommen*, *Mobbing erfahren*, *Updates geben*, *Hate abbekommen*, *ein Upgrade verleihen*, *ein Statement setzen*. Das einzige nicht im DeReKo belegte Funktionsverbgefüge aus dieser Gruppe ist *Hate abbekommen*. Doch es ließen sich mithilfe der Google-Suche weitere Belege finden, wodurch der Gebrauch dieses Funktionsverbgefüges bestätigt wurde. Bei allen ist der nominale Kern ein Anglizismus. Drei dieser Funktionsverbgefüge haben einen nominalen Kern aus dem EDV-Bereich und lassen sich durch ein Vollverb aus dem EDV-Bereich ersetzen: *Support bekommen* (supportet werden), *Updates geben* (updaten), *ein Upgrade verleihen* (upgraden). Bei *Support bekommen* (URL 4) handelt es sich um ein Synonym des Funktionsverbgefüges *Unterstützung finden/erfahren*. Dieses Funktionsverbgefüge hat eine passivische, inchoative Bedeutung. Kausative Bedeutung hat das Funktionsverbgefüge *Updates geben* (URL 14). Das entsprechende Vollverb ist *updaten*. Dieses Verb hat die Bedeutung „ein Softwareprogramm, eine Datei o. Ä. auf einen aktualisierten [und verbesserten] Stand bringen“ (Duden online). Die Bedeutung des Funktionsverbgefüges im untersuchten Korpus ist jedoch ‚etw./jmdn. auf den aktualisierten Stand bringen‘. Das Substantiv *Update* ist auch mit der Bedeutung ‚Aktualisierung (durch neue Informationen), Erneuerung, Überarbeitung‘ und mit der Markierung ‚Jargon‘ im DWDS verzeichnet. Das Funktionsverbgefüge *ein Upgrade verleihen* hat ebenfalls eine kausative Bedeutung.

Allen drei vorgestellten Funktionsverbgefügen aus dem EDV-Bereich ist gemeinsam, dass sie im untersuchten Korpus in anderen Kontexten verwendet werden, die nichts mit dem EDV-Bereich zu tun haben. So geht es im folgenden Beispiel aus einem Ratgeber text, in dem Tipps für einen tollen Mädchenabend gegeben werden¹⁰, um das Upgrade eines Partyspieles:

- (1) Hier gibt es die besten Fragen und Aufgaben für „Wahrheit und Pflicht“. Ihr wollt eurem Spiel **ein** kleines **Upgrade verleihen**? Dann schreibt die Fragen und Aufgaben vorher auf kleine Zettel, die ihr danach in eine Schüssel werft. Nacheinander müsst ihr jetzt die Zettel ziehen – so weiß niemand, was ihn erwartet! (URL 5)

In Kombination mit dem Funktionsverb *erfahren* nennen Helbig/Buscha hauptsächlich Substantive mit positiver Bedeutung: *Bestätigung*, *Förderung*, *Verbesserung*, *Vereinfachung*, *Vervollkommnung* (vgl. HELBIG/BUSCHA

¹⁰ Als Autor wird bei den Webtexten auf der Webseite von BRAVO jeweils das ganze Team angegeben: BRAVO Team, Dr. Sommer-Team oder BRAVO-GiRL!-Team. Es werden keine Namen der Autoren und Autorinnen genannt.

1998: 83–84). Im Korpus finden wir ein Beispiel mit einer sehr negativen Konnotation: *Mobbing erfahren* (URL 15). Das Funktionsverbgefüge hat eine passivische, inchoative Bedeutung. Die Entsprechung mit einem Vollverb lautet *gemobbt werden*. Sowohl für das Substantiv *Mobbing* als auch für das Verb *mobben* ist in Duden online vermerkt, dass das Wort im Jargon verwendet wird.

Im Korpus kommt auch das Beispiel *Hate abbekommen* (URL 16) vor. Es ist auch möglich, Belege auf anderen Webseiten für *Hate erfahren* oder *Hass erfahren* zu finden. Das Funktionsverbgefüge hat eine passivische, inchoative Bedeutung. Die Entsprechung mit einem Vollverb lautet *gehated werden*. Das Verb *haten* hat laut Duden online die Bedeutung „sich (in sozialen Netzwerken) hasserrfüllt äußern; (jemanden) stark verächtlich machen“.

Ein kausatives Funktionsverbgefüge ist auch *ein Statement setzen* (URL 15). Das Funktionsverb ist *setzen*, ein durchaus übliches Funktionsverb, das jedoch gewöhnlich mit Präpositionalphrasen verbunden wird, wie z. B. *in Kenntnis setzen*. Für dieses Funktionsverbgefüge gibt es kein entsprechendes Vollverb im Deutschen.

Im Korpus wurden auch nichtkodifizierte Varianten von in den Wörterbüchern verzeichneten Idiomen, teilweise aber auch neue Idiome und Entlehnungen aus dem Englischen ermittelt.

Ein Beispiel aus dem Korpus für die phraseologische Variation durch die Reduktion ist *am Boden sein* (URL 18). Reduziert wurde das Idiom *am Boden zerstört sein* (ugs.) („völlig erschöpft, ausgelaugt sein“, DUDENREDAKTION 2020: 132).

Die Reduktion führt insofern zu einer Autonomisierung der übrigbleibenden Komponente(n), als diese in einer Bedeutung nunmehr „selbständig“ gebraucht wird, die geprägt ist von der Bedeutung des Phraseologismus als Ganzes. (FLEISCHER 1997: 210–211)

Auch das reduzierte Idiom *am Boden sein* ist von der Bedeutung der vollständigen, kodifizierten Form *am Boden zerstört sein* geprägt.

Der Fall einer Variation durch syntaktische Substitution kann mit folgendem Beispiel illustriert werden: *das Ding von jmdm. sein* (URL 19). Im Wörterbuch ist *jmds. Ding sein* (ugs.) verzeichnet, und zwar mit der Bedeutung „das sein, was jmdn. interessiert, begeistert“ oder „das sein, wofür sich jmd. engagiert“ (DUDENREDAKTION 2020: 166). Die Bedeutung der veränderten festen Wendung lässt sich ohne Kontext erschließen. Hier wurde lediglich eine Genitivphrase durch eine *von*-Phrase ersetzt.

In einem Beispiel lässt sich die lexikalische Substitution ohne Bedeutungsveränderung, die aber auch eine morpho-syntaktische Veränderung verursacht, feststellen: *jmdm. einen Korb geben* („jmdn. abweisen“, DUDENREDAKTION 2020: 437) vs. *einen Korb verteilen*. Die Variation eröffnet nur eine Leerstelle, das kodifizierte Idiom zwei Leerstellen. Im DWDS wird ein Beispiel mit der Markierung ‚umgangssprachlich‘ für die Verbindung *Körbe austeilen* angeführt. Im folgenden Beispiel aus einem Beratungstext aus dem Ressort Dr. Sommer geht es um das Thema, wie man sagt, dass man in jemanden verliebt ist:

- (2) Die größte Angst ist, abgewiesen zu werden. Sofort malt man sich in seinem Kopf aus, was passiert, wenn der Schwarm **einen Korb verteilt**. (URL 9)

Aus den kodifizierten Phraselogismen *für etw. keine Worte finden* („jmds. Verhalten, etw. für unfassbar, unerhört halten“, DUDENREDAKTION 2020: 876), *im Dunkeln tappen* („in einer aufzuklärenden Sache noch keinen Anhaltspunkt haben“, ebd.: 177), *sich zum Affen machen* (ugs.) („sich lächerlich machen, sich blamieren“, ebd.: 43), *mit dem Strom schwimmen* („sich der Meinung, den Gepflogenheiten der Mehrheit anschließen“, ebd. 740) sind folgende Variationen entstanden: *für etw. keine Worte mehr haben* (URL 20), *im Dunkeln stehen* (URL 12), *sich zum Deppen machen* (URL 21), *mit dem Flow mitgehen* (URL 8). Die Bedeutung ist dieselbe geblieben und sie ist ohne Kontext zu erschließen. Bei dem letzten Beispiel wurden zwei Komponenten ausgetauscht. Auf diese Möglichkeit verweist auch Androutsopoulos:

Die **lexikalische Substitution** unterscheidet sich von den übrigen Variationsmöglichkeiten darin, daß a) mehrere Komponenten eines PL ersetzt werden können, b) mehrere Substituenten einer Komponente lexikalisiert werden können, was zur Entstehung von Variantenreihen führt, und c) die Auswahl der Varianten häufig von spezifischen Bildspenderbereichen motiviert ist. (ANDROUTSOPOULOS 1998: 245)

Wird von dem deutschen Idiom *mit dem Strom schwimmen* ausgegangen, so kann angenommen werden, dass es sich um eine Substitution handelt. Auf den zweiten Blick kann aber festgestellt werden, dass es sich bei dem oben genannten Beispiel um eine Lehnwendung aus dem Englischen handelt. Im Englischen existiert die feste Wendung *go with the flow*. Das Idiom *mit dem Flow mitgehen* wurde in einem Horoskop verwendet:

- (3) Durch ihre Ausstrahlung und Haltung werden Löwen besonders oft bewundert. Sie wollen nicht immer **mit dem Flow mitgehen**, sondern ziehen ihr eigenes Ding durch. (URL 8)

Sowohl die Bedeutung des Idioms im Kontext als auch die Bedeutung des englischen Idioms entsprechen der Bedeutung des kodifizierten deutschen Idioms *mit dem Strom schwimmen*.

Durch die Substitution entstehen manchmal auch Antonyme wie bei den folgenden Paaren: *das Tempo rausnehmen* (URL 1) vs. *Tempo machen* (ugs.) („die Geschwindigkeit steigern“, DUDENREDAKTION 2020: 760), *voll den Plan haben* vs. *keinen Plan haben* (ugs.) („keine Ahnung, Vorstellung, keine Kenntnisse [von etw.] haben“, ebd.: 583).

Eine andere Bedeutung als das Idiom *an die Decke gehen* hat die Redewendung *durch die Decke gehen*. Die Bedeutung von *an die Decke gehen* (ugs.) ist „aufbrausen, sehr zornig, wütend werden“ (ebd.: 160). Das folgende Beispiel stammt aus einem Ratgebertext, in dem die besten Herausforderungen gegen Langeweile während der Coronapandemie vorgestellt werden:

- (4) Bei der „Old Picture“-Challenge, die gerade auf Instagram richtig **durch die Decke geht**, wird es nostalgisch. [...] Tausende Instagram-Nutzer, darunter auch viele Influencer und Promis, haben bereits mitgemacht. (URL 3)

Wenn etwas auf Instagram richtig durch die Decke geht, dann bedeutet das, dass viele Instagram-Nutzer mitmachen, dass die Zahlen hoch sind. Hier geht die Challenge durch die Decke, aber auch *der Kurs, die Preise, die Kosten, die Zahlen, die Aktien* können durch die Decke gehen (vgl. DeReKo). Bei diesem Beispiel handelt es sich m. E. um ein neues Idiom. Dafür spricht die Tatsache, dass sich die Bedeutung von der Bedeutung des kodifizierten Idioms *an die Decke gehen* stark unterscheidet, aber auch die Tatsache, dass diese Verbindung gebräuchlich zu sein scheint.

Die bildliche Verbindung *mit einem Tunnelblick durch die Welt gehen* (URL 23) ist ein Antonym der Verbindung *mit offenen Augen durch die Welt gehen*, die jedoch auch nicht in den Wörterbüchern zu finden ist, obwohl sich zahlreiche Belege finden lassen. Ebenso ist es mit der Verbindung *mit geschlossenen Augen durch die Welt gehen*.

Die umgangssprachliche Wendung *mit jmdm. dicke werden* ist auch nicht in den Wörterbüchern verzeichnet. Die Komponente *dicke* ist eine Reduktion der Verbindung *dicke Freunde*. Die Bedeutung von *dick* ist in diesem Fall *vertraut* oder *eng* und dieses Wort wird in dieser Bedeutung umgangssprachlich verwendet (vgl. Duden online). Im Korpusbeispiel, das aus einer Sprüchesammlung aus der Serie *How I Met Your Mother* stammt, freundet sich Lily, eine Heldin aus der Serie, nicht mit einer Person, sondern mit der Privatsphäre an:

- (5) Lily und die Privatsphäre ... so richtig **dicke wurden** die beiden nie **miteinander!** Sie meint es natürlich immer nur gut! :-). Aber Geheimnisse sind nie lange vor ihr sicher und wenn sie dafür Möbel (oder Leute) aufbrechen muss! (URL 6)

Bei der festen Wendung *einen Crush auf jmdn. haben* (URL 24) handelt es sich um eine Übertragung aus dem Englischen mit der Beibehaltung der substantivischen Komponente und der Übersetzung aller weiteren Elemente: *to have a crush on somebody* (in jmdn. verknallt sein). Für diese Verbindung konnten keine Belege im DeReKo bestätigt werden, obwohl die Google-Suche zahlreiche Ergebnisse geliefert hat. Ein ähnliches Beispiel ist die Phrase *mit jmdm. close sein* (URL 4), die ebenfalls aus dem Englischen entlehnt wurde: *be close to somebody* (jmdm. nahestehen). Belegt wurde diese feste Wendung auch im DeReKo.

Mit dem expressiven Ausdruck *die Sache ist gegessen* (URL 7) aus der oben erwähnten Sprüchesammlung ist gemeint, dass es nichts mehr zu machen gibt, etwas ist erledigt, und in anderen Situationen, dass es nichts mehr zu bereden gibt.

Im Korpus ist eine zu einem Spruch erweiterte Paarformelstruktur festgestellt worden: *deine Ecken passen perfekt zu meinen Kanten* (URL 10). Dieser Spruch ist auf die Paarformel *mit Ecken und Kanten* mit der Bedeutung „von ausgeprägtem eigenwilligem, nicht sehr umgänglichem Charakter“ (DUDENREDAKTION 2020: 179) zurückzuführen. Auf der Webseite von BRAVO findet man diesen Spruch unter den besten Freundschafts-Sprüchen, mit der Erläuterung: „*Du schüchtern, sie krass selbstbewusst? Du verträumt, sie realistisch? Gegensätze ziehen sich an. Ihr seid die perfekte Kombi!*“ (URL 10). Für diesen Spruch ließen sich keine Belege im DeReKo feststellen, aber die Google-Suche hat einige Treffer ergeben.

6 Fazit

Die Analyse der Phraseologismen in den Webtexten für Jugendliche hat ergeben, dass sie einige jugendsprachliche Merkmale haben. Es handelt sich zum Teil um wertende und expressive Ausdrücke. Bei den nichtkodifizierten Phraseologismen handelt es sich meistens um Variationen von kodifizierten Phraseologismen. Veränderungen von Phraseologismen sind auch für die Jugendsprache charakteristisch. Es wurde bestätigt, dass die Substitution ein beliebtes Verfahren ist. Manche Komponenten werden durch Anglizismen ersetzt. Der häufige Anglizismengebrauch ist auch eine Eigenschaft der Jugendsprache.

Manche nichtkodifizierten Phraseologismen stellen Lehnwendungen dar. Bei manchen Funktionsverbgefügen wurde festgestellt, dass der nominale Kern und das entsprechende Vollverb aus dem EDV-Bereich stammen, aber dass die Funktionsverbgefüge in einem anderen Kontext verwendet werden. Viele der kodifizierten Phraseologismen im Untersuchungskorpus sind umgangssprachlich. Die Hälfte der kodifizierten Phraseologismen, aus denen Variationen und Modifikationen entstehen, wird in der Umgangssprache verwendet. Durch den Gebrauch von umgangssprachlichen und jugendsprachlichen Ausdrücken in den Webtexten soll eine Nähekommunikation mit den Jugendlichen als Rezipienten erzielt werden.

Noch zu untersuchen wäre, ob die hier analysierten Phraseologismen tatsächlich auch alle von der Jugend verwendet werden. Bei manchen kann man auf Grund der eigenen Erfahrung und Beobachtung behaupten, dass das zutrifft, andere sind sehr kreativ – oft wegen der Textsorte (z. B. Horoskop) – und es ist fraglich, ob sie von der Jugend verwendet werden.

Es ist an dieser Stelle auf den Rückstand der Wörterbücher im Hinblick auf Phraseologismen hinzuweisen. Neben den zahlreichen Variationen, die aufgrund des häufigen Gebrauchs auch einen Eintrag verdienen, fehlen in den Wörterbüchern neue (z. B. *durch die Decke gehen, mit jmdm. dicke werden*), aber auch schon lange bekannte (z. B. *mit offenen/geschlossenen Augen durch die Welt gehen*) und entlehnte Phraseologismen (z. B. *einen Crush auf jmdn. haben, mit jmdm. close sein*). In diesem Sinne kann dieser Beitrag unter anderem für die lexikographische Forschung von Nutzen sein.

Literaturverzeichnis:

- ANDROUTSOPOULOS, Jannis K. (1998): Deutsche Jugendsprache. Untersuchungen zu ihren Strukturen und Funktionen. Frankfurt/M.: Peter Lang.
- BAHLO, Nils/BECKER, Tabea/KALKAVAN-AYDIN, Zeynep/LOTZE, Netaya/MARX, Konstanze/SCHWARZ, Christian/ŞİMŞEK, Yazgül (2019): Jugendsprache. Eine Einführung. Berlin: J. B. Metzler Verlag.
- BEAUGRANDE, Robert-Alain de/DRESSLER, Wolfgang Ulrich (1981): Einführung in die Textlinguistik. Tübingen: Max Niemeyer Verlag.
- BUCHER, Hans-Jürgen (2012): Multimodalität – ein universelles Merkmal der Medienkommunikation: Zum Verhältnis von Medienangebot und Medienrezeption. In: Interaktionale Rezeptionsforschung. Theorie und Methode der Blickaufzeichnung in der Medienforschung. Hrsg. v. Hans-Jürgen Bucher u. Peter Schumacher. Wiesbaden: Springer VS, S. 51–82.
- BURGER, Harald (1998): Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen. Berlin: Erich Schmidt Verlag.

- DUDENREDAKTION (Hrsg.) (2009): Duden 4. Die Grammatik. Unentbehrlich für richtiges Deutsch. Mannheim/Wien/Zürich: Dudenverlag.
- DUDENREDAKTION (Hrsg.) (2020): Duden 11. Redewendungen. Wörterbuch der deutschen Idiomatik – mehr als 18.000 feste Wendungen, Redensarten und Sprichwörter. Berlin: Dudenverlag.
- ELSEN, Hilke (2013): Wortschatzanalyse. Tübingen/Basel: A. Francke Verlag.
- FANDRYCH, Christian/THURMAIR, Maria (2011): Textsorten im Deutschen. Linguistische Analysen aus sprachdidaktischer Sicht. Tübingen: Stauffenburg.
- FLEISCHER, Wolfgang (1997): Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache. Tübingen: Max Niemeyer Verlag.
- GERDES, Joachim (2013): Arbeitsfelder der Jugendsprachforschung. Studienbuch für Lehre und Forschung. Frankfurt/M.: Peter Lang.
- HELBIG, Gerhard/BUSCHA, Joachim (1998): Deutsche Grammatik. Ein Handbuch für den Ausländerunterricht. Leipzig u. a.: Langenscheidt/Verlag Enzyklopädie.
- MEIER, Stefan (2016): Websites als multimodale digitale Texte. In: Handbuch Sprache im multimodalen Kontext. Hrsg. v. Nina-Maria Klug u. Hartmut Stöckl. Berlin/Boston: de Gruyter, S. 411–436.
- MEŠIĆ, Sanela (2016): Neologismen und besondere syntaktische Strukturen in den Jugendzeitschriften *BRAVO*, *BRAVO GIRL!* und *Mädchen*. In: Jugendsprache in Schule, Medien und Alltag. Hrsg. v. Carmen Spiegel u. Daniel Gysin. In: Sprache – Kommunikation – Kultur. Soziolinguistische Beiträge. Band 19. Hrsg. v. Eva Neuland. Frankfurt/M.: Peter Lang, S. 351–364.
- MEŠIĆ, Sanela (2018): Fremdwörter in der Jugendsprache vor 20 Jahren und heute. In: Jugendsprachen. Aktuelle Perspektiven internationaler Forschung. Hrsg. v. Arne Ziegler, Melanie Lenzhofer u. Georg Oberdorfer. Berlin/Boston: de Gruyter, S. 443–454.
- NEULAND, Eva (2003): Doing Youth. Zur medialen Konstruktion von Jugend und Jugendsprache. In: Jugendsprache – Jugendliteratur – Jugendkultur. Interdisziplinäre Beiträge zu sprachkulturellen Ausdrucksformen Jugendlicher. Hrsg. v. Eva Neuland. Frankfurt/M.: Peter Lang, S. 261–273.
- NEULAND, Eva (2008): Jugendsprache. Eine Einführung. Tübingen/Basel: A. Francke Verlag.
- NEULAND, Eva/SCHLOBINSKI, Peter (2018): Sprachgebrauch in sozialen Gruppen. In: Handbuch Sprache in sozialen Gruppen. Handbücher Sprachwissen 9. Hrsg. v. Eva Neuland u. Peter Schlobinski. Berlin/Boston: de Gruyter. S. IX–XXVI.
- SPITZMÜLLER, Jürgen (2006): Der mediale Diskurs zu >Jugendsprache<: Kontinuität und Wandel. In: Perspektiven der Jugendsprachforschung. Hrsg. v. Christa Dürscheid u. Jürgen Spitzmüller. Frankfurt/M.: Peter Lang, S. 33–50.
- THAM, Jason Chew Kit/GRACE, Rob (2020): Reading Born-Digital Scholarship: A Study of Webtext User Experience. In: Computers and Composition 58, S. 1–19.

Internetquellen

- DeReKo – Deutsches Referenzkorpus. Korpora geschriebener Gegenwartssprache. URL: <https://www.ids-mannheim.de/digspra/kl/projekte/korpora/> [25.02.2021].
- Duden online. Hrsg. v. der Dudenredaktion. URL: <https://www.duden.de/> [09.03.2021].
- DWDS – Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache. Das Wortauskunftssystem zur deutschen Sprache in Geschichte und Gegenwart. Hrsg. v. d. Berlin-Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften. URL: <https://www.dwds.de> [28.05.2021].
- Neologismenwörterbuch. Hrsg. v. Leibniz-Institut für Deutsche Sprache. URL: <http://www.owid.de/wb/neo/start.html> [17.08.2021].
- URL 1: <https://www.bravo.de/dein-tageshoroskop-385278.html> [02.02.2021].
- URL 2: <https://www.bravo.de/big-bang-theory-geheimnis-388990.html> [09.02.2021]
- URL 3: <https://www.bravo.de/corona-die-besten-challenges-gegen-langeweile-385410.html> [06.03.2021].
- URL 4: <https://www.bravo.de/bts-diese-superstars-sind-fans-der-k-pop-band-377947.html> [27.01.2021].
- URL 5: <https://www.bravo.de/girl/x-tipps-mit-denen-der-maedelsabend-einfach-unvergesslich-wird-373223.html> [06.03.2021].
- URL 6: <https://www.bravo.de/die-10-besten-sprueche-von-lily-aus-how-i-met-your-mother-privatsphaere-389259.html> [06.03.2021].
- URL 7: <https://www.bravo.de/how-i-met-your-mother-die-10-besten-sprueche-von-lily-389251.html> [06.03.2021].
- URL 8: <https://www.bravo.de/horoskop-die-groessten-macken-der-sternezeichen-388783.html> [18.01.2021].
- URL 9: <https://www.bravo.de/dr-sommer/wie-sag-ich-dass-ich-sieihn-verliebt-bin-266369.html> [07.03.2021].
- URL 10: <https://www.bravo.de/cool-witzig-suess-die-besten-freundschafts-sprueche-377664.html> [19.01.2021].
- URL 11: <https://www.google.de/?client=safari> [28.03.2021].
- URL 12: <https://www.bravo.de/bedeutung-tiktok-abkuerzungen-388960.html> [06.02.2021].
- URL 13: <https://www.bravo.de/michele-morrone-10-fakten-ueber-den-365-tage-schauspieler-386735.html> [06.02.2021].
- URL 14: <https://www.bravo.de/shawn-mendes-fans-warnen-ihn-vor-game-thrones-388954.html> [04.02.2021].
- URL 15: <https://www.bravo.de/stopp-mobbing-im-netz-die-tipps-der-insta-profis-383625.html> [27.01.2021].
- URL 16: <https://www.bravo.de/size-zero-diese-stars-sind-viel-zu-duenn-176246.html> [19.01.2021].
- URL 17: <https://www.bravo.de/horoskop-das-verraet-deine-schicksalszahl-ueber-dich-379191.html> [19.01.2021].
- URL 18: <https://www.bravo.de/two-and-half-men-star-charlie-sheen-pleite-krank-und-lebt-bei-eltern-388952.html> [06.03.2021].

URL 19: <https://www.bravo.de/horoskop-diese-hobbys-passen-zu-deinem-sternezeichen-388846.html> [27.01.2021].

URL 20: <https://www.bravo.de/katja-krasavice-das-hat-vor-ihr-noch-keine-rapperin-geschafft-388989.html> [06.02.2021].

URL 21: <https://www.bravo.de/wahrheit-oder-pflicht-die-besten-fragen-und-aufgaben-329221.html> [18.01.2021].

URL 22: <https://www.bravo.de/coole-konter-sprueche-245621.html> [06.03.2021].

URL 23: <https://www.bravo.de/harry-potter-horoskop-hogwarts-schueler-sternezeichen-388992.html> [09.02.2021].

URL 24: <https://www.bravo.de/noah-centineo-10-fakten-ueber-den-all-boys-ive-loved-star-388845.html> [27.01.2021].