

INHALTSVERZEICHNIS

| | |
|--|----|
| Vorwort | 11 |
| Einleitung | 13 |
| Theoretischer Teil | |
| 1. Werbephraseologie | 19 |
| 1.1. Werbephraseologieforschung | 19 |
| 1.2. Untersuchungen zur deutschen Werbesprache | 20 |
| 1.3. Untersuchungen zur polnischen Werbesprache | 26 |
| 1.4. Kontrastive Werbephraseologie | 29 |
| 2. Phraseologie | 33 |
| 2.1. Begriffsbestimmung | 33 |
| 2.2. Merkmale der Phraseologie | 38 |
| 2.2.1. Polylexikalität | 38 |
| 2.2.2. Festigkeit | 39 |
| 2.2.2.1. Psycholinguistische Festigkeit | 40 |
| 2.2.2.2. Pragmatische Festigkeit | 41 |
| 2.2.2.3. Strukturelle Festigkeit | 41 |
| 2.2.2.4. Modifikation versus Variation | 42 |
| 2.2.3. Idiomatizität | 45 |
| 2.2.4. Motiviertheit | 49 |
| 2.2.5. Lexikalisierung | 50 |
| 2.2.6. Expressivität | 50 |
| 2.3. Klassifikationsversuche der Phraseologismen | 53 |
| 2.3.1. Klassifikation der traditionellen Phraseologismen | 55 |
| 2.3.2. Klassifikation der modifizierten Phraseologismen | 66 |
| 2.3.2.1. Formale Modifikation | 68 |
| 2.3.2.2. Semantische Modifikation | 71 |
| 3. Werbung | 77 |
| 3.1. Begriffsbestimmung | 77 |
| 3.2. Werbefunktionen | 79 |
| 3.3. Werbeanzeige | 80 |
| 3.3.1. Werbesprache | 85 |
| 3.3.2. Phraseologismen in der Werbesprache | 88 |

Empirischer Teil

| | |
|--|-----|
| 1. Grundlagen, Ziele, Erläuterungen | 93 |
| 1.1. Methode | 93 |
| 1.2. Ziele | 95 |
| 1.3. Korpus | 95 |
| 1.4. Methodische Schwierigkeiten | 97 |
| 1.5. Erläuterungen | 98 |
| 2. Traditionelle Phraseologismen | 101 |
| 2.1. Verbale Phraseologismen | 101 |
| 2.2. Nominale Phraseologismen | 107 |
| 2.3. Adverbiale Phraseologismen | 113 |
| 2.4. Phraseologische Vergleiche | 116 |
| 2.5. Zwillings- und Drillingsformeln | 119 |
| 2.6. Geflügelte Worte | 122 |
| 2.7. Gemeinplätze und Sprichwörter | 131 |
| 2.8. Feste Phrasen | 136 |
| 2.9. Routineformeln | 139 |
| 2.10. Modellbildungen | 144 |
| 2.11. Sonderklassen | 150 |
| 2.12. Zusammenfassung | 154 |
| 3. Phraseologische Modifikation | 157 |
| 3.1. Formale Modifikation | 159 |
| 3.1.1. Substitution | 160 |
| 3.1.2. Erweiterung | 168 |
| 3.1.3. Reduktion | 178 |
| 3.1.4. Grammatische Modifikation | 186 |
| 3.1.5. Häufung/ Kontamination | 191 |
| 3.1.6. Koordinierung | 195 |
| 3.1.7. Zusammenfassung | 198 |
| 3.2. Semantische Modifikation | 199 |
| 3.2.1. Ambiguierung | 200 |
| 3.2.1.1. Polysemantisierung | 201 |
| 3.2.1.2. Wörtlich-Nehmen | 206 |
| 3.2.2. Wechsel von der negativen zur positiven Konnotation | 213 |
| 3.2.3. Verletzung der Selektionsbeschränkung | 217 |
| 3.2.4. Allusion | 221 |
| 3.2.5. Zusammenfassung | 225 |
| 4. Positionierung der Phraseologismen und Modifikationen | 227 |
| 4.1. Phraseologismen in der Schlagzeile | 228 |

| | |
|---|-----|
| 4.2. Phraseologismen im Fließtext | 229 |
| 4.3. Phraseologismen im Slogan | 231 |
| 4.4. Zusammenfassung | 232 |
| 5. Schlussbemerkungen und Fazit | 235 |
| Literaturverzeichnis | 241 |
| Internetquellen | 254 |
| Abstrakt | 255 |