

NATIONALE LINGUISTISCHE UNIVERSITÄT KYJIW
LEHRSTUHL FÜR DEUTSCHE PHILOLOGIE

Qualifikationsarbeit

in Sprachwissenschaft zum Thema:

„Besonderheiten der modernen deutschen Phraseologismen zur Bezeichnung des Äußeren des Menschen: kulturologischer Aspekt“

von der **Studentin**

des 2. Studienjahres

des 2. Masterniveaus

der Seminargruppe MLnim 56-18

Viktoria KONDRATENKO

Wissenschaftlicher Betreuer:

Prof, Dr. habil. **Mykola GAMSJUK**

Nationale Bewertungsskala_____

Punktzahl _____

EKTS-Note_____

Kommissionsmitglieder:

INHALT

EINLEITUNG	3
KAPITEL 1. BESONDERHEITEN DER PHRASEOLOGISMEN.....	6
1.1. Phraseologie und ihr Gegenstand	6
1.2. Phraseologische und strukturelle Merkmale der Phraseologismen.....	8
1.3. Zum Problem der Phraseologismen aus Sicht der Linguokulturologie	18
Schlussfolgerungen zum Kapitel 1	36
KAPITEL 2. PROBLEME DES ZUSAMMENWIRKENS VON SPRACHE UND KULTUR.....	37
2.1. Sprachliches Weltbild als Gegenstand der linguistischen Beschreibung	37
2.2. Die Interaktion von Sprache und Kultur	43
Schlussfolgerungen zum Kapitel 2.....	53
KAPITEL 3. NATIONAL-KULTURELLE SPEZIFITÄT VON PHRASEOLOGISMEN ZUR BEZEICHNUNG DES ÄÜßEREN DES MENSCHEN	56
3.1. Kulturkonzeptualisierung in der Phraseologie	56
3.2. Die stereotypen Phraseologismen	61
3.3. Ukrainische Entsprechungen der deutschen Phraseologismen zur Bezeichnung des Äußeren des Menschen	73
Schlussfolgerungen zum Kapitel 3.....	76
SCHLUSSFOLGERUNGEN	79
PE3IOME	81
RESÜMEE	82
LITERATURVERZEICHNIS.....	83
ANHANG Ukrainische Entsprechungen der deutschen Phraseologismen.....	91

EINLEITUNG

Die vorliegende Qualifikationsarbeit ist der Untersuchung der modernen deutschen Phraseologismen gewidmet, die zur Bezeichnung des Aussehens von Menschen dienen.

Die Aktualität des Themas besteht darin, dass in der Sprache ständig neue Phraseologismen entstehen, deren Analyse zum Verständnis der modernen sprachlichen Widerspiegelung der Welt beibringen kann. Die Phraseologismen bereichern ständig die Sprache mit neuen expressiven Mitteln. Die Verwendung der phraseologischen Einheiten wird von Faktoren bestimmt und zwar von nationalen, kulturellen, sozialen. In der Phraseologie spiegeln sich Bräuche, Rituale und die Geschichte der Menschen wider. In der Sprache entstehen immer neue Phraseologismen, die ein besseres Verstehen der modernen deutschen Mentalität ermöglichen. Die nationale Mentalität ist sehr eng mit dem Begriff des nationalen sprachlichen Weltbildes verbunden, das als eine in der Sprache enthaltene Wirklichkeitsinterpretation gilt. Das sprachliche Weltbild lässt sich als Menge von Denkmustern über Welt, Menschen, Gegenstände und Ereignisse erfassen.

Das Ziel der Untersuchung ist die national-kulturellen Besonderheiten der modernen deutschen Phraseologismen zur Bezeichnung des Äußeren des Menschen an konkreten Beispielen zu erforschen und dadurch die moderne deutsche Sprache besser zu verstehen.

Die Erreichung dieses Zieles hat die Lösung der folgenden speziellen **Aufgaben** vor:

- Den Begriff des Phraseologismus zu verdeutlichen;
- Semantische Merkmale der Phraseologismen zu bestimmen;
- Kriterien der semantischen, strukturell-semantischen und syntaktischen Klassifikationen der Phraseologismen darzustellen;
- Den Begriff der Linguokulturologie zu definieren;
- Das Verhältnis zwischen der Sprache und Kultur festzustellen;
- Den Begriff des Weltbildes zu verdeutlichen;

- Den Unterschied zwischen dem sprachlichen, konzeptuellen, naiven und phraseologischen Weltbild zu erklären;
- Den Begriff des Konzepts zu klären;
- Den Begriff des Stereotyps zu definieren und seine Merkmale zu bestimmen;
- National-kulturelle Aspekte der Phraseologismen zu beleuchten.

Das Objekt des Forschungsvorhabens bilden die phraseologischen Einheiten der deutschen Sprache zur Bezeichnung des Äußeren des Menschen.

Den Gegenstand des Forschungsvorhabens bilden die national-kulturellen Besonderheiten der modernen deutschen Phraseologismen, die das Aussehen von Menschen beschreiben.

Das Material der Untersuchung bilden 140 Phraseologismen zur Bezeichnung des Äußeren des Menschen, die hauptsächlich aus den Wörterbüchern erhalten wurden.

Die theoretische Bedeutung der Qualifikationsarbeit besteht darin, die theoretische Literatur zum Forschungsproblem zu verallgemeinern und auf der Grundlage von gesammelten Materialien die Phraseologismen zur Bezeichnung des Aussehens von Menschen mit Hilfe der unterschiedlichen Methoden zu verarbeiten.

Die praktische Bedeutung der Qualifikationsarbeit besteht in der Möglichkeit, die Ergebnisse der durchgeführten Forschung in einem praktischen Sprachkurs, bzw. in dem Deutschunterricht und in Lesekursen in Lexikologie und Phraseologie zu verwenden.

Das Ziel und die Aufgaben der Qualifikationsarbeit bestimmen die Wahl **der Forschungsmethoden**:

- Die semantische Methode befasst sich mit der inhaltlichen Bedeutung von phraseologischen Einheiten. Von freien Wortgruppen unterscheiden sich die Phraseologismen dadurch, dass sie über eine phraseologische Bedeutung verfügen. Die Gesamtbedeutung der Phraseologismen ergibt sich aus den Bedeutungen ihrer Komponenten nicht.

- Die strukturelle Methode befasst sich mit der Struktur von phraseologischen Einheiten. Mit Hilfe dieser Methode werden alle Phraseologismen in folgende Gruppen eingeteilt: Wortpaare, Idiome, geflügelte Worte und Sprichwörter.
- Die linguokulturelle Methode orientiert sich darauf, wie die kulturellen Konventionen sich in der Phraseologie widerspiegeln.
- Die linguolandeskundliche Methode zeigt die nationale Spezifik eines Phraseologismus, der die Geschichte eines Volkes, eigenartige Traditionen und seinen Charakter widerspiegeln kann.

KAPITEL 1. BESONDERHEITEN DER PHRASEOLOGISMEN

1.1. Phraseologie und ihr Gegenstand

Die Phraseologieforschung wird heute als selbständige linguistische Disziplin neben der Lexikologie betrachtet [61, S. 9]. Phraseologie zählt zu den Teildisziplinen der Linguistik, die sich erst im 20. Jahrhundert entwickelten. Die Bezeichnung Phraseologie entstand aus dem griechischen *phrasis* (griech. φράσις „Ausdruck, Wendung, Satz, Rede“) und *logos* (griech. λόγος = „Wort, Begriff“) [58, S. 3], und bedeutet „Lehre von den Ausdrücken und Phrasen“ [60, S. 13]. Die Definition des Begriffs Phraseologie ist in verschiedenen wissenschaftlichen Abhandlungen immer wieder variiert worden und bis heute vom jeweiligen Autor abhängig [53, S. 9].

Als eigenständige Disziplin wurde die Phraseologie zum ersten Mal in der sowjetischen Forschung am Ende der 30er Jahre des 20. Jahrhunderts betrieben und von da an weiterentwickelt. Besonders große Aufmerksamkeit wurde ihr dann in den 50er Jahren gewidmet. In einer ersten vor-phraseologischen Phase beschäftigte man sich mit der Sammlung von Sprichwörtern und Redensarten. Die phraseologische Forschung, die strukturalistisch orientiert ist, beginnt in Deutschland in den 70er Jahren.

Seit Beginn der 70er Jahre ist im deutschsprachigen Raum ein Anstieg phraseologischer Forschungsarbeiten feststellbar. 1973 erschien von Harald Burger die erste Einführung unter dem Titel „Idiomatik des Deutschen“, in der der Wissenschaftler versucht, das linguistische Interesse für phraseologische Einheiten zu wecken und die intensive Phraseologieforschung aus dem Bereich der slawischen Sprachen für das Deutsche fruchtbar zu machen [53]. Er beschäftigt sich vor allem mit der Gegenstandsbestimmung und der Klassifizierung von Phraseologismen.

1982 erschienen die Gesamtdarstellungen der Phraseologie von Wolfgang Fleischer und das „Handbuch der Phraseologie“ von Harald Burger, wo die bisherige Forschung am Beispiel des Standarddeutschen und des Schweizerdeutschen aufgearbeitet und die textlinguistischen, pragmatischen und psycholinguistischen Forschungsergebnisse präsentiert werden.

Wobei in der sowjetischen Forschung lange Zeit keine Einigkeit darüber erreicht werden konnte, ob die Phraseologie eine eigenständige wissenschaftliche Disziplin darstellen solle oder nicht. Infolgedessen ist W. Fleischer zu dem Schluss gekommen, dass in der russischsprachigen Linguistik die Phraseologieforschung als selbständige linguistische Disziplin neben der Lexikologie betrachtet wird [62, S. 9]. Im Gegensatz zur russischen Phraseologieforschung wird der Phraseologie in der deutschsprachigen Linguistik der Status einer selbständigen wissenschaftlichen Teildisziplin nicht zugeschrieben, jedoch werden Phraseologismen hier übereinstimmend als „sekundär“ entstandene Zeichenkomplexe angesehen, welche aus den Einheiten der primären Systeme gebildet werden“ [53, S. 290].

Heutzutage fallen zwei Bedeutungen unter den Begriff „Phraseologie“, die es zunächst zu differenzieren gilt. Einerseits ist nämlich mit „Phraseologie“ jener Bereich innerhalb der Linguistik benannt, der die vielzähligen und unterschiedlichen phraseologischen Phänomene einer Sprache untersucht. Auf der anderen Seite kann der Begriff jedoch auch für die Gesamtheit aller innerhalb einer Sprache vorhandener Phraseologismen stehen, also für den Objektbereich der Phraseologie als Teildisziplin der Sprachwissenschaft.

Gegenstand der Phraseologie sind die Phraseologismen. Neben dem Begriff Phraseologismus werden auch andere Termini verwendet, wie z.B. feste Wortverbindungen, feste Wortgruppen, Idiome, Redensarten, Redewendungen. Phraseologismen können als syntaktische Verbindungen von Wortkomponenten bezeichnet werden.

Die Begriffsbestimmung und Abgrenzung von Phraseologismen gehören zu Beginn der Phraseologieforschung zu den zentralen Themen. Die Linguisten sprechen hier von einem terminologischen Chaos innerhalb der Phraseologie, was die Bezeichnung für feste Wendungen betrifft [62, S. 2]. Schwierig ist es auch, klare Grenzen zu ziehen, innerhalb welcher ein bestimmter Ausdruck als phraseologisch zu bezeichnen ist oder nicht.

Bei R. Eckert und K. Günther, die sich eine systematische Terminologie zum Ziel setzen, werden phraseologische Einheiten beispielsweise als Phraseme bezeichnet,

analog dazu steht der Terminus Phrasembestand, der synonym mit dem Begriff der Phrasemik verwendet wird, auf der lexikalischen Ebene zu verorten ist und den Kernbereich von phraseologischen Untersuchungen darstellt – für sämtliche Phraseme einer Sprache [60, S. 33].

Hier wird im Zusammenhang mit dem Objektbereich auch für den Begriff der „Textemik“ plädiert, der auf die sprachliche Funktions- und Wirkungsebene des Phänomens hinweisen soll, dabei werden dann die Einheiten des Objektbereichs als Texteme bezeichnet. Für die einzelnen Texteme könnte so eine Gliederung nach Einwort-, Mehrwort- und Satzcharakter vorgenommen werden, und weiter auf der semantischen Ebene ihre Idiomatizität berücksichtigt werden. Demnach wären dann idiomatische Texteme bei R. Eckert und K. Günther, als „Phraseotexteme“ zu bezeichnen, ihr Kollektivbereich als „Phraseotextemik“ [60, S. 81].

Bei H. Burger werden stattdessen die Termini Phraseologismus oder phraseologische Wortverbindung verwendet [53].

1.2. Phraseologische und strukturelle Merkmale der Phraseologismen

Die Bedeutung des sprachlichen Zeichens ist das Verhältnis zwischen dem Bezeichnenden und dem Bezeichneten [61]. Von freien Wortgruppen unterscheiden sich der Phraseologismus dadurch, dass er über eine phraseologische Bedeutung verfügt. Die Gesamtbedeutung des Phraseologismus ergibt sich aus den Bedeutungen seiner Komponenten nicht.

z.B.: *nichts auf den Rippen haben*. Phraseologische Bedeutung ist „sehr dünn sein“. Wörtliche Bedeutung ist „keinen Speck auf den Rippen haben“.

z.B.: *ein langes Elend sein* bedeutet „ein hochgewachsener, dünner Mensch“. Die wörtliche Bedeutung ist „ein großes Unglück sein“.

Der Phraseologismus kann manchmal auch eine wörtliche Bedeutung haben. Die wörtliche Bedeutung ergibt sich kompositional, das heißt, aus der Summe der Bedeutungen der einzelnen Komponenten, aus denen der Phraseologismus besteht [3, S. 3], z.B.: *dürr wie eine Hopfenstange, ein Strich in der Landschaft sein*.

Die Differenz zwischen wörtlicher und phraseologischer Bedeutung kann durch die Begriffe Idiomatizität und Motiviertheit beschrieben werden. Je stärker der Phraseologismus motiviert ist, umso schwächer ist seine Idiomatizität. Die phraseologische Bedeutung ist unmotiviert, wenn die wörtlichen Bedeutungen der Elemente des Phraseologismus zur übertragenen Bedeutung keinen Beitrag leisten, z.B.: *wie der Tod von Ypern aussehen, sich hinter einem Schaufelstiel verstecken*.

Mit Motiviertheit ist gemeint, dass die Semantik eines Phraseologismus aus den Bedeutungen der Komponenten verstehbar ist, z.B.: *Speck auf den Rippen haben* (wohlgenährt sein), *wie Sau aussehen* (unordentlich und dreckig sein), *einen Schmerbauch haben* (zu dick sein), *rank und schlank* (sehr schlank).

Die Phraseologismen sind sekundäre sprachliche Zeichen von stabilem, reproduzierbarem Charakter. Sie werden aus primären Zeichen gebildet. Phraseologismen haben gewöhnlich die Struktur von Wortgruppen oder Sätzen und verfügen über eine besondere Semantik und Konnotation, z. B.: *jung und knusprig sein, wie das blühende Leben aussehen, schlank wie eine Mieze*. Phraseologismen unterscheiden sich auch von den Wörtern durch ihre zusätzliche expressiv-wertende Momente und Bildlichkeit, z.B.: *Speck auf dem Leibe haben, mager wie ein ausgenommener Hering*.

Die Phraseologismen sind feste Wortverbindungen, die charakteristische Merkmale tragen. H. Burger hebt als phraseologische Merkmale insbesondere die Polylexikalität, Idiomatizität, Gebräuchlichkeit und Fertigkeit hervor [55, S. 15-28]. Bei W. Fleischer, der eine ähnliche Auffassung wie Burger vertritt, stehen die Merkmale der Idiomatizität, Stabilität, Lexikalisierung und der Reproduzierbarkeit im Vordergrund [59, S. 30]. W. Winogradov hebt bei seiner Definition ebenfalls den Mehrwortcharakter und die Idiomatizität als Kriterien hervor [60, S. 23].

Trotz der Abweichungen der einzelnen Definitionen und phraseologischen Merkmalforderungen voneinander lassen sich doch einige Übereinstimmungen innerhalb der Phraseologieforschung erkennen.

Es wurden fünf Kriterien formuliert, die ein Phraseologismus charakterisieren. Das sind Polylexikalität, Idiomatizität, Festigkeit, Unmotiviertheit und

Reproduzierbarkeit. Darüber hinaus unterscheiden einige Autoren [62, 64] Phraseologie im engeren Sinne und im weiteren Sinne. Wenn die Phraseologismen Polylexikalität, Idiomatizität und Festigkeit aufweisen, spricht man von Phraseologie im engeren Sinne (auch Idiome genannt) [62]. Falls die Phraseologismen keine Idiomatizität aufweisen, spricht man von der Phraseologie im weiteren Sinne. Nach C. Palm [20] gehören zu dieser zweiten Gruppe Sprichwörter und Sagwörter, z.B. *lange Haare, kurzer Verstand; blondes Haar bringt den Jüngling in Gefahr; blond wie ein Engel, hold wie ein Bengel*.

Das offensichtlichste Merkmal der Phraseologismen ist **Polylexikalität**. Was die Polylexikalität angeht, muss sich phraseologische Verbindung zumindest aus zwei Wörtern zusammensetzen [53], z.B.: *eine alte Eule sein, wie eine Pfingstrose aussehen eine Wespentaille haben*. Eine obere Grenze der Wortmenge wird nicht definiert, da die maximale Ausdehnung eines Phraseologismus üblicherweise nicht lexikalisch, sondern syntaktisch festgelegt ist: der Satz gilt als die obere Grenze phraseologischer Wortverbindungen. [54, S. 15]. H. Burger weist darauf hin, dass fallweise auch kürzere Texte, wie beispielsweise Gebete, Gedichte oder Sprüche in den Bestand der Phraseologie aufgenommen werden können, obwohl ihre Länge über einen Satz hinausgeht. Allerdings nur unter der Bedingung, dass sie im Sprachgebrauch längerfristig Niederschlag finden [54]. Einen Sonderfall bilden die Sagwörter oder so genannte „Wellerismen“, die dadurch entstehen, dass an Sprichwörter beispielweise ironische Komponenten angehängt werden. Es gibt die Meinung auch, dass der Phraseologismus mindestens satzgliedwertig sein muss [58, S. 9]. Satzgliedwertig bedeutet, dass nur durch Hinzufügen eines oder zweier Elemente, z.B. eines Substantivs, ein vollständiger Satz gebildet werden kann, z.B.: *groß wie ein Baum, nur aus Muskelpaketen bestehen, aus dem gleichen (aus gutem) Holz geschnitzt sein, wie aus dem selben Ei gebrütet*. Sie entsprechen den nominativen Phraseologismen.

Das nächste wichtige phraseologische Merkmal ist **Idiomatizität**. Die Gesamtbedeutung des Phraseologismus ist keine unmittelbare Verbindung zwischen den Gesamtbedeutungen und der wörtlichen Bedeutung der Komponenten des Phraseologismus, z.B.: *im Mittag des Lebens stehen, ein langer Laban, wie das*

leibhaftige Elend aussehen. Das heißt, dass sich die Bedeutung des Phraseologismus in die Bedeutungen von *langer* und *Laban* nicht zerlegen lässt, sondern bildet eine Einheit – „ein sehr großer und dünner Mensch“.

Bei der Phraseologisierung haben sich die jeweiligen Komponenten einer semantischen Transformation unterzogen – das ist jene Umdeutung, die man im Endeffekt als Idiomatizität bezeichnet [62].

Es gibt verschiedene Idiomatizitätsgrade, je nachdem in welchem Maße die Einzelbedeutungen der Wörter einer Wendung hinter die Gesamtbedeutung zurücktreten. Unterschieden werden vollidiomatische, teilidiomatische und nicht-idiomatische Phraseologismen [62].

Bei den vollidiomatischen Phraseologismen oder Idiomen ist es unmöglich, eine semantische Verbindung zwischen der Bedeutung der Konstituenten und des gesamten Phraseologismus herzustellen [55, S. 30], z.B.: *wie der Tod von Ypern, wie ein Almtier, wie ein Posaunenengel*.

Die teilidiomatischen Phraseologismen oder auch Teil-Idiome bestehen zu einem Teil aus Komponenten, deren freie Bedeutung erhalten bleibt, zum anderen Teil aus solchen, die vollidiomatisch sind. Trotzdem ist ihre Struktur durch die Teilidiomatizität weniger fest als bei den Idiomen [55, S. 30], z.B.: *hässlich wie die Sünde, dürr wie eine Hopfenstange, ein richtiges (wandelndes) Skelett*.

Bei der Betrachtung der nicht-idiomatischen Phraseologismen wird es deutlich, dass bei solchen Wortverbindungen fast keine oder eine sehr geringfügige Diskrepanz zwischen phraseologischer und wörtlicher Bedeutung besteht [55], z.B.: *eine Wespentaille haben, wie angemalt aussehen*. Es ist bemerkenswert, dass fast alle komparativen Phraseologismen zur Bezeichnung des Aussehens von Menschen teilidiomatisch sind. Einige Komponenten der komparativen Phraseologismen behalten ihre eigene wörtliche Bedeutung bei, z.B.: *häßlich wie die Nacht, ein hässliches Entlein, hässlich wie die Sünde, schlank wie eine Schnurpinne; einen Schmerbauch haben; schlank wie eine Gerte; Speck auf den Rippen haben, wie eine wandelnde Leiche aussehen, wie ein wandelndes Gerippe aussehen, nichts auf den Rippen haben, dünn wie ein Streichholz, dürr wie eine Hopfenstange, schlank wie eine*

Bassgeige, schlank wie eine Pappel, eine Wespentaille haben, rank und schlank, jemand ist in die Breite gegangen, (zu) viel auf den Rippen haben, einen Bauch bekommen, Speck auf dem Leibe haben, sich den Speck wachsen lassen, eine lange Bohnenstange, eine lange Hopfenstange, ein langer Laban, blass und bleich wie die Wand sein, weiß wie Marmor.

Die komparativen Phraseologismen ermöglichen ein besseres bildliches Verständnis der verglichenen Objekte, Handlungen, Abläufe oder Eigenschaften [59]. Sie enthalten einen festen Vergleich, der häufig der Verstärkung eines Verbs oder Adjektivs dient [53], z.B.: *wie eine Leiche auf Urlaub rumlaufen, wie ein Posaunenengel aussehen, wie in einer Räuberhöhle aussehen, wie auf dem Schlachtfeld aussehen, wie eine Vogelscheuche aussehen, blass und bleich wie die Wand sein, wie das Leiden Christi aussehen, bis auf die Knochen abgemagert sein, zum Anknabbern aussehen.*

Mit **Festigkeit** (bzw. **Fixiertheit** bei C. Palm [70] und **Stabilität** bei W. Fleischer [62]) ist gemeint, dass die Komponenten eines Phraseologismus nicht einfach ausgetauscht, umgeformt oder weggelassen werden können, ohne möglicherweise die phraseologische Bedeutung zu verändern oder aufzuheben. Unter Festigkeit versteht man vor allem lexikalisch-semantische Stabilität. Kein Lexem darf durch ein anderes ersetzt werden, z.B.: *bei jemandem einen Stein im Brett haben* (d.h. bei jemandem gut angesehen sein); man kann nicht sagen „*bei jemandem einen Kiesel im Schrank haben*“, weil man im Phraseologismus kein Wort durch ein Synonym ersetzen darf. Andere Beispiele dazu sind: *eine lange Bohnenstange* ist ein Phraseologismus; *eine lange Fisolenstange* gilt als solcher nicht. *Wie ein Posaunenengel aussehen* ist auch ein Phraseologismus, aber *wie ein Amor aussehen* ist kein Phraseologismus.

Dieselbe Regel gilt für Stabilität der grammatischen Struktur, z.B.: *auf des Messers Schneide stehen* (d.h. in Gefahr sein); man darf in grammatischer Sicht auch nichts ändern, deshalb gilt die Wortverbindung „*auf der Schneide des Messers stehen*“ als Phraseologismus nicht.

Bei den Phraseologismen konstituieren mehrere Elemente unter teilweisem oder vollständigem Verlust ihrer Selbständigkeit eine neue semantische Einheit. Festigkeit

bedeutet demnach zum Beispiel, dass die einzelnen Elemente auf syntagmatischer Ebene nicht frei kombinierbar sind und auf paradigmatischer Ebene nicht frei durch andere Elemente substituiert werden können [70, S. 7].

Unmotiviertheit bedeutet, dass die Phraseologismen nicht leicht durchschaubar sind. Das Benennungsmotiv lässt sich meistens nur auf der Basis historischer Kenntnisse erschließen.

z.B.: *wie der Tod von Ypern aussehen* bedeutet „sehr elend aussehen“. Der Tod von Ypern ist eine Redensart, die die Zeit des Ersten Weltkriegs in die Erinnerung zurückruft.

z.B.: *wie Milch und Blut aussehen* bedeutet „jung und frisch aussehen“. Ein weißes Gesicht und rote Wangen und Lippen galten im Mittelalter als Zeichen der weiblichen Schönheit und Gesundheit.

z.B.: *wie ein Posaunenengel aussehen* bedeutet „ein gesundes, rosiges, pausbäckiges Gesicht haben“. Auf den Kirchengemälden sieht man oft Engel mit aufgeblähten Wangen, die in die Pflöfe blasen. Die Menschen mit solchen Wangen werden oft Posaunenengel genannt.

Das phraseologische Merkmal „**Reproduzierbarkeit**“ ist dann erfüllt, wenn ein potenzieller Phraseologismus innerhalb des Sprachgebrauchs so zu sagen als vorgefertigtes und daher immer wieder einsetzbares Sprachkonstrukt geläufig ist. Somit ist der Phraseologismus im Bewusstsein jener, die sich der Sprache bedienen, als „fertige Einheit“ verankert, kann daher auch erlernt, reproduziert und letztendlich auch in den Bestand von phraseologischen Wörterbüchern aufgenommen werden [53].

W. Fleischer stellt fest, dass jeder Phraseologismus im Lexikon gespeichert ist. Er meint, dass die Lexikalisierung der syntaktischen Konstruktion bedeutet, dass sie nicht mehr nach einem syntaktischen Strukturmodell in der Äußerung produziert, sondern dass sie als „fertige“ lexikalische Einheit reproduziert wird. [60, S. 63]. Die Phraseologismen werden also im Prozess der Rede nicht neu geschaffen, sondern als komplexe lexikalische Einheiten übernommen.

Šanskij sieht in der Reproduzierbarkeit ein grundlegendes Merkmal der phraseologischen Wendung. Die Reproduzierbarkeit sorgt dafür, dass die

phraseologische Wendung von der freien Wortverbindung abgegrenzt wird, aber gleichzeitig bringt sie die phraseologische Wendung dem Wort auch näher [72].

Die Stabilität stellt somit den Ausgangspunkt für die Reproduzierbarkeit eines Phraseologismus dar. Die syntaktische Struktur muss als Ganzheit reproduziert werden. Nur so kann der Sinn des Phraseologismus richtig erfasst werden. Die Sprachgemeinschaft bildet demnach Phraseologismen nicht jedes Mal neu, sondern sie werden als komplexe, vorgeformte Einheiten gespeichert und als sprachliche Fertigteile reproduziert [80].

J. Häusermann legt fest, dass der Terminus Reproduzierbarkeit eine zentrale Stellung innerhalb der Phraseologieforschung einnimmt. In der Reproduzierbarkeit sieht Häusermann eine Eigenschaft, die zwischen Satz- und Wortebene verbindet. Nur jene Einheiten, deren lexikalische Funktion im Widerspruch zu ihrer äußeren Form als Wortketten steht, auf die die üblichen syntaktischen Regeln angewendet werden müssen, können als reproduzierbar bezeichnet werden. Die Einheiten der Phraseologie werden also zwei Ebenen gleichzeitig zugerechnet. Werden sie angewendet, stehen sie funktionsmäßig auf der Ebene der Lexeme, also auf der Wortebene. Strukturell geben sie sich jedoch wie freie Wortverbindungen und sind somit der Satzebene zuzurechnen [63, 80].

Was die strukturellen Besonderheiten der Phraseologismen angeht, sind verschiedene Klassifikationen der Phraseologismen zu unterscheiden, weil jeder Autor andere Gesichtspunkte wählt. W. Fleischer [62, S. 82] vertritt die Ansicht, dass ein Phraseologismus notwendig mindestens ein Basiselement enthalten muss, es können aber auch mehrere sein. H. Burger [54, S. 11] geht davon aus, dass ein Phraseologismus aus mehr als einem Wort besteht und dass es sich um Kombinationen von Wörtern handelt, die genau in dieser Kombination bekannt sind.

Hauptsächlich gibt es drei Klassifikationen der Phraseologismen: die semantische, semantisch-strukturelle und syntaktische.

Eine detaillierte, **semantische Klassifikation** stammt von N. Šanskij. Dieser schließt an eine semantische Dreiteilung der phraseologischen Einheiten von Winogradow an. Den von Winogradow aufgestellten Kategorien „phraseologische

Fügung“, „phraseologische Einheit“ und „phraseologische Verbindung“, fügt N. Šanskij noch die Kategorie „phraseologischer Ausdruck“ hinzu.

Die Kategorie „phraseologische Fügung“ zeichnet sich durch semantische Unteilbarkeit und ganzheitliche, nichtmotivierte Bedeutung aus. Die Bedeutung der phraseologischen Wendung lässt sich demnach nicht aus der Bedeutung der einzelnen Komponenten erschließen [29].

Die Kategorie „phraseologische Einheit“ zeichnet sich durch semantische Unteilbarkeit aus. Allerdings verfügt sie bereits über eine motivierte Bedeutung. Es herrscht eine schwache Motivationsbeziehung zwischen der übertragenen Bedeutung der Komponenten und der bildhaften Gesamtbedeutung der phraseologischen Wendung [80].

Bei der Kategorie „phraseologische Verbindung“ handelt es sich um semantisch teilbare Phraseologismen. Die Bedeutung der Komponenten ist teils frei, teils gebunden [80].

Bei der Kategorie „phraseologischer Ausdruck“ verfügen die Komponenten über freie Bedeutung. Als einziges Unterscheidungsmerkmal zu den freien Wortverbindungen führt N. Šanskij die Reproduzierbarkeit an [80].

Laut der **semantisch-strukturellen Klassifikation** werden alle Phraseologismen in folgende Gruppen eingeteilt: Wortpaare, Idiome, geflügelte Worte, Sprichwörter [10].

Wortpaare oder Zwillingformeln sind stehende Verbindungen von zwei Wörtern, die einen und denselben grammatischen Wortart angehören, z.B.: *so breit wie hoch* (d.h. dick und voll sein), *rank und schlank* (d.h. sehr schlank sein), *wie Milch und Blut* (d.h. ein sehr gesundes, frisches Aussehen haben). Wortpaare können aus zwei Antonymen sein, z.B.: *alt und jung*, *dick und dünn*, *groß und klein*, *lang und kurz*.

Idiome sind die zweite Gruppe stehender Wortverbindungen. Idiome sind Wortgruppen, die in ihrem Gebrauch erstarrt sind. Sie entstehen auf Grund bildhafter Vorstellungen von Wirklichkeit und entwickeln sich aus freien syntaktischen Wortgruppen. Infolge der Umdeutung bekommen sie einen allgemeinen umgedeuteten Sinn, der der Summe der Bedeutungen der Komponenten nicht entspricht, z.B.: *ein*

flotter Dampfer (d.h. eine schöne, hübsche Frau), *im Lenz des Lebens stehen* oder *im Mittag des Lebens stehen* (d.h. jung und schön sein), *(nur noch) ein Strich in der Landschaft sein* (d.h. sehr dünn, sehr stark abgemagert sein), *wie eine Hopfenstange* oder *wie eine Bohnenstange aussehen* (d.h. ein großer, schlanker Mensch), *kaum drei Käse hoch* (d.h. ein kleines Kind sein).

I. I. Černyševa entwickelte die strukturell-semantische Klassifikation der festen Wortverbindungen. Ihrer Klassifikation liegen folgende Kriterien zu Grunde: grammatische, bzw. syntaktische Struktur, Verknüpfungsart der Konstituenten und Bedeutung als Resultat der semantischen Transformation der Konstituenten [49]. Anhand dieser Kriterien unterscheidet I. I. Černyševa zwei Gruppen der festen Wortverbindungen: des phraseologischen Typs und nicht phraseologischen Typs.

In die Betrachtung wird nur die Klasse des phraseologischen Typs genommen. Entsprechend dieser Klassifikation kann man alle Phraseologismen der deutschen Sprache in drei Gruppen gliedern. Die erste Gruppe ist unter dem Begriff „phraseologische Einheiten“ bekannt. Zur zweiten Gruppe gehören „festgeprägte Sätze“ und zur dritten – „phraseologische Verbindungen“ [49].

Zur ersten Gruppe – „phraseologische Einheiten“ – gehören Wortpaare oder kopulative Verbindungen wie *ohne Saft und Kraft*, *rank und schlank*, *alt und jung*, *dick und dünn* und auch komparative Phraseologismen. Das sind feste Wortkomplexe mit einer stabilen syntaktischen Struktur, die zum Vergleich dienen, z.B.: *wie Milch und Blut aussehen*, *hässlich wie die Nacht*, *hässlich wie die Sünde*, *wie ein Kleiderschrank*, *(blass) wie eine wandelnde Leiche aussehen*, *wie eine Leiche auf Urlaub rumlaufen*, *wie ein wandelndes Gerippe aussehen*, *dünn wie ein Streichholz*, *dürr wie eine Hopfenstange*, *schlank wie eine Gerte*, *schlank wie eine Tanne*, *schlank wie eine Schnurpinne*, *schlank wie eine Bassgeige*, *schlank wie eine Pappel*, *schlank wie ein Reh*, *wie eine Pfingstrose aussehen*, *wie ein Nilpferd sein*, *wie der Tod von Ypern aussehen*, *wie das Leiden Christi aussehen*, *blass und bleich wie die Wand sein*, *weiß wie Wachs*, *weiß wie Marmor*, *wie eine Wasserleiche aussehen*, *wie ein Ei dem anderen ähnlich sein*, *wie geleckert aussehen*, *wie Sau aussehen*, *wie eine Vogelscheuche aussehen*, *wie ein Struwelpeter aussehen*, *wie ein Kaktus aussehen*, *wie ein*

Posaunenengel aussehen, wie in einer Räuberhöhle aussehen, wie auf dem Schlachtfeld aussehen.

Die lexikalisch-syntaktische Klassifikation der phraseologischen Einheiten umfasst folgende Gruppen:

1. Verbale Phraseologismen (*gut bei Schick sein, bis auf die Knochen abgemagert sein, wie eine Pfingstrose aussehen, einen Bauch bekommen, wie ein Ei dem anderen ähnlich sein, wie ein Struwelpeter aussieht*);
2. Substantivische Phraseologismen (*ein flotter Dampfer, ein glühendes Eisen, ein hässliches Entlein*);

Die zweite Gruppe – „festgeprägte Sätze“ – enthält Phraseologismen mit der syntaktischen Struktur eines Satzes, die nach dem kommunikativen Wert und der semantischen Bedeutung in zwei Gruppen gegliedert werden:

1. Sprichwörtliche Satzredensarten. Das sind Wortverbindungen mit fester Struktur. Sie erfüllen wertende oder abwertende Funktion und sind in struktureller Hinsicht sehr unterschiedlich, z.B.: *Schöne Gestalt verliert sich bald!*
2. Sprichwörter. Das sind fertige Sätze mit lehrreichem Inhalt. Die Semantik der Sprichwörter entsteht durch die Verallgemeinerungen der menschlichen Lebenserfahrung, z.B.: *Das Kleid macht den Mann. Wer sich putzt ist nicht klug. Schöne Haut, hässliche Gedanken. Eine schwarze Kuh gibt auch weiße Milch.* [45].

Unter den Phraseologismen zur Bezeichnung des Aussehens von Menschen wurden keine festgeprägten Sätze gefunden.

Die dritte Subklasse – „phraseologische Verbindungen“ – umfasst zweigliedrige Phraseologismen, deren ein Glied in übertragener und das andere in direkter Bedeutung gebraucht wird, die Gesamtbedeutung wird dabei transformiert, z.B.: *ein langer Laban, flach wie ein Brett sein, dick wie ein Nilpferd sein.* Bei der Analyse wurden auch keine phraseologischen Verbindungen zur Bezeichnung des Aussehens von Menschen gefunden.

Laut der **syntaktischen Klassifikation** werden phraseologische Einheiten nach ihrer Position im Satz klassifiziert. Phraseologismen, die prädikativ und attributiv gebraucht werden und somit in der Funktion der Wortart Adjektiv auftreten, können als adjektivische Phraseologismen bezeichnet werden (z.B. „mit allen Wassern gewaschen“). Adverbiale Phraseologismen erfüllen die Satzgliedfunktion des Adverbs (z.B. „auf jeden Fall“). Als nominale Phraseologismen werden jene phraseologischen Einheiten bezeichnet, welche die Satzgliedfunktionen Subjekt, Objekt und eventuell auch Attribut erfüllen können (z.B. „Vater Staat“). Alle Phraseologismen, die ein Verb enthalten, sind als verbale Phraseologismen zu bezeichnen. Verbale Phraseologismen bilden Kombinationen. Es handelt sich um eine Kombination von Verb und Objekt, wie das Beispiel „Maulaffen feilhalten“ zeigt [80].

1.3. Zum Problem der Phraseologismen aus Sicht der Linguokulturologie

Jede Nation spricht eine Sprache und ist Träger einer einzigen Kultur. Die Sprache wurde nicht nur als ein Instrument der Kommunikation, sondern auch als der kulturelle Kode der Nation und des Wissens gesehen.

Sprache ist ein integraler Bestandteil der Kultur, weshalb auch die Bedeutungen sprachlicher Äußerungen fest mit Kultur verbunden sind und vor dem Hintergrund der Kultur interpretiert werden müssen [66]. Die Kultur einer Gesellschaft besteht in all dem, was man wissen und glauben muss, um in einer für alle Mitglieder akzeptablen Weise zu fungieren, und zwar in jeder beliebigen Rolle, die die Mitglieder auch für jeden von ihnen selbst akzeptieren [64, S. 29]. Kultur besteht nicht aus Gegenständen, Menschen, Verhaltensweisen oder Gefühlen, vielmehr ist sie die Organisation dieser Dinge, vielmehr die Form dieser Dinge, die die Menschen in ihren Köpfen haben, ihre Modelle, wie sie sie wahrnehmen, in Beziehung zueinander setzen oder anderweitig interpretieren [52, S. 97].

Die Verwendung der phraseologischen Einheiten wird von bestimmten Faktoren bestimmt und zwar von nationalen, kulturellen, sozialen. Die linguokulturelle Spezifik hat keinen strengen, systematischen und verhältnismäßigen Charakter. Sie geht zu den

Eigenarten der Wirtschaft, geografischen Lage, gesellschaftlichen Ordnung, Folklore, Literatur, Kunst, Wissenschaft, Bedürfnissen der Lebensweise des Trägers der deutschen Sprache zurück [9]. In der Phraseologie spiegeln sich Bräuche, Rituale und die Geschichte der Menschen wider. Die linguokulturelle Spezifik ist auch dadurch bedingt, dass sie den Stereotypen des Volkes entsprechen kann. Das heißt, dass die übertragene Bedeutung eines Phraseologismus auf der existierenden Vorstellung des Volkes gegründet sein kann. Ohne Erforschung der kulturellen Komponente der Phraseologismen der Sprache ist es unmöglich, ein vollständiges Bild der kulturellen Mentalität zu erstellen.

Im Rahmen der Phraseologie gibt es eine intensive Entwicklung der Linguokulturologie und der Ethnolinguistik. Es gibt keine feste Definition zum Begriff Linguokulturologie. Die Linguokulturologie ist eine relativ neue philologische Disziplin, die die Sprache des Volkes und die Wechselbeziehung und Wechselwirkung zwischen Kultur und Sprache untersucht [78, S. 49]. Sie erklärt die sprachlichen Phänomene mit kulturellen Besonderheiten. Jede Sprache ist eine kulturelle Erscheinung und widerspiegelt demnach die Kultur des Volkes.

Das Konzept „Linguokulturologie“ entstand in den 90-er Jahren des 20. Jahrhunderts in Russland und wurde zum ersten Mal von russischen Gelehrten verwendet. Am Ende des 20. Jahrhunderts wurden die grundlegenden Veränderungen in den wissenschaftlichen Paradigmen im Bereich der Sprachwissenschaft gemacht. Aufgrund der wissenschaftlichen Untersuchungen wurden die neuen Richtungen und methodischen Ansätze bei der Prüfung der Kardinal-Objekt und auch den möglichen Rückzug der neuen, effektiveren Formen der Auslegung und Konstruktion von systematischer Wissenschaft entstanden. Der klassische Strukturalismus wurde aus der „menschlichen Sprache“ und aus der „Zunge von Menschen“ losgelöst und seine immanenten inneren Weltsysteme durch ein neues Paradigma, das auf dem Grundsatz „Mensch“ Phänomene ersetzt (Kultur, Sprache, Mentalität und ihre Beziehungen) [77, S. 18].

Die Säulen der neuen Ausrichtung der sprachlichen Prüfung sind folgende:

1. Anthropozentrismus, der sich durch den „Faktor Mensch“ die Sprache profiliert. Seine Veranlagung ist der systematische Erwerb der Sprachelemente.
2. Kognitivismus ist ein Aspekt der Sprache, von dessen Folge eine Möglichkeit des menschlichen Gedächtnisses und Wissen organisiert wird. Kognitivismus ist ein Grundbereich der kognitiven Linguistik.
3. Linguokulturologismus ist eine tiefe Neigung zu den sprachlichen Aktivitäten des Volkes und der Kultur der Nation.

N. Alefirenko betrachtet die Linguokulturologie als Wissenschaft, die die Kultur, die über ethnosprachliche Merkmale verfügt, erforscht [78, S. 49; 31]. W. I. Karasik meint, dass die Linguokulturologie ein komplexer Bereich der Wissenschaft über die wechselseitige Verbindung und den wechselseitigen Einfluss ist [22]. A. T. Chrolenko ist der Ansicht, dass die Linguokulturologie sich auf die Beziehung zwischen Sprache, Mentalität und Kultur orientiert [77, S. 21].

Die Forscherin W. A. Maslova definiert die wissenschaftlichen Grundlagen und die Aufgaben der Linguokulturologie folgenderweise: „Linguokulturologie ist eine Wissenschaft, die an der Schnittstelle von Linguistik und Kulturwissenschaften entstand und die Auswirkungen der Kultur erforschte, die sich in der Sprache widerspiegeln und verstärken“ [36]. Nach der Meinung von W. A. Maslova ist die Linguokulturologie kein Zweig der Linguistik, die die Sprache als Phänomen der Kultur betrachtet, sondern sie ist ein Zweig, der die Erscheinungsformen der Kultur, die in der Sprache befestigt wurden, studiert. [77, S. 20].

Es erscheint vernünftig, zwei Perioden in der Entwicklung der Linguokulturologie zu unterscheiden: die erste Periode der Voraussetzungen für die Entwicklung der Wissenschaft (dazu zählt man die Werke von W. Humboldt, A.A. Potebnya, E. Sapir usw.) und die zweite Periode der Gestaltung der Linguokulturologie als eigenständiges Forschungsgebiet.

In der Linguokulturologie haben sich bisher mehrere Richtungen herausgebildet:

1. Linguokulturologie einer eigenen sozialen Gruppe, einer ethnischen Gruppe in einer kulturell lebendigen Zeit, d.h. die Untersuchung einer bestimmten sprachkulturellen Situation.

2. Diachrone Linguokulturologie, d.h. die Untersuchung von Veränderungen des sprachlichen und kulturellen Zustands einer ethnischen Gruppe über einen bestimmten Zeitraum.
3. Vergleichende Linguokulturologie, d.h. die Untersuchung der sprachlichen und kulturellen Erscheinungsformen verschiedener, aber miteinander verbundener ethnischer Gruppen.
4. linguokulturelle Lexikographie, die an der Zusammenstellung von Sprach- und Regionalwörterbüchern beteiligt ist.

Der Gegenstand der modernen Linguokulturologie ist der Forschung der kulturellen Semantik sprachlicher Zeichen, die durch die Wechselwirkung zweier unterschiedlicher Codes – Sprache und Kultur – entsteht, da jede sprachliche Persönlichkeit auch eine kulturelle Persönlichkeit ist.

Der Gegenstand der Forschung in der Linguokulturologie sind:

1. die Wörter und Ausdrücke, die als Objekt der Beschreibung in der Sprachwissenschaft dienen. Dies sind tatsächlich nationale Ausdrücke. Das Vorhandensein der nationalen Realität in phrasenbezogenen Einheiten oder Metaphern weist jedoch nicht immer auf das Vorhandensein einer kulturellen Konnotation hin, die die Mentalität eines Volkes beeinflussen kann.
2. mythologische Spracheinheiten: Archetypen und Mythologien, Riten und Überzeugungen, Rituale und Bräuche, die in der Sprache verankert sind. Jede konkrete Ausdruckseinheit spiegelt nicht einen integralen Mythos wider, sondern ein Mythologem. Ein Mythologem ist eine wichtige handelnde Person oder eine wichtige Situation für einen Mythos. Der Mythos basiert in der Regel auf dem Archetyp. Der Archetyp ist ein stabiles Bild, das im individuellen Bewusstsein entsteht und in der Kultur weit verbreitet ist. Der Brauch ist eng mit Mythen und Ritualen verbunden. Er hat im Gegensatz zum Ritual eine komplexere Struktur, umfasst mehrere Stufen und ist zeitlich länger. Er wird von besonderen Liedern, dramatischen Handlungen, Tänzen und Wahrsagereien begleitet. Ein Mythos kann den Ursprung des Brauchs rechtfertigen. Die Bräuche bestätigen die Grundprinzipien der Weltordnung nach einer bestimmten

- Tradition. Der Brauch ist eine symbolische Handlung, der sich auf der Grundlage von Sitten entwickelt und die stabilen Beziehungen der Menschen zur Natur und zueinander deutlich ausdrückt. Seit jeher hat der Brauch geholfen den Menschen zu kommunizieren, soziale Erfahrungen weiterzugeben. Im Allgemeinen hat der Brauch die Voraussetzungen dafür geschaffen, dass sich ein Mensch als Mitglied einer eigenen Gemeinschaft erkennt. Die Beispiele dafür sind Taufen, Heiraten, Hochzeiten, Begräbnisse, Beerdigungen usw.
3. der paremiologische Bestand der Sprache, da die meisten Sprichwörter die Stereotypen des Volksbewusstseins sind. Traditionell wurden Sprichwörter und Redewendungen in der Folklore als Genre-Texte studiert. Hier sollten nur die Sprichwörter und Redewendungen untersucht werden, deren Ursprung und Funktion untrennbar mit der Geschichte einer bestimmten Nation oder ethnischen Gruppe, ihrer Kultur, Lebensweise, Moral usw. verbunden sind.
 4. der phraseologische Bestand der Sprache, der eine wertvolle Informationsquelle über die Kultur und Mentalität der Menschen darstellt. Phraseologismen reflektieren immer indirekt die Ansichten der Menschen, des Sozialsystems und der Ideologie ihrer Epoche.
 5. die Sprachetikette oder „*kultureller Heuchelei*“ [36]. Die Sprachetikette ist eine sozial definierte und kulturell spezifische Regel für das Sprachverhalten von Menschen in Kommunikationssituationen in Übereinstimmung mit ihren sozialen und psychologischen Rollen und Persönlichkeitsverhältnissen in formellen und informellen Kommunikationsumgebungen. Die Sprachetikette ist ein national-kultureller Bestandteil der Kommunikation. Die Etikette-Beziehungen sind universell, aber ihre Äußerung ist national spezifisch und sollte daher durch Linguokulturologie untersucht werden.
 6. Etalons, Stereotype und Symbole, die nicht nur die nationale Weltanschauung, sondern auch das nationale Weltverständnis widerspiegeln.
 7. die Metaphern und Bilder. Das Bild ist die wichtigste sprachliche Einheit, die grundlegende Informationen über die Beziehung des Wortes zur Kultur enthält. Unter Bild wird traditionell die Fähigkeit von Spracheinheiten verstanden,

visuell-sinnliche Darstellungen von Objekten und Phänomenen der Realität zu erzeugen.

Die Metapher durchdringt Sprache, Kultur, Wissenschaft, Leben und die ganze Welt. Es wurde festgestellt, dass Metaphern Universalien des Bewusstseins sind. Moderne Psychologen tendieren dazu, eine metaphorische Vision der Welt mit der Entstehung des Menschen und dementsprechend der menschlichen Kultur zu assoziieren. Höchstwahrscheinlich war die Protosprache metaphorisch, und die Protokommunikation selbst wurde genau auf metaphorischer Ebene durchgeführt [Maslova]. Am häufigsten wird eine Metapher entweder als Stilmittel oder als künstlerisches Mittel betrachtet. Erst in den letzten Jahrzehnten haben sich Linguisten und Philosophen der Erforschung der Ontologie der Metapher zugewandt.

Die Schaffung einer Metapher ist mit dem konzeptuellen System der Muttersprachler, mit ihren Standardvorstellungen von der Welt und mit dem System der Bewertungen verbunden. Da die Metapher nur in der Sprache verbalisiert wird, ist sie ein Modell des abgeleiteten Wissens, ein Modell der Hypothesen [36].

Die Metapher wird aus einem kategorialen taxonomischen Fehler gebildet. Die Metapher isoliert keine abstrakten Zeichen und Qualitäten, sondern offenbart das semantische Bild des Wesens des Subjekts. Eine Metapher ist nichts anderes als ein Vergleich, bei dem der Verstand einen abstrakten Begriff und ein bestimmtes Objekt zusammenbringt und in einem Wort kombiniert.

In dem Werk „*Metaphors We Live By*“ entwickelten George Lakoff und Mark Johnson die Metaphertheorie und stellten fest, dass eine Metapher unser tägliches Leben und nicht nur die Sprache, sondern auch das Denken und Handeln durchdringt. Das übliche konzeptionelle System, in dem man denkt und handelt, ist metaphorisch [67].

Ihrer Theorie zufolge suchen die Menschen nach Metaphern, um ein „abstraktes“ Konzept, das sowohl existiert als auch fehlt, genauer in ihrem Kopf zu verwirklichen. Die Wissenschaftler bezeichnen die Metapher als ein grundlegendes Gefühl, das zum Verständnis der Welt beiträgt. Sie sprechen von der Metapher als einem Mittel zur Registrierung der Realität. Eine Metapher ist ein wirkungsvolles Mittel zur Erkennung,

wenn ein neuer Begriff durch Vergleich mit einem bereits bekannten Begriff verstanden wird.

Laut M. Müller erschien aufgrund der lexikalischen Armut der alten Sprache eine Metapher. Der Wortbestand war gering, und eine Person wurde gezwungen, dasselbe Wort zu verwenden, um verschiedene Objekte und Phänomene zu bezeichnen. Nach Angaben von A. N. Afanasyev und A. A. Potebnya entstand die Metapher als Folge der Annäherung zwischen Objekten, die in ihrem Eindruck ähnlich waren. Sie wurde völlig frei und nicht aus Notwendigkeit und aus Gründen der Armut der Sprache geschaffen [6, 41].

Die Metapher ist eine Denkweise über die Welt, die zuvor erworbenes Wissen nutzt, um neues zu verstehen. Aus einigen noch nicht klar durchdachten Begriffen wird ein neuer Begriff gebildet, indem die primäre Bedeutung des Wortes und die zahlreichen damit verbundenen Assoziationen verwendet werden.

Die Metapher ist anthropometrisch, und die Fähigkeit, metaphorisch zu denken, ist ein Merkmal einer Person. Sie erleichtert das Wahrnehmen und Verstehen des Abstrakten. Die Metapher weist also die folgenden wichtigsten Merkmale auf:

1. Sie ist ein Instrument des Denkens und Erkennens der Welt;
2. Sie spiegelt grundlegende kulturelle Werte wider, denn sie basiert auf einer kulturell-nationalen Weltanschauung.

Laut V. N. Telija erfüllt eine Metapher erfolgreich die Rolle eines Prismas, durch das ein Mensch die Welt sieht, denn Metaphern drücken sich national spezifisch in der inneren Form der Sprache sowie in Mythologien und Archetypen aus. Viele ausländische und einheimische Forscher identifizieren figurative und konzeptuelle Metaphern. Die figurative Metapher, die auch poetisch genannt wird, wirkt in literarischen Texten und verwirklicht dort ihre kreativ-figurativen Potenziale. Die Metapher ist nicht nur eine literarische Dekoration, sondern auch ein organischer Ausdruck des Denkens und Erkennens. Die Metapher ist der Hauptweg, um neue Konzepte im sprachlichen Weltbild des modernen Menschen zu schaffen. Mit der Zeit verlieren die Metaphern ihren ästhetischen Wert, ihre Frische und Plötzlichkeit, werden

„abgeblasst“ – z.B. *stark wie ein Bär, groß wie ein Baum* usw. Dann werden diese Metaphern nicht mehr als Mittel zur Erzeugung von Bildern verwendet.

Das Symbol wird auch als stereotypes kulturelles Phänomen betrachtet. Der Mensch lebt nicht nur in einer physischen Umgebung, er lebt in einem symbolischen Universum. Die Welt der Bedeutungen, in der der Mensch zu Beginn seiner Geschichte lebte, war in Ritualen gefasst. Die rituellen Handlungen wirkten als Symbole, deren Kenntnis den Grad der Beherrschung der Kultur und die soziale Bedeutung des Individuums bestimmte. Folglich sind die Symbole daher ein Produkt des menschlichen Bewusstseins. Der Mensch als Mikrokosmos schafft ein Bild und ein Symbol der Welt.

Es gibt die folgenden Darstellungen eines Symbols:

1. Ein Symbol ist ein Konzept, das mit einem Zeichen identisch ist (bzw. in künstlich formalisierten Sprachen);
2. Ein Symbol ist eine universelle Kategorie, die die Besonderheiten der figurativen Beherrschung des Lebens durch die Kunst widerspiegelt (bzw. in Bezug auf Ästhetik und Philosophie der Kunst);
3. Ein Symbol ist ein bestimmtes kulturelles Objekt, dessen Bedeutung ein konventionell (d.h. in Wörterbüchern festgelegt ist) Analogon der Bedeutung eines anderen Objekts ist (bzw. in der Kulturwissenschaft oder Soziologie und einer Reihe anderer Geisteswissenschaften);
4. Ein Symbol wird als Zeichen betrachtet, das seinen primären Inhalt als Form für andere Inhalte verwendet (man spricht von einem breiten Verständnis des Symbols, das in vielen Geisteswissenschaften existiert, bzw. in der Philosophie, Linguistik, Semiotik usw.).

Wenn ein Symbol auf eine Kultur beschränkt ist, kann es stereotypen Phänomenen zugeordnet werden, die für jede Kultur charakteristisch sind. Ein Symbol, das im Kontext verschiedener Kulturen codiert ist, hat in ihnen eine unterschiedliche Bedeutung. Ein Symbol kann als spezifischer Faktor bei der soziokulturellen Kodierung von Informationen und gleichzeitig als Mechanismus zur Wiedergabe dieser Informationen angesehen werden. Neben den poetischen Symbolen gibt es

jedoch auch sprachliche Symbole, die im Verlauf der Evolution und des Funktionierens einer Sprache entstehen. Solche Symbole haben einen mythologischen oder eher archetypischen Charakter. Die Rolle eines sprachlichen Symbols besteht darin, die Bedeutung einer sprachlichen Einheit in eine symbolische Funktion umzuwandeln.

Die Wissenschaftler unterscheiden eine Reihe von Zeichen eines Symbols: Bildsprache (Ikonizität), Motivation, Komplexität des Inhalts, Mehrdeutigkeit, unklare Bedeutungsgrenzen, archetypische Natur, eine Universalität in einer einzigen Kultur, nationale und kulturelle Spezifität, eingebetteter Charakter in Mythos und Archetyp. Die Annäherung an die Symbolik durch den Mythos wurde von C. Levi-Strauss begründet. Er betrachtete ein Symbol als ein Bündel paradigmatischer Beziehungen mit symbolisch-logischen Bedeutungen. Die Mythologie gilt als einer der semiotischen Codes für die Bezeichnung universeller Bilder und Ideen. Die wichtigste Eigenschaft eines Symbols ist seine Bildsprache. In vielen Definitionen gibt es eine Reihe von Begriffen „Bild - Symbol – Zeichen“. Ein Symbol und ein Zeichen, die wichtigsten Wörter eines semiotischen Lexikons, haben wirklich viel gemeinsam, da sie beide konventionell sind. Aber die Bedeutung des Zeichens muss im Gegensatz zum Symbol nicht nur konventionell, sondern auch spezifisch sein. Deshalb werden die Zeichen konventionalisiert und die Symbole kanonisiert (das Kreuz wird zum Symbol des christlichen Glaubens, zum Symbol des Leidens usw.). Ein Symbol impliziert im Gegensatz zu einem Zeichen keinen direkten Verweis auf das Denotat.

Das Symbol basiert auf einem Bild. Jedes Symbol ist ein Bild, aber ein Bild kann nur unter bestimmten Bedingungen als Symbol betrachtet werden. Herman Northrop Frye identifiziert die folgenden Kriterien für die „Symbolik“ eines Bildes in der Poesie:

1. Das Vorhandensein einer abstrakten symbolischen Bedeutung wird durch den Kontext erklärt.
2. Das Bild wird so präsentiert, dass seine wörtliche Interpretation unmöglich oder unzureichend ist.
3. Das Bild impliziert (versteckt) Assoziationen mit Mythos, Legende, Folklore [65].

Es wird angenommen, dass ein Zeichen ein Symbol wird, wenn seine Verwendung eine Reaktion nicht auf das symbolisierte Objekt selbst, sondern auf eine ganze Reihe von sekundären konventionellen Bedeutungen beinhaltet.

Zeichen erfordern Verständnis und Symbole müssen interpretiert werden. Somit hat ein Symbol eine Zeichennatur und alle Eigenschaften eines Zeichens sind ihm inhärent. Sogar Ferdinand de Saussure kontrastierte Symbole und konventionelle Zeichen, was darauf hinweist, dass das ikonische Element Symbolen innewohnt.

Ein Symbol ist ein Konzept, das sich auf das Bild bezieht, daher spricht man oft von symbolischen Bildern. Das Symbol wird von hohen Bedeutungen begleitet, während das Bild einem Objekt jedes Niveau zugeordnet werden kann. Wenn der Übergang von einem Bild zu einer Metapher durch semantische und künstlerische Bedürfnisse verursacht wird, wird der Übergang zu einem Symbol (sowohl von einem Bild als auch von einem Zeichen) durch extralinguistische Faktoren bestimmt. Aus der Sicht von Maslova hat das Symbol einen höheren semiotischen Status als das Bild. Dies ist darauf zurückzuführen, dass das Symbol eher kulturell interpretiert wird [36].

Wenn es über die Funktionsweise des Symbols im kulturellen System gesprochen wird, kann es behauptet werden, dass das Symbol eine Erinnerung an Kultur ist, z.B. das christliche Symbol, das in verschiedenen Kulturen verbreitet ist, ist die Nummer *sieben*; in germanischen Kulturen fungiert *neun* als Prototypnummer, die später aber durch die Nummer *sieben* ersetzt wurde. So, der Phraseologismus *ein Buch mit sieben Siegeln* bedeutet etwas Unbekanntes, *in sieben Sprachen schweigen* – nichts sagen, *auf Wolke sieben schweben* – verliebt oder sehr glücklich sein.

Eine weitere wichtige Eigenschaft eines Symbols ist seine Motivation, die sich aus konkreten und abstrakten Elementen des symbolischen Inhalts zusammensetzt. Es ist die Motivation, die ein Symbol von einem Zeichen unterscheidet, bei dem die Verbindung zwischen dem Signifikanten und dem Denotat willkürlich und konventionell ist. Die Motivation des Symbols wird durch die Analogie erklärt, die die Grundlage einer solchen semantischen Transposition (Übertragung) wie Metapher und Metonymie bildet [36].

Es ist die Motivation, die ein Symbol mit Metapher und Metonymie verbindet. E. Cassirer hat die Rolle der Metapher in der symbolischen Konstruktion der Realität herausgestellt. Die Metapher erklärt die Analogien in Mythen, basierend auf der Metapher sind die konkreten und abstrakten Aspekte im Inhalt des Symbols verbunden. Deshalb gibt es es metaphorische und metonymische Symbole. A. A. Potebnya glaubt, dass die Notwendigkeit, die vergessene eigene Bedeutung von Wörtern wiederherzustellen, der Grund für das Auftreten von Symbolen in der Kultur ist [36].

Das Phänomen des „*Stereotyps*“ wird nicht nur in den Werken von Linguisten, sondern auch in den Werken von Soziologen, Ethnographen, Kognitologen, Psychologen und Ethnopsycholinguisten berücksichtigt. Die Vertreter jeder dieser Wissenschaften identifizieren in einem Stereotyp jene Eigenschaften, die sie vom Standpunkt ihres Fachgebiets aus bemerken, und daher werden soziale Stereotype, Kommunikationsstereotype, mentale Stereotype, kulturelle Stereotype, ethnokulturelle Stereotype usw. hervorgehoben.

Zum Beispiel manifestieren sich soziale Stereotype als Stereotype des Denkens und des Persönlichkeitsverhaltens. Ethnokulturelle Stereotype sind eine verallgemeinerte Vorstellung der typischen Merkmale, die ein Volk auszeichnen, bzw. deutsche Genauigkeit, italienisches Temperament, Hartnäckigkeit der Finnen, also stereotype Vorstellungen über das gesamte Volk, die für jeden seiner Vertreter gelten.

Es gibt Autostereotype, die widerspiegeln, was die Menschen über sich selbst denken, und Heterostereotype, die sich auf andere Menschen beziehen, deshalb sind sie kritischer. Zum Beispiel wird das, was von einem Volk als Erscheinungsform der Klugheit, von einem anderen Volk als Erscheinungsform der Gier angesehen. Menschen nehmen ethnokulturelle Stereotype als Muster wahr, denen es notwendig ist, zu entsprechen.

Die Fachleute für ethnische Psychologie, die ethnokulturelle Stereotype untersuchen, stellen fest, dass Nationen, die sich auf einem hohen wirtschaftlichen Entwicklungsniveau befinden, solche Eigenschaften wie Intelligenz, Geschäftsähnlichkeit und Unternehmertum betonen, und Nationen mit einem niedrigen

Wirtschaftsniveau hervorheben die Eigenschaften wie Freundlichkeit, Herzlichkeit und Gastfreundschaft.

N. V. Ufimtseva unterscheidet ethnische Stereotype und kulturelle Stereotype. Die ethnische Stereotype sind für die Selbstreflexion des „naiven“ Ethnomitglieds unzugänglich und sind Tatsachen des Verhaltens und des kollektiven Unbewussten, die speziell ausgebildet nicht werden können. Die kulturelle Stereotype stehen für die Selbstreflexion zur Verfügung und sind Tatsachen des Verhaltens, des individuellen Unbewusstseins und Bewusstseins, die beigebracht werden können [36, 47].

Das Konzept des Stereotyps wurde erstmals 1922 von Walter Lippmann verwendet, der glaubte, dass Stereotype geordnete, schematische, kulturbestimmte „Weltbilder“ im Kopf eines Menschen sind, die seine Anstrengungen bei der Wahrnehmung komplexer Objekte der Welt ersparen. Mit diesem Verständnis des Stereotyps zeichnen sich zwei seiner wichtigen Merkmale aus – die Determination der Kultur und ein Mittel zur Einsparung des Arbeitsaufwands und dementsprechend der sprachlichen Mittel [36, 68].

In der kognitiven Linguistik und Ethnolinguistik bezieht sich der Begriff „Stereotyp“ auf die Inhaltsseite von Sprache und Kultur, d.h. es wird als mentales Stereotyp verstanden, das mit dem „naiven Weltbild“ korreliert. Stereotype sind immer national, und wenn Analoga in anderen Kulturen gefunden werden können, dann sind dies Quasi-Stereotype, weil sie sich im Allgemeinen in Nuancen und Details unterscheiden, die von grundlegender Bedeutung sind.

Ein Stereotyp, als Fragment eines konzeptuellen Weltbildes, einer stabilen, kulturellen und nationalen Vorstellung von einem Objekt oder einer Situation ermöglicht, einige der dominierenden Komponenten der Kultur zu speichern und zu transformieren.

Die Grundlage für die Bildung des ethnischen Bewusstseins und der Kultur als Regulatoren des menschlichen Verhaltens sind sowohl angeboren als auch im Prozess der Sozialisationsfaktoren erworben kulturelle Stereotype, die ab dem Moment aufgenommen werden, an dem sich eine Person mit einer bestimmten ethnischen Gruppe, einer bestimmten Kultur zu identifizieren beginnt. Die kulturelle Sphäre einer

bestimmten ethnischen Gruppe enthält eine Reihe von stereotypischen Elementen, die von den Trägern einer anderen Kultur in der Regel nicht wahrgenommen werden. Diese Elemente werden Lakunen genannt [34].

Eine wichtige Rolle bei der Bildung von Stereotypen spielt die Häufigkeit des Auftretens bestimmter Objekte, Phänomene im Leben von Menschen, die sich häufig in längeren menschlichen Kontakten mit diesen Objekten im Vergleich zu anderen ausdrücken, was zu einer Stereotypisierung solcher Objekte führt.

Das Stereotyp des Verhaltens ist das wichtigste unter den Stereotypen und kann sich in ein Ritual verwandeln. Im Allgemeinen haben Stereotype viel mit Traditionen, Bräuchen, Mythen und Ritualen zu tun, unterscheiden sich jedoch von letzteren dadurch, dass Traditionen und Bräuche durch ihre objektivierte Bedeutung und Offenheit für andere gekennzeichnet sind, und Stereotype bleiben auf der Ebene geheimer Denkweisen.

Die weitere Aufgabe der Linguokulturologie ist es, die kulturelle Bedeutung der Spracheinheiten, bzw. das kulturelle Wissen, durch den Vergleich der prototypischen Situationen, die in den phraseologischen Einheiten oder anderen Spracheinheiten abgebildet sind, zu erklären und ihr symbolisches Lesen durch bestimmte Kulturkodes vorzuschlagen [78, S. 50; 35]. V. Šaklein sieht die Aufgabe der Linguokulturologie im Betrachten der Sprach- und Kulturphänomene, die sich gegenseitig vorausbestimmen [78, S. 50; 50].

Die Methoden der Linguokulturologie sind eine Reihe von Analysetechniken und Verfahren, die bei der Analyse des Verhältnisses von Sprache und Kultur verwendet werden. Da die Linguokulturologie ein integratives Wissensfeld ist, das die Ergebnisse kulturwissenschaftlicher und linguistischer Forschung, Ethnolinguistik und Kulturanthropologie einbezieht, wird hier ein Komplex kognitiver Methoden und Einstellungen verwendet, der sich um das semantische Zentrum „Sprache und Kultur“ gruppiert.

Die Linguokulturologie betrachtet Phraseologismen als Bestandteile des phraseologischen Weltbildes. Das Bildsystem, das im phraseologischen Sprachbestand verankert ist, erklärt V. N. Telija, tritt als eine Art „Nische“ auf, die alle materiellen,

spirituellen oder sozialen Werte und somit die Weltanschauung einer bestimmten Sprachgruppe aufbewahrt, um danach die national-kulturellen Erfahrungen und Traditionen eines Volkes aufzuzeigen. Phraseme, die die typischen Vorstellungen widerspiegeln, können laut russischer Wissenschaftlerin entweder so wie Normen und Stereotypen der kulturell-nationalen Weltanschauung sein oder sie können auf ihren symbolischen Charakter verweisen und mit dieser Eigenschaft als „sprachliche Exponate der Kulturzeichen auftreten“ [78, S. 50; 45].

Phraseologische Einheiten, die in ihrer Semantik den langen Prozess der Entwicklung der Kultur der Menschen widerspiegeln, zeichnen kulturelle Einstellungen und Stereotype, Etalons und Archetypen von Generation zu Generation auf. Die meisten Phraseologismen weisen „Spuren“ der nationalen Kultur auf, die identifiziert werden müssen. Kulturelle Informationen werden in der internen Form einer phraseologischen Einheit gespeichert, die, als bildliche Darstellung der Welt, den Phraseologismen einen kulturell-nationalen Charakter verleiht. Das Wichtigste beim Aufdecken der kulturell-nationalen Spezifität ist das Aufdecken der kulturell-nationalen Konnotation [36]. Die innere Form der meisten phraseologischen Einheiten enthält solche Bedeutungen, die ihnen ein kulturell-nationales Kolorit verleihen.

Der einfachste Weg, den kulturellen Aspekt jener phraseologischen Einheiten zu verstehen und zu erklären, in deren Bedeutung der denotative Aspekt eine wichtige Rolle spielt. Dies schließt auch solche Phraseologismen ein, die die Geschichte des Volkes widerspiegeln, und solche, die regionales geografisches Wissen enthalten, und deren Verständnis mit der Kenntnis spezifischer historischer Tatsachen verbunden ist.

Phraseologismen, die typische Situationen und Darstellungen widerspiegeln, beginnen die Rolle von Symbolen, Etalons und Stereotypen der Kultur zu erfüllen. Es können jedoch nicht alle phraseologischen Einheiten der Träger kulturell-nationaler Informationen werden. In den germanischen Sprachen gibt es viele Phraseologismen, die mit universellem Wissen über die Eigenschaften von Realitäten verbunden sind.

Ihr Unterschied zu ähnlichen phraseologischen Einheiten in anderen Sprachen erklärt sich aus ihrer kulturellen Originalität und der Nichtübereinstimmung der Technik der sekundären Nominierung in verschiedenen Sprachen. Da diese

phraseologischen Einheiten auf bildlichen und metaphorischen Bedeutungen beruhen, sind sie auch an der Bildung des sprachlichen Weltbildes beteiligt und unterscheiden sich in kultureller und nationaler Hinsicht. Daraus folgt die Schlussfolgerung, dass sie als Träger kultureller Informationen gelten können.

Das Verständnis der national-kulturellen Spezifität von Phraseologismen ist eng mit den Problemen des menschlichen Bewusstseins für die Welt und der Reflexion dieses Bewusstseins in der Sprache verknüpft. Die Mythologie ist hier das, was der Mensch vergisst, aber in den innersten Tiefen des Wortes und des Bewusstseins bewahrt. Wenn die Mythologie die Semantik der phraseologischen Einheiten nicht vollständig kontrolliert, dann lenkt und korrigiert sie zweifellos ihre moderne Funktionsweise.

Trotz der kumulativen Funktion, d.h. als Mittel zur Anhäufung und Speicherung von Informationen wird die Sprache nicht zu einem Kulturspeicher. Die Einheit der Sprache – das Wort – ist nur ein Signal, dessen Funktion es ist, das menschliche Bewusstsein zu erwecken, bestimmte Konzepte in ihm zu beeinflussen und auf dieses Signal zu reagieren [41].

Sprache ist nur ein Mechanismus, der die Kodierung und Übersetzung von Kultur fördert. Die wahren „Beschützer“ der Kultur sind Texte, weil nicht die Sprache, sondern der Text die geistige Welt des Menschen widerspiegelt. Es ist der Text, der in direktem Zusammenhang mit Kultur steht, da er von vielen kulturellen Codes durchdrungen wird. Es ist auch der Text, der Informationen über Geschichte, Ethnographie, nationale Psychologie, nationales Verhalten speichert, d.h. über alles, was den Inhalt der Kultur ausmacht [36]. Ein Text ist eine Reihe spezifischer Signale, die in einem Leser, der in den Traditionen einer bestimmten Kultur aufgewachsen ist, automatisch nicht nur direkte Assoziationen hervorrufen, sondern auch eine große Anzahl indirekter Assoziationen. Die Regeln für die Erstellung eines Textes hängen wiederum vom Kontext der Kultur ab, in der er vorkommt. Der Text wird aus sprachlichen Einheiten niedrigerer Ebenen erstellt, die bei entsprechender Auswahl das kulturelle Signal verstärken können. Genau diese Einheiten sind die phraseologischen Einheiten überhaupt.

Die phraseologische Komponente der Sprache gibt die Elemente und Merkmale der kulturell-nationalen Sichtweise nicht nur wieder, sondern formt sie auch. Jeder Ausdruck, wenn er eine kulturelle Konnotation enthält, trägt zum „Gesamtmosaikbild“ der nationalen Kultur bei [36].

So tragen Phraseologismen direkt (in dem Denotat) oder indirekt (durch die Korrelation von assoziativ geformten Grundlagen mit Etalons, Symbolen und Stereotypen der nationalen Kultur) kulturelle Informationen über die Welt und die Gesellschaft.

Der Mensch erscheint in dem modernen wissenschaftlichen Paradigma als Subjekt und Objekt kognitiver Tätigkeit. Er verlässt sich bei der Beschreibung und Konzeptualisierung der Umgebung auf seine physische und geistige Welt. Deshalb wurde die Bedeutung vieler Phraseologismen auf der Grundlage eines anthropozentrischen Weltverständnisses gebildet.

Weil die Phraseologismen in meisten Fällen anthropozentrisch sind, also auf den Menschen orientiert, ist es wichtig festzustellen, welche Prozesse der Erstellung von Phraseologismen zugrunde liegen. Das sprachliche Weltbild gilt als eine in der Sprache enthaltene Wirklichkeitsinterpretation, die sich als Menge von Denkmustern über Welt, Menschen, Gegenstände und Ereignisse erfassen lässt [51, S. 266]. Mit dem Wesen des sprachlichen Weltbildes versuchten Linguisten in der Geschichte Zusammenhänge dazwischen zu suchen, wie man denkt und wie dieses sich dann in der Sprechweise und in der Verwendung von Phraseologismen widerspiegelt [56].

B. A. Larin betonte, dass die Besonderheiten des „sprachlichen Weltbildes“ sich am deutlichsten in der Phraseologie offenbaren und somit den gegenseitigen Einfluss der Sprache und der Kultur bestätigen. Besonders anschaulich wird diese sprachliche Seite bei der linguokulturologischen Analyse der Phraseologismen geschildert [78, S. 51; 30].

O.A. Kornilov versuchte in seiner Monografie den Begriff „Weltbild“ im Rahmen der Linguistik zu definieren. Es ist klar, dass die Definition nicht als wahr betrachtet werden kann, da das sprachliche Weltbild keine objektiv vorhandene Realität, sondern nur ein „Werkzeug“ in der Wahrnehmung ist.

Das Weltbild in Philosophie, Linguistik und Psychologie ist die Wahrnehmung der Welt, die sich im menschlichen Bewusstsein widerspiegelt. Manchmal werden auch synonymische Begriffe verwendet: „Anschauungsweise“, „Weltsicht“, „Mentalität“, „Wahrnehmung der Welt“, „Modell der Welt“, „Bild der Realität“, „Thesaurus“. Das Bild der Welt spiegelt die Hauptkomponenten des menschlichen Bewusstseins wider: kognitive, moralische, ästhetische. Diese Komponenten entsprechen den Sphären der Wissenschaft, Moral und Recht, Kunst.

Einheimische Philosophen (G.A. Brutyan, R.I. Pavilenis) und Sprachwissenschaftler (G.V. Kolshansky, V.I. Postovalova, G.V. Ramishvili, B.A. Serebrennikov) unterscheiden zwischen einem konzeptuellen und einem sprachlichen Weltbild. Der Begriff „sprachliches Weltbild“ weist darauf hin, dass der Träger des Weltbildes die Sprache ist, während der Begriff „konzeptuelles Weltbild“ bezeichnet die Elemente, aus denen sich das diskutierte erkenntnistheoretische Objekt zusammensetzt [14].

In Bezug auf die Linguistik sollte das Weltbild einen systematischen Sprachplan darstellen. Jede Sprache hat eine Reihe von Funktionen: die Funktion der Kommunikation (kommunikative), Nachrichtenfunktion (informative), die Einflussfunktion (emotionale) und die Funktion, den gesamten Komplex an Wissen und Ideen der Sprachgemeinschaft über die Welt zu fixieren und zu speichern. Es sollte also über die Pluralität der Weltbilder gesprochen werden: über das sprachliche Weltbild, über das Weltbild der Nationalsprache, über das sprachliche Weltbild des Individuums.

Der anthropozentrische Ansatz, der das Problem eines Menschen und seinen Platz in der Kultur löst, steht an erster Stelle der Sprachforschung. Der Begriff „Kultur“ wird von Kulturwissenschaftlern nicht eindeutig definiert. Einige Forscher bezeichnen Kultur als die menschliche Umwelt und alles, was dem menschlichen Leben und seiner Tätigkeit Form, Bedeutung und Inhalt gibt [13; 48].

Die nationale Besonderheit des sprachlichen Weltbildes und des Sprachverhaltens lässt sich nicht nur durch die Besonderheiten der Kultur der Menschen, aber auch durch die strukturellen Merkmale der Sprache erklären. Am

deutlichsten spiegelt sich die nationale Spezifität des sprachlichen Weltbildes und des Sprachverhaltens in der Phraseologie von jeder Sprache wider [48, S. 44].

Das phraseologische Weltbild wird als Teil des mittels Phraseologie beschriebenen sprachlichen Weltbildes verstanden, in dem „jeder Phraseologismus ein Element eines strengen Systems ist und bestimmte Funktionen zur Beschreibung der Realität der Umgebung erfüllt“ [13, S. 45]. Unter dem phraseologischen Weltbild wird daher ein universeller Weg verstanden, um phraseologische Einheiten anhand der linguistischen und extralinguistischen Merkmale zu klassifizieren.

Für die Analyse der Phraseologie gibt es zwei Ansätze: epistemologischer Ansatz (d.h. extralinguistische Faktoren, die an der Bildung der integralen Bedeutung der Phraseologie beteiligt sind) und linguistischer Ansatz (Sprachmechanismen der Phrasenbildung), sowie das synchrone und diachronische Forschungsprinzip. Das Ausdrucksbild der Welt wird in der Regel in drei Aspekten beschrieben: logischem, philosophischem und axiologischem.

Das Phraseologische Weltbild ist ein „naives“ Weltbild, weil es das Wissen der Welt auf der Ebene des Alltagsbewusstseins widerspiegelt. Die Situationen, die sich in den Phraseologismen festgesetzt sind, werden aufgrund des nationalen Weltbildes zu Stereotypen menschlichen Verhaltens. Der Kern dieses Weltbildes besteht aus den phraseologischen Einheiten uralten Ursprungs, meist mit einer verlorenen (Idiomen) oder klaren inneren Form. Das phraseologische Weltbild ist der stabilste Teil des sprachlichen Weltbildes, da es im Verlauf der Entwicklung der Gesellschaft nur geringfügig aufgefrischt wird.

Im Zentrum des sprachlichen Weltbildes steht der Mensch, bzw. sein Körper, seine Gefühle, Bedürfnisse und Interessen. Der Mensch vergleicht die Welt, zieht Analogien mit der Struktur seines Körpers, mit seinen Qualitäten und das Sein wird als unmittelbare Sphäre seiner Tätigkeit bewertet. Daher werden in den Phraseologismen die Namen von Objekten und Phänomenen verwendet, denen der Mensch im wirklichen Leben begegnet (z.B. die Namen von Haushaltsgegenständen) sowie das, was ihn umgibt (z.B. Himmel, Erde, Flora, Fauna). Somit ist das phraseologische

Weltbild ein „humanisiertes“ Modell der Welt, bei dem das Bewertungskriterium der Mensch selbst ist.

Schlussfolgerungen zum Kapitel 1

Phraseologismen sind Wortverbindungen, die aus zwei oder mehr Wörtern bestehen. Durch die vorgelegte Arbeit wurde untersucht, welche strukturelle und semantische Besonderheiten den Phraseologismen zur Bezeichnung des Aussehens von Menschen eigen sind. Man kann feststellen, dass die Phraseologismen auch über folgende Merkmale verfügen: Polylexikalität, Idiomatizität, Festigkeit, Unmotiviertheit und Reproduzierbarkeit. Der Phraseologismus muss aus mehr als einem Wort bestehen. Seine Bedeutung kann nicht aus der Bedeutung seiner Bestandteile hergeleitet werden. Manche Komponenten des Phraseologismus sind nicht austauschbar. Der Phraseologismus ist nicht leicht durchschaubar und wird als eine lexikalische Einheit immer in derselben Form reproduziert.

Weiter wurden zwei Klassifikationen der Phraseologismen betrachtet. Entsprechend der strukturell-semantischen Klassifikation von I. I. Černyševa, gehören alle Phraseologismen zur Bezeichnung des Aussehens zur Gruppe der „phraseologischen Einheiten“. Unter den analysierten Phraseologismen wurden keine festgeprägten Sätze und phraseologischen Verbindungen gefunden, weil die meisten solchen Phraseologismen die Funktion der Sprachökonomie nicht erfüllen können.

Am Ende des Kapitels wurde das Verhältnis zwischen der Sprache und Kultur festgestellt. Es wurde auch betont, dass das Subjekt von Sprache und Kultur eine Persönlichkeit oder die Gesellschaft, die Ethnie ist. Die linguokulturelle Spezifik hat keinen systematischen Charakter. Sie entspricht den Stereotypen des Volkes und geht zu den Eigenarten der Wirtschaft, geografischen Lage, Folklore und Literatur des Trägers der deutschen Sprache zurück. Ohne Erforschung der kulturellen Komponente der Phraseologismen einer Sprache ist es unmöglich, ein vollständiges Bild der kulturellen Mentalität zu erstellen.

KAPITEL 2. PROBLEME DES ZUSAMMENWIRKENS VON SPRACHE UND KULTUR

2.1. Sprachliches Weltbild als Gegenstand der linguistischen Beschreibung

Zwischen dem Weltbild als Spiegelbild der realen Welt und dem sprachlichen Weltbild als Fixierung dieser Reflexion, gibt es komplexe Zusammenhänge. Die Grenzen zwischen ihnen scheinen unbeständig und verschwommen. Die Welt ist ein Mensch und die Umwelt in ihrer Interaktion. Die Reflexion der Welt im Bewusstsein, die Vorstellungen des Menschen über die Welt und die Informationen über die Umwelt und den Menschen sind ein Weltbild. Die Informationen über die Umwelt und den Menschen, die in der Sprache verarbeitet und aufgezeichnet werden, sind ein sprachliches Weltbild.

Der Träger sowohl eines Weltbildes als auch eines sprachlichen Weltbildes ist eine Person oder eine Gemeinschaft. Dementsprechend unterscheiden die Wissenschaftler individuelle und kollektive Weltbilder. In der Erkenntnis des Menschen über die objektive Realität liegt die Schaffung eines Weltbildes. Die Quellen seiner Entstehung sind laut V. V. Morkovkin folgende:

1. angeborenes Wissen – auf der Ebene des angeborenen Wissens unterscheidet sich eine Person nicht von einem Tier;
2. das Wissen, das eine Person aufgrund ihrer praktischen Tätigkeit erlangt hat – die Erfahrung der menschlichen Interaktion mit Natur und Gesellschaft;
3. Kenntnisse aus Texten, mit denen ein Mensch sein ganzes Leben lang vertraut ist;
4. im Denkprozess entwickeltes Wissen;
5. Wissen, das von der Muttersprache aufgeredet ist, d.h. kognitives Erbe [39].

Das Weltbild, sowohl einer einzelnen Person als auch einer Gesellschaft, wird auf der Grundlage aller oben genannten Quellen gebildet, d.h. die Informationen über die Welt werden über verschiedene Kanäle erhalten. Das sprachliche Weltbild basiert

nur auf Wissen, das von der Muttersprache, ihren Einheiten und Kategorien aufgeredet ist.

Die Hauptelemente des Weltbildes, *Informemas*, sind eine gewisse Informationsintegrität. Das Weltbild wird in Sprache, Gesten, in bildender Kunst und Musik, Ritualen, Dingen, Etikette, Mimik, Mode, Haushaltsführung, in soziokulturellen Stereotypen menschlichen Verhaltens gezeigt. Das sprachliche Weltbild ist eine geistig-sprachliche Erziehung, deren Elemente Konzepte sind, d.h. Informemas. Der Aussteller des sprachlichen Weltbildes ist die ethnische Sprache.

Das Weltbild kann global und universell sein, weil es die Logik des menschlichen Denkens verkörpert. In diesem Sinne haben die Weltbilder für alle Menschen Gemeinsamkeiten, da das menschliche Denken nach einheitlichen Gesetzen betrieben wird. Die Vertreter verschiedener Epochen, verschiedener sozialer Gruppen, Altersgruppen, verschiedener Wissenschaftsbereiche und Berufe können jedoch unterschiedliche Weltbilder haben. Die Menschen, die verschiedene Sprachen sprechen, können unter bestimmten Bedingungen enge Weltbilder haben, und Menschen, die dieselbe Sprache sprechen, – unterschiedliche.

Gleichzeitig nimmt das sprachliche Weltbild einen beträchtlichen Raum im Weltbild ein, da das Wissen, das ein Mensch durch seine Muttersprache erhält, das Wissen aus allen anderen Quellen übersteigt. Das sprachliche Weltbild kann nur einen Teil des „Weltbildes“ darstellen. Das sprachliche Weltbild wird als wichtiger Bestandteil des allgemeinen konzeptuellen Weltmodells im menschlichen Kopf angesehen, d.h. die Gesamtheit der menschlichen Repräsentationen und des Wissens über die Welt, die in ein Ganzes integriert sind und einem Menschen bei seiner weiteren Orientierung in der Wahrnehmung und dem Wissen über die Welt helfen [29].

E. S. Kubryakova identifiziert drei Bereiche des Spracheinflusses auf bildende Konzepte und Begriffe, d.h. die Bereiche, in denen sich die konzeptionelle sprachliche Diskrepanz manifestiert und in Form zusammenhängender, eingebauter Kreise unterschiedlicher Größe und unterschiedlichen Durchmessers darstellt [29].

Der erste Bereich spiegelt den direkten Einfluss der Sprache auf bildende Konzepte und Begriffe wider. Der zweite Bereich wird durch Verallgemeinerungen

und Abstraktionen vermittelt, die auf der Grundlage der Eigenschaften sprachlicher Zeichen und ihrer Funktion gebildet werden. Der dritte Bereich hat keinen verbalen Ausdruck.

W. A. Maslova glaubt, dass das konzeptuelle Weltbild viel reicher ist als das sprachliche Weltbild. Als Beweis wird die Tatsache angeführt, dass das konzeptuelle Weltbild mit Hilfe der Verwendung von räumlichen (oben – unten, rechts – links, Ost – West), zeitlichen (Tag – Nacht, Winter – Sommer), quantitativen, ethischen und anderen Parameter dargestellt werden kann [35].

Während des Erkennens der Welt entwickelt sich ein Mensch ständig weiter, korrigiert das Weltbild. Das sprachliche Weltbild verändert sich naturgemäß langsamer, es ist konservativ und bewahrt archaische Elemente der frühen Weltbilder. Diese Elemente dienen als Grundlage für die Schaffung eines neuen Weltbildes, sie werden im Erkenntnisprozess mit neuer Bedeutung gefüllt. Darüber hinaus kann das sprachliche Weltbild sowohl veraltete als auch neue Weltbilder enthalten.

Aus Sicht von W. B. Kasevich, gibt es Diskrepanzen zwischen dem archaischen und dem semantischen System der Sprache und dem tatsächlichen mentalen Modell, das für dieses Sprachkollektiv gilt und sich in den von ihm erzeugten Texten sowie in den Gesetzen seines Verhaltens manifestiert. Ein solches sprachliches Kontinuum sichert die Kontinuität und Entwicklung des Weltbildes und des sprachlichen Weltbildes [25, 26].

Gegenstand des Sprachwissenschaftsstudiums ist das sprachliche Weltbild, da sein Exponent die Sprache ist. Sprachliches Weltbild ist eine mental-sprachliche Bildung, Information über die umgebende Realität, die in einem individuellen oder kollektiven Bewusstsein eingefangen und durch die Sprache dargestellt ist. Die Merkmale des sprachlichen Weltbildes und seiner Natur werden von der Sprache bestimmt, da Sprache die wichtigste Form der Bildung und Existenz menschlichen Wissens über die Welt ist.

Während des Tätigkeitsprozesses erkennt eine Person die objektive Welt und fixiert die Erkenntnisergebnisse in einem Wort. Die Kombination dieses Wissens in sprachlicher Form ist das sprachliche Weltbild, das auch als „sprachliche

Zwischenwelt“, „sprachliche Repräsentation der Welt“ und als „Sprachmodell der Welt“ bezeichnet wird. Am häufigsten wird jedoch der Begriff „sprachliches Weltbild“ verwendet. Im Rahmen des sprachlichen Weltbildes ist die Sprache mit dem Denken, der Umwelt, kulturellen und ethnischen Phänomenen sowie Phänomenen innerhalb der Sprache selbst verbunden.

Das sprachliche Weltbild hat einen doppelten Charakter. Einerseits sind das die Lebensbedingungen der Menschen, die materielle Umwelt und ihr Bewusstsein und Verhalten, das sich in ihrem sprachlichen Weltbild widerspiegelt. Andererseits nimmt ein Mensch die Welt hauptsächlich durch die Formen seiner Muttersprache wahr, deren Semantik und Grammatik, die die Struktur des Denkens und Verhaltens bestimmen. Das sprachliche Weltbild ist ein subjektives Bild der objektiven Welt, es trägt die Merkmale der menschlichen Art des Verstehens, d.h. des Anthropozentrismus, der die ganze Sprache durchdringt. Das sprachliche Weltbild ist ein ganzheitliches, globales Weltbild, das das Ergebnis aller geistigen Tätigkeit eines Menschen ist; es entsteht bei einem Menschen im Laufe aller seiner Kontakte mit der Welt.

Das sprachliche Weltbild erfüllt zwei grundlegende Funktionen: interpretative, die eine Vision der Welt liefert, und regulative, die einem Menschen in der Welt als Orientierungspunkt dient. Neben den Grundfunktionen werden folgende Funktionen unterschieden: Benennung (von Objekten, Zeichen, Phänomenen, Prozessen, Zuständen, Beziehungen, Situationen, Ereignissen); Erläuterung der Ergebnisse der Kategorisierung von Wirklichkeitsphänomenen; Identifizierung der Phänomene der Welt; Weltorientierung, Sozialisation.

Jede natürliche ethnische Sprache hat ein besonderes Weltbild, d.h. spiegelt eine bestimmte Art der Wahrnehmung und Organisation der Welt wider. Die sprachliche Persönlichkeit organisiert den Inhalt der Äußerung in Übereinstimmung mit dem sprachlichen Weltbild, und dies manifestiert spezifisch die menschliche Wahrnehmung der Welt, die in der Sprache verankert ist. Das Vorhandensein spezifischer Sprachen führt zur Entstehung spezifischer sprachlicher Weltbilder bei Vertretern verschiedener Nationen. Es gibt aber auch individuelle Weltbilder, die sich bei verschiedenen Menschen unterscheiden.

Die Klassifizierung von sprachlichen Weltbildern ist aus den folgenden drei Gründen möglich:

1. Nach dem Subjekt (Träger) des sprachlichen Weltbildes.

„Es gibt so viele Weltbilder wie es Beobachter gibt, die im Kontakt mit der Welt stehen“ [69]. Es werden einzelne sprachliche Weltbilder, Weltbilder einer sprachlichen Persönlichkeit, und kollektive sprachliche Weltbilder unterschieden. Es ist zu bedenken, dass einzelne sprachliche Weltbilder in ihrer Gesamtheit ein sprachliches Bild einer ethnischen Gruppe bilden. Gleichzeitig ist das ethnisch-sprachliche Weltbild ein zeitloser, konstanter Grundbestandteil des Weltbildes einer sprachlichen Persönlichkeit. Das größte kollektive sprachliche Weltbild ist ethnisch, aber es lassen sich gruppensprachliche Weltbilder unterscheiden: der territorialen, sozialen und beruflichen Gemeinschaften sowie sprachliche Weltbilder der Erwachsenen und Kinder.

2. Nach dem Objekt, das das sprachliche Weltbild zeigt.

Das sprachliche Bild der Welt spiegelt immer die objektive Realität und die Umwelt wider. Es kann jedoch entweder die ganze Welt in all ihrer Vielfalt an Verbindungen und Konditionierungen oder ein Fragment dieser Welt dargestellt werden:

1. Hervorgehoben werden ein ganzheitliches, globales sprachliches Weltbild Sprachbild und lokale sprachliche Weltbilder. Letztere umfassen professionelle und wissenschaftliche Weltbilder: physikalische, chemische, biologische, geologische, technische, soziologische, kybernetische, mathematische, informative usw. In diesem Zusammenhang wird es über das Bild der Mikrowelt und der Makrowelt gesprochen. Es werden auch rational verarbeitete Weltbilder (funktionale, informationelle, wahrscheinlichkeitstheoretische) und bildhafte (künstlerische) Weltbilder erkannt [27, S. 27].
2. Die Qualität des gezeigten Objekts nach unterscheiden die Wissenschaftler wissenschaftliche und naive sprachliche Weltbilder. Ein naives sprachliches Weltbild ist die Kenntnis eines „gewöhnlichen“ Menschen über die Welt, in der er lebt. Dieses Weltbild spiegelt eine ganzheitliche „naive“ Sicht der Welt wider

[46]. Die darin ausgedrückten Bedeutungen bilden für Sprecher ein einziges Weltbildsystem, einschließlich der naiven Physik von Raum und Zeit, der naiven Physiologie, der naiven Ethik, der naiven Politikwissenschaft usw. J. D. Apresyan betonte die vorwissenschaftliche Natur des naiven sprachlichen Weltbildes und stellte fest, dass es nicht mit dem wissenschaftlichen Weltbild übereinstimmt, sondern archaische Ideen beibehält, zum Beispiel: *Die Sonne geht auf oder geht unter*. Das naive Weltbild entsteht durch gewöhnliches menschliches Denken, das nicht tief in den Kern von Objekten und Phänomenen eindringen kann [4].

3. Nach den Methoden der sprachlichen Repräsentation des sprachlichen Weltbildes.

Es sind die sprachlichen Weltbilder, die den Bestandteilen der Landessprache entsprechen, zu unterscheiden: das literarische sprachliche Weltbild und territorial, sozial, beruflich begrenzte sprachliche Weltbilder. Man kann auch sprachliche Weltbilder herausgreifen, die mit funktionalen Varietäten der Literatursprache korrelieren. Sprachliche Weltbilder der Einzelsituationen und der lexikalisch-semantischen Varianten eines polysemantischen Wortes werden auch notiert. Am deutlichsten wird die Natur des sprachlichen Weltbildes im Wortschatz dargestellt, denn gerade dadurch ist die „Teilung“ der Realität möglich, die Zuordnung der einzelnen Objekte im Makrokosmos und Mikrokosmos, auf die sich der Muttersprachler konzentriert [14]. Die Verbindung zwischen dem Weltbild und dem Wort beruht auf der direkten Anziehungskraft des lexikalischen Systems auf die Gesellschaft, seiner sozialen Ausrichtung, die auch seine anderen spezifischen Merkmale bestimmt: Offenheit, Durchlässigkeit und die Vielzahl der Bestandteile. Bei der Erkennung der führenden Rolle des Wortschatzes bei der Erstellung eines sprachlichen Weltbildes warnen Forscher davor, dass die Rolle eines einzigen Wortes auf der allgemeinen Leinwand des sprachlichen Weltbildes nicht hyperbolisiert werden soll.

Angesichts der führenden Rolle des Wortschatzes bei der Bildung des sprachlichen Weltbildes sollte man die verschiedenen Texte nicht vergessen, die das

sprachliche Weltbild verkörpern: poetische, wissenschaftliche, philosophische, journalistische, Sprichwörter und Redewendungen. Es wird auch festgestellt, dass in der Semiotik jede Form der Verwirklichung eines Weltbildes (Sprachtexte, soziale Institutionen, Denkmäler der materiellen Kultur) als Text bezeichnet wird. Das sprachliche Weltbild wird also sowohl auf der Ebene einer Spracheinheit als auch auf der Ebene verschiedener Arten von Texten dargestellt, die breit interpretiert werden.

2.2. Die Interaktion von Sprache und Kultur

Die moderne Linguistik ist anthropozentrisch orientiert. In den 90er Jahren des 20. Jahrhunderts entwickelt sich der Anthropozentrismus schließlich zu einem der Grundprinzipien der Linguistik und wird zur methodischen Grundlage der modernen Sprachforschung. Der Fokus liegt auf der Person, die die Sprache erschafft. Ein charakteristisches Merkmal der Sprachwissenschaft des späten 20. Jahrhunderts ist „Orientierung am Übergang von positivem Wissen zu tiefgreifendem Verständnis von Sprache als anthropozentrisches Phänomen“. Daher steht der Mensch im Zentrum des Studiums der anthropozentrischen Linguistik.

Die anthropologische Richtung in der Linguistik betrachtet:

1. den Einfluss des Menschen auf die Sprache;
2. den Einfluss der Sprache auf den Menschen, sein Bewusstsein und seine Kultur.

Das anthropologische Studium der Sprache erfolgt in folgenden Varianten:

1. Sprache ist mit menschlichen Merkmalen und Eigenschaften ausgestattet, die Person ist jedoch nicht in die Sprachtheorie einbezogen;
2. Sprache wird als „Teil des Menschen“ betrachtet;
3. Sprache wird als konstruktives Eigentum des Menschen angesehen [8].

Der anthropozentrische Ansatz beweist, dass Sprache bei der Beschreibung eines sprachlichen Faktors nicht ohne eine sprachliche Persönlichkeit existieren kann. Nach dem Prinzip des Anthropozentrismus eignet sich der Sprecher die Sprache im Gebrauchsprozess an.

Das anthropozentrische Prinzip in der Linguistik drückt sich in einer phrasenbezogenen Grundlage aus, die Ausdruckskraft, Bildsprache, Emotionalität und Bewertung liefert. Durch Phraseologismen ist es möglich, die Wahrnehmung der umgebenden Realität durch Muttersprachler zu vermitteln. Vom Standpunkt des anthropologischen Paradigmas der Linguistik ist die Phraseologie die anthropozentrische Wissenschaft, weil alle Phraseologismen Informationen enthalten, die mit zusätzlichen assoziativ-emotionalen Elementen gefüllt sind [45].

Der Mensch und die Interaktion von Sprache und Kultur stehen im Mittelpunkt wissenschaftlicher Untersuchungen. Mit diesen Wechselbeziehungen von Sprache und Kultur befasst sich vor allem Linguokulturologie. Die wichtigsten Definitionen der Linguokulturologie sind folgende:

1. Es ist eine komplexe Wissenschaftsdisziplin, die das Wechselwirken (die Interaktion) von Kultur und Sprache in ihrem Funktionieren untersucht und diesen Prozess als ganzheitliche Struktur von Entitäten in der Einheit ihres sprachlichen und außersprachlichen (kulturellen) Gehalts widerspiegelt [85].
2. Die Linguokulturologie ist derjenige Bestandteil der Ethnolinguistik, der die Korrespondenz (Entsprechung) von Sprache und Kultur in ihrem synchronen Wechselwirken untersucht und beschreibt [11].
3. Diese an der Schnittstelle von Linguistik und Kulturwissenschaft entstandene Disziplin, die zur Selbständigkeit tendiert, erforscht die in der Sprache widerspiegelten und festgehaltenen Kulturphänomene. Sie betrachtet historische und gegenwärtige sprachliche Fakten durch das Prisma der geistigen Kultur [45].

Die Aufgabe der Linguokulturologie nach V.V. Vorobjev besteht darin, die Interaktion zwischen Kultur und Sprache in ihrem Funktionieren zu untersuchen und diesen Prozess als einheitliche Struktur ihres sprachlichen und außersprachlichen, kulturellen Gehalts zu widerspiegeln [11]. V.N. Telija erforscht und beschreibt diese Disziplin den Zusammenhang zwischen der Sprache und Kultur in einem bestimmten Zeitpunkt [45]. Nach der Ansicht von W. A. Maslova erforscht die Linguokulturologie die in der Sprache verankerten historischen und gegenwärtigen Kulturphänomene [36].

Kultur und Sprache liegen deshalb sehr eng nebeneinander. Die Sprache gilt nicht nur als ein Mittel der Kommunikation, sondern auch als Mittel der Interpretation unserer Realität. Die Sprache zeigt die moderne Denkweise und die Vorstellungen der Vorläufer, die in den Sprichwörtern, Phraseologismen, Metapher, Symbolen und in anderen sprachlichen Mitteln versteckt sind [36, 17].

Diese Vorstellungen werden von Generationen zu Generationen und von Epoche zu Epoche durch Überlieferung von Mustern, Vorstellungen, Verhaltensweisen, Denkweise, Werten und Ideen aufbewahrt. [17].

In den sprachlichen Mitteln sind die Kenntnisse und Vorstellungen des Volkes nicht nur lautlich, sondern auch inhaltlich versteckt. Im Rahmen der Linguokulturologie nennt man diesen Zusammenhang zwischen der Sprache und der Kultur das sprachliche Weltbild. Das ist ein systematisierender Inhalt der Sprache. Jede Sprache erfüllt die Funktion der Befestigung und der Aufbewahrung aller Kenntnisse und aller Vorstellungen einer sprachlichen Gesellschaft über die Welt [28].

Die Sprache ist ein wesentlicher Bestandteil der Kultur und ihres Instruments. Sie ist die Realität unseres Geistes, das Gesicht der Kultur. Sie drückt vor allem die Besonderheiten der nationalen Mentalität aus. Die Beziehung zwischen der Sprache und Kultur kann als die Beziehung von Teil und Ganzem betrachtet werden. Die Sprache kann nicht nur als Bestandteil der Kultur, sondern auch als Instrument der Kultur wahrgenommen werden. Sprache kann jedoch gleichzeitig in Bezug auf die Kultur als unabhängiges, autonomes, semiotisches System betrachtet werden.

Kultur ist eines der grundlegenden Konzepte des sozialen und humanitären Wissens. Die ursprüngliche Definition von Kultur in der wissenschaftlichen Literatur gehört E. Taylor, der die Kultur als Komplex verstand. Dieser Komplex umfasste Wissen, Überzeugungen, Künste, Gesetze, Sitten, Bräuche und andere Fähigkeiten und Gewohnheiten, die eine Person als Mitglied der Gesellschaft erworben hatte.

Das Wort "Kultur" ist aber mehrdeutig. Es sind über 350 Begriffsbestimmungen dieses Wortes bekannt. Im Duden ist die Kultur eine Gesamtheit der geistigen, künstlerischen, gestaltenden Leistungen einer Gemeinschaft als Ausdruck menschlicher Höherentwicklung. Eine andere Definition lautet folgenderweise: das ist

eine Gesamtheit der von einer bestimmten Gemeinschaft auf einem bestimmten Gebiet während einer bestimmten Epoche geschaffenen, charakteristischen geistigen, künstlerischen, gestaltenden Leistungen.

Die Kultur existiert nicht außerhalb menschlicher Aktivitäten und sozialer Gemeinschaften. Kultur ist eine Welt der Bedeutungen, die ein Mensch in die Produkte seiner Tätigkeit und in die Tätigkeit selbst einbringt. Die Kultur schafft die Mittel und Methoden, um den geistigen Grundlehren im Menschen zu entwickeln. Die Kultur veredelt und erhöht die menschliche Seele. Sie ist sehr symbolisch. Die Linguokulturologie studiert vor allem Mythen, Bräuche, Gewohnheiten, Rituale und Symbole der Kultur, die in den Formen des häuslichen und rituellen Verhaltens und in der Sprache verankert sind. Die Kultur ist also ein komplexes Phänomen, das eine kommunikative Aktivität, einen Wert und eine symbolische Natur hat.

Die Kultur formt und organisiert das Denken einer sprachlichen Persönlichkeit, Formen und sprachliche Kategorien und Konzepte. Die Sprache ist also nicht nur mit der Kultur verbunden, sie drückt sie aus. Eine Sprache ist gleichzeitig ein Instrument der Schöpfung, Entwicklung, Speicherung (in Form von Texten) der Kultur und ein Teil der Kultur, weil mit Hilfe der Sprache die Werke der materiellen und geistigen Kultur geschaffen werden können.

Die Ausdrucksgrundlage der Sprache ist die wertvollste Informationsquelle über die Kultur und Mentalität der Menschen, so als ob sie in den Vorstellungen der Menschen über Mythen, Bräuche, Rituale, Rituale, Gewohnheiten, Moral, Verhalten enthalten wäre. Der Wissenschaftler B. A. Larin bemerkte, dass Phraseologismen immer indirekt die Ansichten der Menschen, des sozialen Systems, der Ideologie ihrer Zeit widerspiegeln [30].

V. N. Telija betont insbesondere die Rolle von „Etalonsvergleichen“ bei der Widerspiegelung der Weltanschauung und verbindet diese wichtige Funktion mit dem Character des Etalons als Träger der vom Menschen beobachteten Eigenschaft [45].

Beispiele für den Etalon sind die Ausdrücke: *gesund wie ein Bulle*, *dick wie ein Fass*. Diese Maßstäbe spiegeln nicht nur die nationale Weltansicht wider, sondern auch das nationale Weltverständnis, da sie das Ergebnis des tatsächlich national-typischen

Vergleichs der Phänomene der Welt sind. Die Welt wird bildlich in diesen Etalons gemessen. Am häufigsten sind Etalons in der Sprache in Form von Vergleichen zu sehen: *weiß wie Marmor, dünn wie ein Streichholz, dürr wie eine Hopfenstange, hässlich wie die Nacht* usw.

Die Sprache ist ein integraler Bestandteil der Kultur, die wir von unseren Vorfahren erben. Das ist das Hauptinstrument, mit dem wir die Kultur behalten. Jeder neue Sprecher der Sprache formt seine eigene Weltanschauung nicht auf der Grundlage der Selbstverarbeitung seiner Gedanken und Erfahrungen, sondern im Rahmen der Erfahrung seiner sprachlichen Vorfahren, die in Mythen und Archetypen festgehalten ist.

Aus diesem Grund ist das Problem der Wechselwirkung von Sprache und Kultur ab dem 19. Jahrhundert eines der zentralen Probleme der Sprachwissenschaft. Die ersten Versuche, dieses Problem zu lösen, sind in den Werken von W. Humboldt zu sehen:

1. Materielle und spirituelle Kultur sind in der Sprache verkörpert;
2. Jede Kultur ist national, ihr nationaler Charakter drückt sich in einer besonderen Sicht der Welt in der Sprache aus; Sprache hat eine spezifische Form für jede Nation – das ist eine innere Form der Sprache;
3. Innere Form der Sprache ist ein Ausdruck des „Nationalgeistes“ und seiner Kultur;
4. Sprache ist eine vermittelnde Verbindung zwischen einer Person und der Umwelt [65].

Die Idee, dass Sprache und Realität strukturell ähnlich sind, wurde von L. Hjelmslev zum Ausdruck gebracht, der feststellte, dass die Struktur einer Sprache mit der Struktur der Realität gleichgesetzt oder als deformierte Reflexion der Realität angesehen werden kann [16].

Als semiotische Systeme, haben Sprache und Kultur viele Gemeinsamkeiten:

1. Kultur und Sprache sind Bewusstseinsformen, die die Weltanschauung eines Menschen widerspiegeln;
2. Kultur und Sprache existieren in einem Dialog untereinander;

3. Das Subjekt der Kultur und Sprache ist immer ein Individuum, eine Person oder eine Gesellschaft;
4. Die Normativität ist ein gemeinsames Merkmal für Sprache und Kultur;
5. Der Historismus ist eine der wesentlichen Eigenschaften von Kultur und Sprache;
6. Die Antinomie „Dynamik – Statik“ ist in der Sprache und der Kultur verankert. Sprache und Kultur sind miteinander verbunden:
 - in Kommunikationsprozessen;
 - in der Ontogenese (die Bildung menschlicher Sprachfähigkeiten);
 - in der Phylogenese (die Bildung einer generischen, sozialen Person).

Diese beiden Begriffe zeichnen sich durch Folgendes aus:

1. In der Sprache als Phänomen ist die Haltung gegenüber einem Massenadressaten vorherrschend, während in der Kultur der Elitismus geschätzt wird;
2. Kultur ist zwar ein Zeichensystem (wie die Sprache), aber sie ist nicht in der Lage, sich selbst zu organisieren;
3. Sprache und Kultur sind verschiedene semiotische Systeme.

Diese Überlegungen lassen den Schluss zu, dass Kultur nicht absolut der Sprache entspricht (nicht isomorph ist), sondern strukturell der Sprache (homomorph) ähnlich ist. Die Sprache spiegelt die Realität wider und die Kultur ist ein integraler Bestandteil dieser Realität, mit der ein Mensch konfrontiert, dann ist die Sprache eine Widerspiegelung der Kultur. Wenn sich die Realität ändert, ändern sich die Sprache und die kulturellen und nationalen Stereotype. Es sei aber hervorgehoben, dass die Menschen die Welt auf unterschiedliche Weise sehen, d.h. durch das Prisma ihrer Muttersprache. Aber wenn jede Sprache die Realität auf eine Weise widerspiegelt, die nur ihr eigen ist, dann unterscheiden sich die Sprachen in ihren „sprachlichen Weltbildern“ [36].

Die folgenden Hauptpunkte werden in der Sapir-Whorf-Hypothese unterschieden:

1. Die Sprache bestimmt die Denkweise der Menschen, die sie sprechen.

2. Die Art und Weise, die reale Welt zu kennen, hängt davon ab, in welchen Sprachen kognitive Subjekte denken.

Laut Whorf *gliedert* man die Natur in der Richtung, die unsere Sprache vorschlägt: “We dissect nature along lines laid down by our native language. The categories and types that we isolate from the world of phenomena we do not find there because they stare every observer in the face; on the contrary, the world is presented in a kaleidoscope flux of impressions which has to be organized by our minds – and this means largely by the linguistic systems of our minds. We cut nature up, organize it into concepts, and ascribe significances as we do, largely because we are parties to an agreement to organize it in this way – an agreement that holds throughout our speech community and is codified in the patterns of our language all observers are not led by the same physical evidence to the same picture of the universe, unless their linguistic backgrounds are similar, or can in some way be calibrated“ [80].

Sprache ist eine Tatsache der Kultur, weil:

- Sprache ein integraler Bestandteil der Kultur ist, die man von den Vorfahren erbt;
- Sprache das Hauptwerkzeug ist, mit dem man Kultur lernen kann;
- Sprache das wichtigste aller Phänomene der Kulturordnung ist, denn wenn man das Wesen der Kultur (Wissenschaft, Religion, Literatur) verstehen möchte, soll man diese Phänomene als Codes betrachten, die wie Sprache geformt sind, weil die natürliche Sprache das am besten entwickelte Modell hat. Daher kann das konzeptuelle Verständnis von Kultur nur durch natürliche Sprache erfolgen.

Die Beziehung zwischen Sprache und Kultur kann als die Beziehung von Teil und Ganzem betrachtet werden. Die Sprache kann als Bestandteil der Kultur und als Instrument der Kultur wahrgenommen werden. Gleichzeitig ist die Sprache jedoch in Bezug auf die Kultur als Ganzes autonom und kann als unabhängiges autonomes semiotisches System betrachtet werden, d.h. abgesehen von Kultur.

Das phraseologische Weltbild ist nur ein Teil eines ganzheitlichen sprachlichen Weltbildes, das mittels Phraseologie beschrieben wird. Das ist ein universelles, für alle

Sprachen eigenes, einfallsreiches System spezieller sprachlicher Einheiten, die die Merkmale der nationalen Weltanschauung vermitteln. In dem phraseologischen Weltbild ist jede phraseologische Einheit ein Element eines strengen Systems und erfüllt bestimmte Funktionen bei der Beschreibung der Realien der umgebenden Realität.

Das phraseologische Weltbild (sowie das sprachliche Weltbild) ermöglicht die Weitergabe kultureller Informationen von Generation zu Generation und sichert die Kontinuität und Stabilität nationaler Vorstellungen, Stereotypen, die sich in der semantischen Struktur der Phraseologismen widerspiegeln. Die Phraseologismen erkennen die kumulative Funktion einer Sprache und verwirklichen die Übertragung der Kultur von einer Generation zur nächsten.

Jede Sprache hat ihr eigenes Weltbild. Die Phraseologie zeigt besonders deutlich diese Besonderheit. Sie gibt dem Forscher die einzigartige Gelegenheit, in die innere Welt eines Menschen einzudringen, seine wichtigsten kulturellen und moralischen Werte und die Eigenheiten des nationalen Charakters zu enthüllen.

Das Weltbild ist global, das im Geist des Menschen existiert und das sich im Verlauf seiner gesamten geistigen Tätigkeit bildet. Für einen Ausländer kann es schwierig sein, die phrasenbezogenen Einheiten einer Fremdsprache genau zu interpretieren, weil die phraseologischen Einheiten in den Landessprachen auf der Grundlage einer solchen bildlichen Darstellung der Realität vorkommen, die den Alltag und historische oder geistige Erfahrung des Sprachkollektivs widerspiegelt.

Die phraseologischen Einheiten drücken in der Regel die Beziehung des Sprechers zu den Situationen und Realitäten aus, die sie bestimmen. N. M. Šanskij merkt an, dass die Phraseologie ein direkter verbaler Ausdruck nicht nur der eine Person umgebenden Realität ist, sondern auch ihres spirituell national geprägten Bewusstseins [72].

M. F. Palevskaya definiert Phraseologie auch als ein „zutiefst nationales Phänomen“ und betont die Bedeutung des außersprachlichen Faktors in seinem Inhalt: „Die Gesamtheit der Lebensbedingungen der Menschen in einigen ihrer individuellen Verbindungen spiegelt sich in der Phraseologie wider, die sich in dem Einfallsreichtum

der Sprache zum Ausdruck von Beschreibungen verschiedener Aspekte des Lebens manifestiert“.

V. I. Simin merkt an, dass die phraseologischen Einheiten „Sitten, Gebräuche, Überzeugungen, Mythen, Bilder, Legenden widerspiegeln und verankern - alles, was an der Bildung kultureller Codes beteiligt war, die die Mentalität der Menschen bestimmen“ [21].

Zusammenfassend ist es festzustellen, dass das phraseologische Weltbild als bildliche Übertragung der Weltanschauung des Volkes verstanden werden kann. Es verankert die Ideologie der Gesellschaft, sozial bedeutende Einstellungen und Werte der moralischen und ethischen Art. Die Phraseologismen selbst können als Striche im nationalen Porträt bezeichnet werden, die dazu beitragen, die Weltanschauung und Mentalität der Menschen zu offenbaren, da sie ein eigenartiges Ergebnis kognitiv-bewertender menschlicher Aktivitäten sind, die letztendlich das Konzept der Weltwahrnehmung bilden.

Es sei hervorgehoben, dass D. O. Dobrovolskij zwei Arten des phraseologischen Weltbildes entdeckt. Das erste Weltbild wird durch die Bedeutung von figurativen und symbolischen Substraten gezeichnet. Das zweite Weltbild ist ein Teil des eigentlichen sprachlichen Weltbildes [56].

So ist der Begriff eines des phraseologischen Weltbildes untrennbar mit dem Menschen als Objekt und Subjekt figurativen Weltwissens verbunden.

Der kognitive Kern des Konzepts des Weltbildes ist, dass es ein verallgemeinertes Ergebnis der Reflexion des physischen Weltbildes im kollektiven Bewusstsein einer bestimmten Gemeinschaft ist. Gleichzeitig ist die Reflexion der Realität kein Spiegelbild, sondern das Ergebnis eines doppelten Prozesses (logische und sensorische Erkenntnis), der ihren kreativen, transformativen und interpretativen Charakter bestimmt, der im Weltbild der Gesellschaft dargestellt wird. Es ist ratsam, das Weltbild in Form von zwei relativ unabhängigen Weltbildern zu präsentieren - den logischen und sprachlichen Weltbildern.

Von besonderer kultureller Bedeutung sind solche Sprachzeichen, die auf kognitiven Kategorien beruhen, die universelle und idio-ethnische

Verallgemeinerungen von Realität, realer und mentaler (möglicher) Welt verbinden. Das Wissen über die reale Welt bilden solche logischen Weltbilder wie die physischen, naturalistischen, geopolitischen usw. Das Wissen über die idio-ethnische Welt bilden die sprachlichen Weltbilder. Als Existenzform der Kultur gilt eine besondere geistige Bildung – Konzept [44], das als Folge einer Art Teilung des sprachlichen Weltbildes einige Mikrowelten (mögliche Welten) gebildet werde. Sie entsprechen dem semasiologischen Konzept der „Semantik möglicher Welten“, wobei die Grundeinheit das Wortkonzept ist, d.h. der Name des einen oder anderen semantischen Feldes und das sprachgedankliche Epizentrum, um das der Diskurs generiert wird.

Neben dem Begriff des Weltbildes wird der Begriff des Weltmodells verwendet, der als „Koordinatengitter“ verstanden wird, durch welches die Menschen die Realität wahrnehmen und ein Weltbild in ihrem Kopf aufbauen. Das Koordinatengitter ist für verschiedene Personen gleich, aber das von ihnen in diesem Rahmen geschaffene Weltbild ist jedoch unterschiedlich, was durch eine Vielzahl von außersprachlichen Faktoren (kommunikativen, kognitiven, pragmatischen, soziokulturellen) bestimmt seine Bildung beeinflusst.

Der Begriff des Weltbildes und der Begriff des Weltmodelles entsprechen dem Begriff „Weltgestalt“, die als Spiegel der objektiven Welt in der menschlichen Psyche betrachtet wird [31]. Die Weltgestalt ist eine vollständige Einheit miteinander verbundener Bilder der Realität, die im ethnokulturellen Bewusstsein eine bestimmte Wahrnehmung der Welt widerspiegeln. Die ethnokulturelle Weltgestalt wird durch eine spezielle Matrix, ein Gitter von Koordinaten bestimmt, durch das die Menschen die umgebende Realität wahrnehmen und interpretieren.

Nach der Meinung von A. A. Zalevskaya, sei das Weltbild mit der Weltgestalt nicht identifiziert werden. Sie glaubt, dass „die Weltgestalt vielfältig ist und auf verschiedenen Bewusstseinssebenen mit der obligatorischen Kombination von „Wissen“ und „Erfahrung“ funktioniert und sich nur unvollständig für die verbale Beschreibung eignet“ [18].

Auf solcher Weise, ist die Weltgestalt mehr als die Vorstellungen von der Welt, die mit kognitiven Erfahrungen, Reflexionen und emotionalen Erfahrungen eines

Individuums verbunden. Die Weltgestalt entwickelt sich im Verlauf des gesamten Lebens eines Menschen und seiner Beziehungen zu Natur und Gesellschaft. Dies ist ein funktionierendes Weltbild, das sich aufgrund des „aktiven Geistes“ verändern kann. Es ist eine systematische Sammlung von Bildern, durch die nicht nur die Welt selbst verwirklicht wird, sondern auch der Charakter von Werten, Merkmalen der Weltanschauung, Einschätzung von Ereignissen und Objekten der dargestellten Realität durch das Subjekt.

Schlussfolgerungen zum Kapitel 2

In diesem Kapitel wird die Definition des Weltbildes und der Linguokulturologie definiert und ihre Hauptaufgaben genannt. Unter dem Weltbild werden die Vorstellungen des Menschen über die Welt, die Reflexion der Welt im Bewusstsein, und die Informationen über die Umwelt und den Menschen verstanden. Die Quellen des Weltbildes sind das angeborene Wissen, die Erfahrungen, die Kenntnisse aus den Texten, das im Denkprozess entwickelte Wissen und das kognitive Erbe. Die Hauptelemente des Weltbildes werden Informemas genannt.

Der Gegenstand der Sprachwissenschaft ist das sprachliche Weltbild. Unter dem sprachlichen Weltbild wird eine mental-sprachliche Bildung und Informationen über die umgebende Realität verstanden. Es hat in der Nationalsprache gefestigt, entspricht den Lebensbedürfnissen und Ambitionen von Menschen und spiegelt ihre Mentalität wider. Das sprachliche Weltbild wird auch ein naives Weltbild genannt, da es ein Bild ist, das von einem Menschen konstruiert wird, einen anthropozentrischen Charakter aufweist und an die sozialen Bedürfnisse und die ethnozentrische Mentalität angepasst ist.

Das sprachliche Weltbild erfüllt zwei grundlegende Funktionen: interpretative und regulative. Die Klassifizierung von sprachlichen Weltbildern ist aus den folgenden drei Gründen möglich: 1. nach dem Subjekt des sprachlichen Weltbildes; 2. nach dem Objekt, das das sprachliche Weltbild zeigt; 3. nach den Methoden der sprachlichen Repräsentation des sprachlichen Weltbildes. Einige Wissenschaftler unterscheiden

auch nicht nur das sprachliche, sondern auch das konzeptuelle Weltbild. Sie sind der Meinung, dass das konzeptuelle Weltbild viel reicher als das sprachliche Weltbild ist, da das konzeptuelle Weltbild mit Hilfe der Verwendung von räumlichen, quantitativen, ethischen und anderen Parameter dargestellt werden kann.

Jede Sprache hat ihr phraseologisches Weltbild. Das phraseologische Weltbild ist ein Teil eines ganzheitlichen sprachlichen Weltbildes, das mittels Phraseologie beschrieben wird. Das ist ein System, das die Merkmale der nationalen Weltanschauung vermitteln kann. Das phraseologische Weltbild ermöglicht auch die Weitergabe kultureller Informationen von Generation zu Generation und sichert die Kontinuität und Stabilität nationaler Vorstellungen und Stereotypen, die sich in der semantischen Struktur der Phraseologismen widerspiegeln. In dem phraseologischen Weltbild ist jede phraseologische Einheit ein Element eines strengen Systems und erfüllt bestimmte Funktionen bei der Beschreibung der Realien der umgebenden Realität. Es sei betont, dass es zwei Arten des phraseologischen Weltbildes entdeckt wurden. Die erste Art des Weltbildes wird durch die Bedeutung von figurativen und symbolischen Substraten gezeichnet und die zweite Art des Weltbildes ist ein Teil des eigentlichen sprachlichen Weltbildes.

Die Interaktion zwischen Kultur und Sprache wird untersucht. Mit ihrer Interaktion befasst sich vor allem Linguokulturologie. Das ist eine komplexe Wissenschaftsdisziplin, die das Wechselwirken von Kultur und Sprache in ihrem Funktionieren untersucht und diesen Prozess als ganzheitliche Struktur von Entitäten in der Einheit ihres sprachlichen und außersprachlichen, kulturellen Gehalts widerspiegelt. Sie untersucht die in der Sprache verankerten historischen und gegenwärtigen Kulturphänomene.

Es wurde festgestellt, dass die Sprache als Mittel der Kommunikation und der Interpretation unserer Realität gilt, weil sie die Denkweise und die Vorstellungen zeigt, die in den Sprichwörtern, Metapher, Symbolen und Phraseologismen versteckt sind. Die Sprache ist mit der Kultur eng verbunden, da sie ihr Instrument ist und die Besonderheiten der nationalen Mentalität ausdrückt. Eine Sprache ist gleichzeitig ein Instrument der Schöpfung, Entwicklung, Speicherung der Kultur und ein Teil der

Kultur, weil mit Hilfe der Sprache die Werke der materiellen und geistigen Kultur geschaffen werden können.

Die Kultur kann außerhalb menschlicher Aktivitäten und sozialer Gemeinschaften nicht existieren. Sie ist ein komplexes Phänomen, das eine kommunikative Aktivität, einen Wert und eine symbolische Natur hat. Eine wichtige Rolle bei der Widerspiegelung der Weltanschauung spielen die Etalons. Am häufigsten sind sie in der Sprache in Form von Vergleichen zu sehen.

Als semiotische Systeme, haben Sprache und Kultur folgende Gemeinsamkeiten:

- Kultur und Sprache sind Bewusstseinsformen, die die Weltanschauung eines Menschen widerspiegeln;
- Kultur und Sprache existieren in einem Dialog untereinander;
- Das Subjekt der Kultur und Sprache ist immer ein Individuum, eine Person oder eine Gesellschaft;
- Die Normativität ist ein gemeinsames Merkmal für Sprache und Kultur;
- Der Historismus ist eine der wesentlichen Eigenschaften von Kultur und Sprache;
- Die Antinomie „Dynamik – Statik“ ist in der Sprache und der Kultur verankert.

Die Beziehung zwischen Sprache und Kultur kann auch als die Beziehung von Teil und Ganzem betrachtet werden, da die Sprache als Bestandteil der Kultur und als Instrument der Kultur wahrgenommen werden kann.

KAPITEL 3. NATIONAL-KULTURELLE SPEZIFITÄT VON PHRASEOLOGISMEN ZUR BEZEICHNUNG DES ÄUßEREN DES MENSCHEN

3.1. Kulturkonzeptualisierung in der Phraseologie

Kulturelle Einstellungen finden direkte oder indirekte Verbindungen zu den mythologischen Ebenen, zur religiösen Erfahrung, zu den Reflexen der künstlerisch-ästhetischen und wissenschaftlichen Erkenntnis der Welt. Dies erlaubt uns, die Kultur in einem semiotischen Aspekt als eine besondere „Sprache“ zu betrachten, deren Zeicheninhalt sich in der Gesamtheit ihrer Kodes widerspiegelt [78]. Kulturkode ist eine Gesamtheit der kulturellen Vorstellungen einer bestimmten Gesellschaft über die Welt. Oft wird darunter das Symbolarium der Kultur gemeint. Das ist eine Gesamtheit der Zeichen dieses Kodes.

Bei der Erforschung der Phraseologie im kulturellen Zusammenhang sind laut V. N. Telija folgender Problemkreis zu beachten. Er bezieht sich auf die Definition des Phraseologiebestandes. Dazu gehört die Ermittlung verschiedener extralinguistischer Bedingungen in den phraseologischen Einheiten, die mit der Kultur in einer Wechselbeziehung stehen und den Phraseologismen die Fähigkeit zur kulturellen Referenz geben, die sie dann in ihrer Zeichenform widerspiegeln und die für eine bestimmte Sprachgemeinschaft typisch ist [78]. Die Forscherin spricht bzw. über den Postulaten, die mit der Erkennung gespeicherter kulturell markierter Bedeutungen im kulturellen Gedächtnis der Phraseologismen verbunden sind.

Der zweite Problemkreis bezieht sich auf die Unterschiede in den Methoden und Ergebnissen der Erforschung und der Beschreibung der kulturellen Semantik der Phraseologismen, die innerhalb der ethnolinguistischen, linguokulturologischen und kontrastiven Richtungen durchgeführt werden [78]. Zu diesem Problemkreis, die sich mit der Erforschung der Phraseologismen im Kulturkontext beschäftigt, gehört die Feststellung der Forschungsrichtung und ihrer Ergebnisse.

Jede phraseologische Einheit entwickelt ihr eigener Prototyp, d. h. eine freie Wortverbindung, die eine Grundlage für die Entstehung eines Phraseologismus bildet [12]. Die sprachliche Realität wird in der Phraseologie unmittelbar durch das Prisma der nationalen Denkweise gezeigt. Daher soll die ethnokulturelle Spezifik vor allem in den phraseologischen Einheiten gesucht werden.

Einer der wichtigsten Fachbegriffe, sowohl für die Ethnolinguistik, als auch für die Linguokulturologie, ist der Terminus Konzept oder kulturell bedeutendes Konzept. L. Černejko und V. Dolinskij weisen darauf hin, dass der Terminus Konzept in der Linguistik nicht neu ist. Heutzutage besitzt dieser Terminus keine feste Bedeutung, weil er auch als Synonym für die „Bedeutung des Wortes“ benutzt wird und als „eine Idee, die nicht mit den Sprachmitteln verbunden ist“, als eine Konstruktion, die sich mit der ethnokulturellen Spezifik verbindet, betrachtet wird [78]. Dieser Terminus wird aber folgenderweise interpretiert:

1. Der Begriff Konzept wird als Einheit des kollektiven Bewusstseins betrachtet, die das Objekt der realen oder irrealen Welt widerspiegelt und im nationalen Gedächtnis der Sprachträger als verbales Substrat gespeichert ist;
2. Im Geist des mittelalterlichen Konzeptualismus und des späteren Repräsentationalismus wird der Begriff Konzept als eine Abstraktion der Gesamtheit der Objekte (Hyperonym, Gattungsbegriff) betrachtet;
3. Aus der Sicht der allgemein-abbildenden Funktionen des Bewusstseins ist das Konzept eine empfindlich-kognitive Abstraktion der Gegenstände und Phänomene;
4. Aus dem psychologischen Blickwinkel wird das Konzept als ein geistiges und psychologisches Objektbild betrachtet;
5. Auf der Basis des integrativen Prinzips ist das Konzept eine verschiedensubstrate Einheit des Bewusstseins, die die Vorstellungen, Bilder, Gestalten, Begriffe enthält [78].

Die Mentalität als allgemeine philosophische Kategorie ist mit kognitiv-kulturologischen Konzepten wie „Erkenntnis“, „Geistigkeit“ und „Konzept“ sehr eng verbunden.

Die Erkenntnis ist der Prozess des Verstehens der Gesetzmäßigkeiten der äußeren und inneren Welt eines Menschen als Phänomen des Wissenserwerbs. Der Geistigkeit ist eine Eigenschaft der Seele, wo geistige, moralische und intellektuelle Interessen vor materiellen überwiegen.

Die Mentalität bildet sich im Wissen der Welt heraus. Das ist das naive Weltbild im unteilbaren Pragmatismus des nationalen Bewusstseins. In der modernen Kulturlinguistik wird der Begriff „Mentalität“ in zwei semantischen Perspektiven verwendet. Erstens, wenn man über die ethnische oder soziale Konditionalität des Bewusstseins spricht und zweitens, wenn man versucht, die Ursprünge der geistigen Einheit und Integrität der Menschen zu begründen. Im gleichen semantischen Rahmen kann dieses Konzept auch in der kognitiven Linguokulturologie verwendet werden. Die Mentalität besteht nicht nur aus Ideen, sondern auch aus Gefühlen, Stimmungen, Meinungen, Eindrücken, die eine Person unbewusst kontrollieren. Es gibt nationale, regionale Mentalität, Persönlichkeits- und sogar Gruppenmentalität. Da sowohl die Kultur als auch die Sprache mit der Mentalität der Menschen, bzw. ihrer Weltanschauung, verbunden sind, muss das Problem der Beziehung zwischen Kultur und Sprache mit mentalen Kategorien verstanden werden. A. J. Gurevich behauptet, dass die Sprache das Hauptmittel ist, um die Mentalität zu festigen [15]. Die Sprache erhält eine Widerspiegelung der ganzen Vielfalt menschlicher kognitiver Aktivitäten. Sie findet einen Ausdruck einer unendlichen Vielfalt von Bedingungen, unter denen eine Person das Wissen über die Welt erlangt hat, d.h. die Merkmale eines Volkes, seine soziale Struktur, Lebenspraxis – also alles, was die tiefen historischen Wurzeln der Mentalität widerspiegelt.

Das Konzept ist die Haupteinheit der Mentalität. Das ist eine primäre Bedeutung, die keine Gestalt angenommen hat. Konzepte sind elementare Einheiten der Organisation des sprachlichen und außersprachlichen Wissens, mit denen man die Welt erfasst und liegen den sprachlichen Ausformulierungen zugrunde. Konzepte gehen aus der Interaktion des Menschen mit der Welt hervor, sind deswegen weder objektiv noch völlig arbiträr und werden als die strukturellen Bausteine der menschlichen Kognition betrachtet.

Dabei kann es sich um zwei grundsätzliche Arten von Konzepten handeln:

- *basic level concepts*, d.h. Einheiten des mittleren Abstraktionsniveaus, die Gegenstände, Handlungen und Eigenschaften bezeichnen, z.B. *Katze*, *Auto*, *Stuhl* und nicht spezialisiert und nicht weitgehend determiniert sind;
- *image schemas*, d.h. einfach strukturierte mentale Bilder, die aus unserer alltäglichen Erfahrung stammen, z.B. Behälter, Wege, Kräfte, Relationen wie oben-unten-, vornehinten-, Teil-Ganzes-, Zentrum-Peripherie-Relation [67].

Von den beiden Arten von Konzepten können weitere abgeleitet werden durch:

- Erweiterung oder Einengung der *basic level concepts*,
- die metaphorische Projektion (engl. *metaphorical projection*), bei der die konkreten Schemata metaphorisch auf abstraktere Konzepte angewandt werden [67].

Während Konzepte strukturiert sind, d.h. eine innere Ordnung haben, sind Modelle unsystematisch und können sogar widersprüchlich sein. Konzepte wie auch Modelle sind nicht primär sprachliche, sondern kognitive, d.h. übersprachliche oder vorsprachliche begriffliche Größen. Phraseologie und Idiomatik bilden linguistische Bereiche, wo menschliches Wissen in verfestigten bis klischierte Strukturen aufgespeichert ist, deswegen kann man auch annehmen, dass es sich bei phraseologischen und idiomatischen Verbalisierungen um fest geprägte und stark tradierte Denkstrukturen und -schemata handelt [54].

Das Konzept umfasst laut Jurij Stepanov folgende Komponenten wie:

1. das primäre relevante Attribut;
2. mehrere zusätzliche passive Merkmale, die nicht mehr relevant, sondern historisch sind;
3. die innere Form, die in der Regel überhaupt nicht bewusst ist und einer äußeren mündlichen Form eingeprägt ist [44].

Die erste Komponente ist das wichtigste, relevante Merkmal des Konzepts und ist allen Sprechern der einen oder anderen Sprache, der einen oder anderen Kultur

bekannt. Mündlich ausgedrückt ist es ein Kommunikationsmittel zwischen Vertretern einer bestimmten ethnischen Gemeinschaft, Nation.

Im Gegensatz dazu, findet die zweite Komponente (ein zusätzliches passives Attribut des Konzepts) keine Relevanz für die gesamte ethnische Gruppe; Sie steht Vertretern einer bestimmten sozialen Gruppe zur Verfügung und ist für eine bestimmte Mikrogesellschaft verfügbar. Und schließlich ist die dritte Komponente (ein etymologisches Zeichen oder eine interne Form) für Muttersprachler aller Kulturen am wenigsten relevant.

Das Konzept ist mit Bedeutungskategorien korreliert. Die Bedeutung des Namens ist das Objekt (Denotat), das den gegebenen Namen trägt, und der Sinn des Namens ist das Konzept dieses Denotats, d.h. die Information, die ermöglicht, dem gegebenen Objekt den Namen zuzuweisen. In der sprachlich-kulturellen Interpretation wird das Konzept mit der typischen Darstellung wie „Prototyp“ und „Gestaltstruktur“ identifiziert [45].

In Bezug auf die Klassifizierung von Konzepten muss es betont werden, dass verschiedene Wissenschaftler der Klassifizierung unterschiedliche Merkmale hinzufügen. Aus strukturell-semantischer Sicht klassifiziert A. P. Babuschkin die Konzepte in lexikalische und phraseologische [7].

Die Grundlage der Diskursklassifikation von S. A. Askoldov und W. I. Karasik sind wissenschaftliche, künstlerische und alltägliche Konzepte. [5, 22]

Ein weiteres Kriterium für die Unterscheidung linguokultureller Konzepte ist die Zugehörigkeit zu dem Wissens- oder Bewusstseinsbereich, dem sie dienen. Die Konzepte können nicht nur strukturell-semantisch und diskursiv, sondern auch soziologisch sein. Als Beispiel dafür, klassifiziert D. S. Lichatshev alle Konzepte in die folgenden Gruppen: universelle, ethnische, individuelle und Gruppenkonzepte [32].

Es sei betont, dass die Kategorie des Konzepts einen interdisziplinären Status erhält, da das Konzept in zwei Paradigmen verwendet werden kann: in der Linguokognitologie und Linguokulturologie. Die Vertreter der ersten Richtung

interpretieren das Konzept als eine Einheit des operativen Bewusstseins, die als ganzheitliche, undifferenzierte Reflexion der Realität fungiert.

Konzepte, die im Prozess der Konzeptualisierung von Objekten und Phänomenen der Welt entstanden sind, reflektieren den Inhalt von Wissen, Erfahrung, Ergebnissen aller menschlichen Aktivitäten und die Ergebnisse ihres Wissens über die Welt in Form bestimmter Einheiten, „Quanten“ des Wissens [3].

Vertreter der zweiten, kulturwissenschaftlichen Richtung betrachten den Begriff „Konzept“ als eine mentale Formation, die in gewissem Maße durch ethno-semantic Spezifität gekennzeichnet ist.

3.2. Die stereotypen Phraseologismen

Unter dem Stereotyp werden verkürzte und reduzierte Bilder der Menschen und ihres Lebens in anderen Kulturen verstanden, welche man in dem Kopf entwirft [73]. Die Stereotype können als Klassifikationen verstanden werden, die nach bestimmten Überzeugungen und Erfahrungen entstehen und die die Menschen bewusst oder unbewusst, aktivieren. Diese Überzeugungen können von zahlreichen Ansichten beeinflusst werden, bzw. sozialen, ethnischen, kulturellen, religiösen und politischen. [69].

Stereotype beeinflussen nicht nur die Wahrnehmung von Situationen bzw. Personen, sondern haben sie auch Einfluss auf das Verhalten [74]. Ein Beispiel dafür ist *älterer Mensch*. Das ist die stereotypische Beschreibung eines Menschen, der langsam, oft vergesslich ist und sich am ganzen Körper schwach fühlt. Trotzdem, gibt es viele ältere Menschen, die unter diesen Eigenschaften nicht fallen und denen man keine dieser Charakteristiken zuschreiben kann [69].

Es erfolgt nämlich eine spontane Aktivierung des entsprechenden Stereotyps, wenn die entsprechenden Hinweise auf die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Alterskategorie, ethnischen Gruppe oder zu einem bestimmten Geschlecht vorhanden sind [74].

Die Stereotype und Vorurteile sind vor allem ein Teil der sozialen Realität, deshalb sind sie sehr oft unmöglich zu vermeiden. Sie spielen eine wichtige Rolle in dem Alltag der Menschen, der Kultur und der Sprache [74, 69].

Die stereotypen Phraseologismen gibt es in jeder Sprache. Sie werden nach individuellen, sozialen, kulturellen, geographischen, politischen, religiösen und historischen Faktoren bestimmt [69].

So waren die Frauen in der Geschichte der Gesellschaft den Männern sehr lang untergeordnet. Vor allem mussten sie für die Erziehung der Kinder und für den Haushalt zuständig oder für die Weitergabe der Traditionen verantwortlich sein, weil man der Meinung war, dass sie für andere Tätigkeiten zu schwach, inkompetent oder zu naiv waren. Ein Beispiel dafür ist ein alter Phraseologismus *lange Haare, kurzer Verstand* [6]. Mit diesem Phraseologismus unterstellten Männer, dass Frauen nicht so gut denken können wie sie, d.h. dass Frauen nicht so klug und intelligent sind. Dieser Phraseologismus war früher geschlechtsspezifisch, weil man „lange Haare“ mit der Frisur der Frauen verbunden hat. In der ukrainischen Sprache gibt es ähnliche Phraseologismen, wie *розумна голова багато волосся не держить, пуста голова ані посивіє, ані полисіє* und *на голові густо, а в голові пусто*. In der deutschen Variante dieses Phraseologismus gibt es ein Element von langem Haar, obwohl dasselbe Element in der ukrainischen Sprache nicht erforderlich ist, z.B. *пуста голова ані посивіє, ані полисіє* – hier geht es darum, dass man eine Glatze bekommen kann. Es sei betont, dass ukrainische Entsprechungen nicht geschlechtsspezifisch sind, d.h. sie gelten für Frauen, als auch für Männer.

Ein anderes Beispiel, das nur für Frauen spezifisch ist, ist *krauses Haar, krauser Sinn*. Dieses Sprichwort unterstellt, dass eine Frau, die krauses Haar hat, eigenwillig, ein wenig versponnen oder störrisch sein kann. In der ukrainischen Kultur wird das wellige und krause Haar mit dem Aussehen eines Widders verglichen: *кучерявий як баран*. Passend wird zu einer schlechten Frisur ausgedrückt: *у голові як чорт копійку шукав; як у дурного на хаті; волосся на голові як на чорту хата; розпатлана як овечка*.

Anders als die Frau wird der Mann immer als die Versorger und Beschützer der Familie angesehen. Ihm kommt die Rolle des Ernährers der Familie zu. Außerdem wird behauptet, dass ein Mann immer stark, klug, zielstrebig und durchsetzungsfähig ist. Anders gesagt, besitzen die Männer solche Fähigkeiten, die Frauen nicht haben können. Solche Tatsachen bilden die Grundlagen für die Entstehung geschlechtsspezifischer Phraseologismen [69].

Phraseologismen die sich auf die **Schönheit** beziehen sind sehr spezifisch für beide Geschlechter. Die Frauen werden immer als das schönere Geschlecht bezeichnet, wobei eine solche Variante für Männer nicht vorhanden ist. Hauptsächlich das Wort „schön“ ist nicht ein Wort, zur Beschreibung von Männern verwendet wird. Das Adjektiv schön, bildhübsch usw. wird nur bei Beschreibungen der Frauen benutzt. Männer hingegen werden z.B. als gutaussehend beschrieben [69].

Wenn ein gutaussehender Mann beschrieben wird, werden oft folgende Phraseologismen benutzt, wie *wie ein Adonis aussehen* oder *wie ein junger Gott aussehen*, *schön wie der junge Tag sein*. In der ukrainischen Sprache ist es nicht typisch, die Schönheit eines Mannes mit Gottheiten zu vergleichen, obwohl es folgende Phraseologismen gibt, z.B. *неначе Адоніс, як божество* und *гарний, що й не розказати*.

Im Gegensatz dazu wird für schöne Frauen gesagt, dass sie *wie angemalt aussehen*. Viele Phraseologismen, die Frauen beschreiben, werden oft mit dem Malen oder mit Bildern verglichen [69]. Die anderen Beispiele, die die Schönheit der Frauen beschreiben, sind folgende: *wie Milch und Blut aussehen* (ukr. *дівка рум'яна, як ружа; рум'яна, як кров з молоком*); *ein glühendes Eisen sein*; *ein Bild von einem Mädchen* (ukr. *доладна дівчина*); *durfte Biene*; *ein steiler Zahn* und *ein flotter Dampfer sein*. Ein sehr hübsches Gesicht wurde in der ukrainischen Kultur mit Tau und Wasser verglichen, z.B. *як із роси й води*.

Das Mädchen, das sehr schön, hübsch, mutig ist, wird vom ukrainischen Nationalbewusstsein als etwas Unerreichbares (wie die Sonne, Sternchen am Himmel) dargestellt oder mit dem Schönen verglichen, das in der Natur ist: *гарна як квітка навесні (в полі, лузі)*; *як чічка в городі*; *як маків цвіт*; *як мак городній*; *як квітка*

(гайова); як рожа; як маківка (ягідка, писанка, калина, весна, джерелянка, вітка, лебідка).

Über eine gesunde Person mit einer weißen Haut sagt man – *білий як сметана, білий як молоко, наче молоком улита, біленька як нитка*. In der deutschen Sprache wird die Schönheit der weißen Haut nicht mit der sauren Sahne oder Fäden, sondern mit der Wand oder Marmor verbunden, z.B. *blass und bleich wie die Wand sein; weiß wie Wachs; weiß wie Marmor*.

Ein weiteres Beispiel ist der Phraseologismus *ein richtiges Engelsgesicht haben*. Obwohl dieser Phraseologismus nicht geschlechtsspezifisch ist, ist es stereotypisch, dass man mit dieser Beschreibung eher eine Frau oder ein Mädchen beschreibt, als einen Mann [18]. Ins Ukrainische übersetzt man diesen Phraseologismus, wie *гарний, наче янгол/янголя*. Bei uns ist er auch nicht geschlechtsspezifisch, aber wird sehr oft zur Beschreibung von Kindern verwendet.

Es sei hervorgehoben, dass eine Blondine als Stereotype der Schönheit gilt. Der Phraseologismus *blondes Gift* ist mit dem Ende der 30er Jahre verbunden, als die blonden Haare modisch was, besonders unter Filmschauspielerinnen. Der Wunsch der Frau, das Haar aufzuhellen, ist mit dem jahrhundertealten Schönheitsideal verbunden.

Nicht selten ist der Begriff „blond“ mit kalter Berechnung verbunden, wie zum Beispiel im Sprichwort *„blondes Haar bringt den Jüngling in Gefahr“* oder im Ausdruck *„blond wie ein Engel, hold wie ein Bengel“*. Jedoch, gelten Blondinen als besonders schön und dieses Ideal ist besonders im Norden verbreitet, z.B. *blaue Augen, blondes Haar, ist die Liebe ganz und gar; Mädchen mit blondem Haar, die lieb ich immerdar*. Die Haarfarbe der Menschen wurde in der ukrainischen Kultur mit der Farbe von Vogelfedern, Tierhaaren, Naturphänomenen und Nahrungsmitteln verglichen. Blondes oder graues Haar wird folgenderweise beschrieben: *білий як сніг (лунь, іній, сметана, пух); побілів як молоко (як трава на морозі); сивий як циганський король (як молоко, голуб); schwarzes Haar – чорний як галка (крук, циган)*.

Es gibt auch verschiedene vulgäre und beleidigende Ausdrücke, die das Aussehen beschreiben, zum Beispiel die Phraseologismen *zum Abschießen aussehen*,

zum Anknabbern aussehen und wie ausgekotzt, ausgeschissen aussehen [69]. Es sei hervorgehoben, dass der Kochkunst eine unendliche Quelle ist, um das Wissen über die nationalen Besonderheiten eines bestimmten Volkes aufzufrischen, z.B. *zum Fressen sein, zum Anbeißen aussehen*, d.h. eine Frau ist sehr schön und attraktiv. Die Basis für eine Reihe von phraseologischen Einheiten ist die Nominierung „eine Frau ist ein Leckerbissen“, z.B. *eine Schnitte, eine Sahneschnitte, eine Torte, eine Zuckerrippe*. Auf Ukrainisch sagt man (oft familiär) *красива, що аж пальчики оближеш* und *солодка дівчина*.

Der gute Geschmackssinn ist wiederum mit Kleidung und Stil verbunden. „*Kleider machen Leute*“ ist ein geflügeltes Wort und der Titel einer Erzählung von Gottfried Keller, in der ein armer Schneider aufgrund seiner vornehmen Kleidung für einen polnischen Grafen gehalten wird. Kleidung drückt eine Weltanschauung aus, spricht von Stärke, Macht, Verschwendung, Status usw. Dieser wichtige kulturelle und soziale Aspekt drückt sich in der Phraseologie der deutschen Sprache aus, z.B. *in Frack und Lack; in (voller) Gala; in Schale sein; geschniegelt und gebügelt; gestiefelt und gespornt; an jemanden knackt alles; in Samt und Seide; wie geleckert aussehen*. Diese Phraseologismen bedeuten sehr sauber, gepflegt aussehen und gut gekleidet sein. In der ukrainischen Kultur ist es typisch über ein sehr gut gekleidetes Mädchen folgenderweise zu sagen, wie *як лялька (лялечка); гожа як панна; гарна мов цариця; вбралась як дівка до вінчаньят; виряджений як на весілля; вичепурена як пава; у повному параді*. Wenn der Junge schön gekleidet ist, sagt man *гарний як павич; одягнений з голочки; вилощений*.

Es gibt doch die phraseologischen Einheiten, wie *ein lackierter Affe aussehen, wie ein Almtier aussehen, wie ein Christbaum aufgemotzt*, die „sehr bunt und ohne Geschmack gekleidet sein“ bedeuten. Im Phraseologismus „*wie ein Almtier aussehen*“ bedeutet das Wort *Almtier* ein Tier, das nach dem Winter angezogen und auf die Alm getrieben wird. Die ukrainischen Entsprechungen sind *стовбичити як виряджене опудало; опудало горохове* und *наче Христа в намисті*. Der letzte Phraseologismus ist nur für Frauen typisch.

Die Phraseologismen, die die **Hässlichkeit** bezeichnen, sind *ein hässliches Entlein sein; hässlich wie die Nacht sein; hässlich wie die Sünde sein; wie das leibhaftige Elend aussehen; wie ein Affenarsch aussehen; ein Gesicht haben wie ein kaputter Ascheneimer; wie ausgelutscht (ausgeschissen, ausgespuckt) aussehen; Gesicht wie ein kaputter Eimer haben oder eine alte Eule sein.*

Der Phraseologismus *ein hässliches Entlein* bedeutet „junge weibliche Person, deren Äußeres man unschön finde“. Diese Redensart geht auf ein Märchen von Hans Christian Andersen zurück, in dem ein hässliches Entlein sich zu einem wunderbaren Schwan entwickelt [87].

Was den Phraseologismus *hässlich wie die Nacht sein* angeht, gilt die Nacht in Volksmynthen über den Ursprung von Tag und Nacht meist als das Ältere und als Mutter des Tages. Nach Hesiod ist sie die Tochter des Chaos und gebiert aus sich selbst den Tod, den Schlaf, die Träume, den Trug und das Alter. In Teufelssagen wird die Nacht meist als Werk des Teufels hingestellt, der Tag dagegen als Schöpfung Gottes. Dieser Dualismus findet sich in vielen abergläubischen Bewertungen, die sich auch redensartlich niedergeschlagen haben: Der lichte Tag ist gut, schön usw., die schwarze Nacht ist schlecht und hässlich [87].

Andere typische Phraseologismen zur Bezeichnung der Hässlichkeit oder Schlamperei sind: *wie Sau aussehen; wie eine Vogelscheuche aussehen; wie ein Struwelpeter aussehen; wie ein Kaktus aussehen; wie in einer Räuberhöhle aussehen; wie auf dem Schlachtfeld aussehen.* Ähnliche Übereinstimmung gibt es in der ukrainischen Sprache, z.B.: *гожа як свиня Божя; опудало горохове; виглядати наче нетіпаха; колючий як кактус (неголений); виглядати як в розбійницькому кублі; виглядати неначе з поля битви повернутись.*

Im ukrainischen Bewusstsein wird eine hässliche Person sehr oft mit unangenehmen natürlichen oder übernatürlichen Objekten und Kreaturen verglichen, z.B. mit einigen Tieren, Vögeln oder Reptilien: *красива як вівця сива; гарний як пес базарний; хороший як собака на морозі; красива як свиня сива; хороша як свиня у порошу; скверна як свиня; виглядає, як паця за сороківця; потний як баран; зачмоканий як мокра курка; вродлива як сова; гидкий як поплазка; як за куц*

пелена. Ironischerweise sagt man *виглядає як Михайлове чудо, хорош як Бабин Ярош, хороший як Микитина свита навиворіт, ладна як із болота лялька, гарненький як у Петрівку яглиця, гарний як Панькові штани*.

Über eine sehr beängstigende Person sagt man *виглядає як холера, як би з гака зірвався; як Борис-баборіз; страшний як атомна війна; страшна, як відьма; погана як ніч; страшна, як смертний гріх; красива як відьма з Лисої гори; брудкий як паплюга*. Es sei betont, dass die typischen Phraseologismen, wie *hässlich wie die Nacht sein, hässlich wie die Sünde sein, eine alte Eule sein* usw. fast immer die Entsprechungen in anderen Sprachen haben.

Wenn die Menschen ähnlich sind, benutzt man die Phraseologismen wie: *wie ein Ei dem anderen ähnlich sein, wie aus dem selben Ei gebrütet, wie aus demselben Ei gekrochen, wie aus den Augen geschnitten sein* und *aus dem gleichen (aus gutem) Holz geschnitzt sein*. Im ersten Fall geschuldet vermutlich der Tatsache, dass Eier kaum auseinander gehalten und leicht verwechselt werden können. In letztem Fall gibt es einen bildlichen Vergleich einer Person mit einem Baum, aus dem verschiedene Dinge geschnitzt werden können. Trotzdem, sind diese Dinge aus Holz, was bedeutet, dass sie im Wesentlichen identisch sind. In der ukrainischen Sprache sind ähnliche Phraseologismen vorhanden, vor allem *одним миром мазані; одного поля ягоди; пташка одного польоту; бути схожим наче дві краплі води; з одного тіста зліплени; одного роду, одного плоду*. Die populärste Redewendung ist aber *бути схожим наче дві краплі води*, d.h. die Ukrainer vergleichen ähnliche Menschen in der Regel mit Wassertropfen und die Deutschen – mit Eiern.

Es gibt viele Phraseologismen, die jemandes physische und psychische **Stärke** beschrieben. Wenn es um Stärke geht, wird die Frau als das schwache oder das zarte Geschlecht bezeichnet, wobei die Stärke der Männer anhand mit zahlreichen Phraseologismen bildhaft dargestellt wird [69].

Als das starke Geschlecht werden Männer als *stark wie ein Bär; groß/stark/kräftig/...wie ein Baum; stark wie ein Kleiderschrank/Schrank, aus hartem Holz sein* usw. bezeichnet.

Für die Deutschen ist der Bär eine der Schlüsselfiguren der Symbolik. Der Bär verkörpert Hartnäckigkeit und Vernunft, Ruhe und Unbeschwertheit. Nach dem Glauben werden die tapfersten Krieger nach dem Tod als Bären wiederbelebt. Bei den Deutschen galt der Bär aufgrund seiner Stärke, Wildheit und Tapferkeit als König der Tiere, weil er ihren kriegerischen Geist widerspiegelte. In Folge dessen entstanden die Phraseologismen mit der Bedeutung „sehr stark sein“, die in ihrer Zusammensetzung die Komponente Bär enthalten, z.B.: *stark wie ein Bär sein; eine Bärennatur haben; Bärenkräfte haben; Kräfte wie ein Bär haben; Kraft wie ein Berserker haben.*

Das Symbol für Stärke, Haltbarkeit und Gesundheit im ukrainischen Bewusstsein sind in erster Linie das Tier, der Fisch und der Vogel, z.B.: *дужий як ведмідь (слон, бугай, тур, віл); великий як ведмідь; здорова як корова; баба як тур; здоровий як бугай (бик, віл); виглядає як отер; сильний як віл (лев); здоров як кінь; міцний (моцний) як кінь (медвідь); дитиночка як линочок; дужий як орел; Waffe – баба як гармата; Gebäude – здоровий як сарай. Die Kraft der Männern wird mit einigen Pflanzen verglichen: здоров (міцний) як дуб; жиливий як дубчак; здоров як горіх; здоровий як лузан (цвик); здоровий як пеньок.*

Es gibt auch einige Beschreibungen die sich auf die Muskeln der Männer beziehen. Solche Phraseologismen sind doch nicht geschlechtsspezifisch, z.B.: *nur aus Muskelpaketen bestehen, Muskelprotz sein* [69]. Die Schwäche der Männer wird ebenfalls oft bildhaft dargestellt. Meistens geht es dabei um ironische Redewendungen die das Aussehen der Männer verspotten. Mit Hilfe der folgenden Phraseologismen werden Männer als schwach und zerbrechlich bezeichnet: *Beine so dünn wie Streichhölzer haben; dürr wie ein Besenstiel sind; dünn wie ein Streichholz sind; ohne Saft und Kraft sind.*

Im Gegensatz dazu wird eine dünne Figur bei Frauen meistens als attraktiv angesehen. Demnach ist eine schöne Frau mit der Figur, die einem gefällt, eine heiße Mieze [69]. Die anderen Beispiele, die die Schlankheit der Frauen beschreiben, sind: *schlank wie eine Gerte sein; schlank wie eine Tanne sein; schlank wie eine Schnurpinne sein; schlank wie eine Bassgeige sein; schlank wie eine Pappel sein; schlank wie ein Reh sein; schlank wie eine fescche Katze; rank und schlank sein; nur*

noch ein Strich in der Landschaft sein; vom Fleisch gefallen sein; jemandes Rippen zählen können bis auf die Knochen abgemagert sein und eine Wespentaille haben. Es sei betont, dass es für Deutsche und Ukrainer typisch ist, ein dünnes Mädchen mit Natur- und Tierelementen zu vergleichen, z.B.: *гнучка, як тополя/берізка; гнучка, як билина (билинка); гнучка, як лоза.* Trotzdem, wurde übermäßige Dünne mit Ironie gesprochen: *худий як шкана (терниця, тряся); тонкий як гілляк (бадилина, чехоня, швабра); сухий як гілляк (скінка, тріска, тарань, хрущ, драбина, кочерга, верства); перепався як скажена собака;*

Eine sehr dünne Figur wird bei Mann und Frau mit einem Skelett verglichen. Eine ähnliche Art um zu sagen, dass jemand abgemagert ist, ist *wie eine lebende/wandelnde Leiche* aussehen. Die meisten solchen Phraseologismen sind nicht geschlechtsspezifisch, werden aber öfter benutzt, um Frauen, die sehr dünn oder nur schlank sind, zu kommentieren [69], z.B.: *ein wandelndes Gerippe sein; ein dürres Gestell; dürr wie eine Bohnenstange sein; nur (noch)/nichts als Haut und Knochen; ein richtiges (wandelndes) Skelett; bis auf die Knochen abgemagert sein; (blass) wie eine wandelnde Leiche aussehen; wie eine Leiche auf Urlaub rumlaufen/aussehen.* Dasselbe gilt für das ukrainische Bewusstsein, z.B.: *чахлий як покійник; мов з труни; як з хреста знятий; ходячий мрець; худенький як різницький стовпчик; одна шкура й кістки; ребра світяться; хребет можна промацати через живіт; худий як моці; худий як тряся; худий як тріска; слабий, що аж хилиться од вітру; сама (одна) снасть.* Es sei aber hervorgehoben, dass *ходячий мрець* auch eine andere Bedeutung hat, wie „ein Mensch, der heruntergekommen und moralisch zerstört ist“.

Die Üppigkeit einer Frau und eines Mannes hingegen wird mit folgenden Phraseologismen beschrieben: *so breit wie hoch; fett wie ein Dachs; wie ein Nilpferd sein; Fett schwimmt oben; einen Schmerbauch haben; wie ein Pfannkuchen/Hefekuchen/Hefekloß aufgehen; wie ein Nilpferd sein; jemand ist in die Breite gegangen; (zu) viel auf den Rippen haben; einen Bauch bekommen; Speck auf den Rippen haben Speck auf dem Leibe haben oder sich den Speck wachsen lassen.*

In der ukrainischen Kultur hing die Einstellung zur vollen Person von der Einstellung zu sich selbst ab, aber in den meisten Fällen beschrieben die Menschen das

Übergewicht mit einem Lächeln: *винас сі як бик; годований як пацюк; товстий як бодня (кабан, ведмідь, копиця); як кадовб; як копиця сіна; годований як на заріз; жирна (гладка) як піч; змарнів ніби має свинські сухоти; спасся як медвідь; гладкий як кабан (кіт, слимак); товстий як міх (чан); виглядає як пацюк годований; ситий як чабанський віл; гладкий мов печений*. Es sei hervorgehoben, dass die meisten ukrainischen Phraseologismen zur Bezeichnung der Dicke auch eine Tierkomponente zur Verfügung haben, d.h. die Menschen werden mit dem Bullen, der Ratte, dem Ochsen, dem Bären, dem Schwein und dem Wildschwein verglichen.

Zuletzt werden noch ein paar bildhafte Wendungen für verschiedene Altersgruppen genannt, nach denen eine Person gut oder schlecht für sein Alter aussieht. Für junge Menschen sagt man, dass sie *jung und knusprig sind* oder, dass sie *wie das blühende Leben aussehen*. Reife, sowie die besten Jahre des Lebens, werden mit einer geblühten Blume verglichen, weswegen man sagt, dass eine Person *in der Blüte seines Lebens steht; in ihrem besten Alter ist oder steht; im Lenz des Lebens steht; im Mittag des Lebens steht* oder *gut bei Schick ist* [69]. Für eine ältere Frau, die nur scheinbar jung aussieht, wird die Redewendung *von hinten Blondine, von vorne Ruine* (ukr. *заду піонерка, спереду пенсіонерка*) benutzt.

Insgesamt wurde es 140 Phraseologismen analysiert, die folgenden semantischen Merkmale angeben:

1. *Schönheit*: wie Milch und Blut aussehen; ein glühendes Eisen; zum Anbeißen aussehen; zum Anknabbern aussehen; ein flotter Dampfer; gut bei Schick sein; wie ein Adonis aussehen; wie ein junger Gott sein; wie angemalt aussehen; wie ein Posaunenengel aussehen; schön wie der junge Tag sein; ein Bild von einem Mädchen sein; durfte Biene; ein steiler Zahn; ein Bild von einem Mann; ein richtiges Engelsgesicht haben; ausgekotzt aussehen; ausgeschissen aussehen; zum Fressen aussehen. (*19 Phraseologismen*)
2. *Hässlichkeit*: ein hässliches Entlein; hässlich wie die Nacht; hässlich wie die Sünde; eine alte Eule sein; wie das leibhaftige Elend aussehen; wie ein Affenarsch aussehen; wie ausgelutscht/ausgeschissen/ausgespuckt aussehen;

- potthässig sein; jemanden hat Gott im Zorn erschaffen; scheiße aussehen; von der Natur stiefmütterlich behandelt werden. (*11 Phraseologismen*)
3. *Ähnlichkeit*: wie ein Ei dem anderen ähnlich sein; wie aus dem selben Ei gebrütet; wie aus demselben Ei gekrochen; wie aus den Augen geschnitten sein; aus dem gleichen (aus gutem) Holz geschnitzt sein. (*5 Phraseologismen*)
4. *Kraft*: wie ein Kleiderschrank/Schrank; groß wie ein Baum; stark wie ein Bär; aus hartem Holz sein; nur aus Muskelpaketen bestehe; Muskelprotz sein. (*6 Phraseologismen*)
5. *Gewicht*: blass wie eine wandelnde Leiche aussehen; wie eine Leiche auf Urlaub rumlaufen; wie ein wandelndes Gerippe aussehen; (nur noch) ein Strich in der Landschaft; vom Fleisch gefallen sein; jemandes Rippen zählen können; nichts auf den Rippen haben; bis auf die Knochen abgemagert sein; dünn wie ein Streichholz; mager wie ein ausgenommener Hering; dürr wie eine Hopfenstange; ohne Saft und Kraft; Beine so dünn wie Streichhölzer haben; dürr wie ein Besenstiel sein; einen Schmerbauch haben; wie ein Pfannkuchen/Hefekuchen/Hefekloß aufgehen; wie ein Nilpferd sein; jemand ist in die Breite gegangen; (zu) viel auf den Rippen haben; einen Bauch bekommen; Speck auf den Rippen haben; Speck auf dem Leibe haben; sich den Speck wachsen lassen; sich hinter einem Schaufelstiel verstecken; sich hinter einem Besenstiel ein sauberes Unterhemd anziehen; so breit wie hoch; fett wie ein Dachs; Fett schwimmt oben; ein dürres Gestell; dürr wie eine Bohnenstange sein; nur (noch)/nichts als Haut und Knochen; ein richtiges (wandelndes) Skelett; flach wie ein Brett sein; wie ein Bügelbrett aussehen; schlank wie eine Gerte sein; schlank wie eine Tanne sein; schlank wie eine Schnurpinne sein; schlank wie eine Bassgeige sein; schlank wie eine Pappel sein; schlank wie ein Reh sein; schlank wie eine fescche Katze; schlank wie eine Mieze; rank und schlank sein; eine Wespentaille haben. (*44 Phraseologismen*)
6. *Höhe*: kaum drei Käse hoch; eine lange Bohnenstange; eine lange Hopfenstange; ein langes Elend sein; ein langer Laban; ein langer Lulatsch. (*6 Phraseologismen*)

7. *Alter*: jung und knusprig sein; wie das blühende Leben aussehen; von hinten Blondine, von vorne Ruine; in der Blüte seines Lebens stehen; in ihrem besten Alter sein; im Lenz des Lebens stehen; im Mittag des Lebens stehen; gut bei Schick sein; in einem Jungbrunnen baden möchten; Alter geht vor Schönheit.

(11 Phraseologismen)

8. *Gesicht* (Haare, Haut, Augen): wie Sau aussehen; wie eine Vogelscheuche aussehen; wie ein Struwelpeter aussehen; wie ein Kaktus aussehen; wie in einer Räuberhöhle aussehen; wie auf dem Schlachtfeld aussehen; lange Haare, kurzer Verstand; blondes Gift; blondes Haar bringt den Jüngling in Gefahr; blond wie ein Engel; hold wie ein Bengel; wie der Tod von Ypern aussehen; wie das Leiden Christi aussehen; blass und bleich wie die Wand sein; weiß wie Wachs; weiß wie Marmor; wie eine Wasserleiche aussehen; ein Gesicht haben wie ein kaputter Ascheneimer; Gesicht wie ein kaputter Eimer haben; braune Augen sind gefährlich; aber in der Liebe ehrlich; dem Auge/den Augen wehtun; das Auge beleidigen; eine Beleidigung fürs Auge sein; blaue Augen, blondes Haar, ist die Liebe ganz und gar; Mädchen mit blondem Haar, die lieb ich immerdar. *(26 Phraseologismen)*

9. *Kleidung*: im Adamskostüm sein; in Frack und Lack; in (voller) Gala; in Schale sein; geschniegelt und gebügelt; gestiefelt und gespornt; an jemanden knackt alles; in Samt und Seide; wie geleckert aussehen; ein lackierter Affe aussehen; wie ein Almstier aussehen; wie ein Christbaum aufgemotzt. *(12 Phraseologismen)*

Im Vergleich dazu vermitteln die Ukrainer sehr gut die Bewertung der Eigenschaften bestimmter Kreaturen oder Gegenstände, die zu besonderen Bewertungsmaßstäben der ukrainischen Linguokulturgemeinschaft werden. Unter den Etalons können 7 thematische Gruppen von Vergleichsobjekten unterschieden werden. Das sind die Namen von Tieren, Vögeln, Pflanzen, Menschen, Naturphänomenen, Gegenständen und Naturobjekten. Die zahlreichsten semantischen Komponenten sind Gegenständen und Tiernamen. Beispielsweise kann die thematische Gruppe „Gegenständen“ durch eine Reihe von Untergruppen unterschieden werden, z.B. die Benennungen von Kleidung, Schuhen, Fahrzeugen, Werkzeugen usw. Die vielfältige

Tierwelt wird meist von Haustieren vertreten. Sie lebten näher an Menschen, die die Besonderheiten ihres Verhaltens studieren konnten und dann sie erfolgreich auf das Aussehen von Menschen übertragen, z.B. Schwein – unschön, schmutzig; Schwan – hübsch; Hund – mager, hässlich; Katze – voll, dick, klein.

Die meisten Wetterphänomene und natürlichen Gegenständen werden auch in Phraseologismen zum Aussehen des Menschen verwendet, was ein Zeugnis der Liebe für die Umwelt ist. Die Vergleiche mit mythologischen Kreaturen und Helden werden meist durch negative Merkmale belegt, d.h. die am häufigsten verwendeten Elementen sind die Hexe und der Teufel (відьма, чорт, дідько).

Die meisten Phraseologismen, die das Aussehen beschreiben, zeigen eine gewisse Opposition: gut – schlecht; ordentlich – unordentlich; ähnlich – unähnlich, hoch – niedrig; voll – dünn und mehr. Gleichzeitig zeigt das ukrainische Volk große Wachsamkeit bei der Auswahl eines Vergleichsobjekts aus der umliegenden Flora und Fauna, insbesondere bei Haustieren, Haushaltsgegenständen und Werkzeugen.

Viel Aufmerksamkeit wird auf das Gesicht gerichtet. Wenn die Haare, Augen oder Lippen als schön beschrieben werden, spricht man über die anderen Teile des Gesichts scherzhaft und ironisch.

3.3. Ukrainische Entsprechungen der deutschen Phraseologismen zur Bezeichnung des Äußeren des Menschen

In der Übersetzungspraxis gibt es zwei Fälle, in denen phraseologische Einheiten übertragen werden. Entweder wird der Phraseologismus durch einen gleichwertigen oder ähnlichen Phraseologismus der ukrainischen Sprache ersetzt oder wird der Phraseologismus wörtlich übersetzt. Es ist jedoch zu beachten, dass die wörtliche Übersetzung den stilistischen Wert des Phraseologismus erheblich verändern kann.

Aus der Sicht der Übersetzung lassen sich drei Gruppen von Phraseologismen unterscheiden:

1. Phraseologismen, die eine vollständige Entsprechung in ukrainischer Sprache haben und in Inhalt und Form einem deutschen Phraseologismus entsprechen;

2. Phraseologismen, die in ukrainischer Sprache eine inhaltliche Entsprechung zu dem deutschen Phraseologismus haben (jedoch entsprechen solche Phraseologismen der deutschen Variante in der Form nicht);
3. Phraseologismen, die nicht inhaltlich oder formal mit der ukrainischen Sprache übereinstimmen.

Beim Übersetzen von Phraseologismen der ersten Gruppe hat der Übersetzer keine Schwierigkeiten, z.B.: *wie Milch und Blut aussehen* – як кров з молоком; *eine Wespentaille haben* – мати осину талію; *im Adamskostüm sein* – у вбранні Адама (зовсім голяка); *nur (noch)/nichts als Haut und Knochen* – одна шкура й кістки; *wie eine Vogelscheuche aussehen* – виглядати як пугало, страховище, страхопуд; *wie ein Christbaum aufgemotzt* – виряджена як новорічна ялинка; *eine Beleidigung fürs Auge sein* – потворний, що аж очі ріже.

Bei der Übermittlung von Phraseologismen der zweiten Gruppe werden in der Regel inhaltlich ähnliche Phraseologismen ausgewählt. Es ist sehr wichtig, nicht nur eine semantische Verschiebung und Verzerrung bei der Übersetzung der stilistischen Schattierung der Phraseologismen der deutschen Sprache zu vermeiden, sondern auch eine Verletzung des nationalen Kolorits zu verhindern. Demgemäß kann man keinen Phraseologismus verwenden, der sich auf das Leben und die Geschichte des Heimatlandes des Übersetzers bezieht und mit Bildern der ukrainischen Folklore assoziiert ist, da diese Bilder typische ukrainische Eigennamen, Gegenständen usw. enthalten können, z.B.: *wie ein Ei dem anderen ähnlich sein (wie aus dem selben Ei gebrütet, wie aus demselben Ei gekrochen, wie aus den Augen geschnitten)* – одним миром мазані, одного поля ягоди, пташка одного польоту, бути схожим наче дві краплі води; *stark wie ein Bär* – сильний як віл; *wie eine Leiche auf Urlaub rumlaufen, wie ein wandelndes Gerippe aussehen* – чахлий, як покійник, ходячий мрець; *lange Haare, kurzer Verstand* – розумна голова багато волосся не держить, пуста голова ані посивіє, ані полисіє und на голові густо, а в голові пусто; *weiß wie Wachs* – лице жовте, як віск; *schlank wie eine Gerte sein, schlank wie eine Tanne sein* – гнучка як тополя, берізка, лоза, билина (билинка); *wie ein Nilpferd sein* – як кабан годований.

In Ermangelung eines neutralen ukrainischen Phraseologismus muss man auf eine wörtliche Übersetzung zurückgegriffen. Der Phraseologismus *von hinten Blondine, von vorne Ruine* kann man nicht mit dem „ззаду піонерка, спереду пенсіонерка“ übersetzen, da das Wort „Pionier“ ein russisches Wort ist und bedeutet „ein Mitglied einer Pionierorganisation“. Deshalb kann dieser Phraseologismus neutral als „гарна фігура - страшне обличчя“ übersetzt werden. Ein anderes Beispiel sind die Phraseologismen *wie ein lackierter Affe aussehen* und *wie ein Almtier aussehen*, die ironisch als „наче Христя в намисті“ übertragen sind. Dies ist nicht ganz korrekt, da die Verwendung von Eigennamen unerwünscht ist. Man kann entweder „вдягнений барвисто, без смаку“ oder „як виряджене опудало“ sagen. Es sei betont, dass der ukrainische Phraseologismus „як виряджене опудало“ hat eine deutsche Entsprechung *wie eine Vogelscheuche aussehen*.

Wenn es um die dritte Gruppe von phraseologischen Einheiten geht, die keine fertige Entsprechung haben, soll man auch auf die Übersetzungen zurückzugreifen. Die Hauptsache ist, die Bedeutung des Phraseologismus beizubehalten. Gleichzeitig sollte die Übersetzung ihren Charakter als Phraseologismus, ihre Kürze, Bildhaftigkeit und, wenn sie gereimt ist, ihren Reim vermitteln, z.B.: *wie in einer Räuberhöhle aussehen* – виглядати так, наче побувати в розбійницькому кублі; *wie ein Posaunenengel aussehen* – виглядати як херувимчик; *wie ein Struwwelpeter aussehen* – виглядати наче нетіпаха.

Man muss auch vorsichtig beim Übersetzen der bekannten Phraseologismen zur Bezeichnung der Höhe sein. In der deutschen Phraseologie gibt es humoristische und ironische Spitznamen für sehr große Menschen, wie *eine lange (dürre) Hopfenstange* oder *eine lange (dürre) Bohnenstange*. Die Wörter *lang* und *dürr* verstärken die Bildhaftigkeit des ganzen Ausdrucks und rufen die Vorstellung von etwas übermäßig Langem hervor. Das Wort *lang* in diesen Phraseologismen ist ein notwendiger Bestandteil, ohne den das Bild zerstört wird. In der ukrainischen Sprache gibt es folgende Redewendungen, um sehr große Menschen scherzhaft zu charakterisieren: *саженного зросту; (довгий) як жердина; (високий) як пирятинська верства; (високий) як миля козацька; мов журавель колодязний*. Das Wort *високий/довгий*,

das dem deutschen Wort *lang* entspricht, ist nicht unbedingt in diesen Phraseologismen enthalten. Es sei hervorgehoben, dass *eine lange Hopfenstange* oder *eine lange Bohnenstange* eher auf zwei Zeichen im Aussehen eines Menschen hindeuten, bzw. hoher Wuchs und starke Dünneheit. Die ukrainischen Phraseologismen geben das zweite Zeichen, Dünneheit, nicht an.

Schließlich, reden die Deutschen über kleine Menschen mit der Ironie, z.B. *kaum drei Käse hoch*. Das Wort *Käse* bedeutet hier „Käselai“b“. Dasselbe gilt für die Ukrainer, z.B.: *від зорника два вершка, від зорника три вершка, нізвершка від зорника*. Die Etymologie dieser Phraseologismen ist mit der kleinsten Einheit des russischen metrischen Systems verbunden – dem Werschok, der 44 Millimeter ist. Sowohl in der Bedeutung als auch in der emotionalen Färbung entsprechen die Phraseologismen der deutschen und ukrainischen Sprachen einander.

Schlussfolgerungen zum Kapitel 3

Im Kapitel wird die Definition des Begriffs „Konzept“ definiert. Das ist einer der wichtigsten Fachbegriffe, sowohl für die Ethnolinguistik, als auch für die Linguokulturologie. Obwohl der Terminus keine feste Bedeutung besitzt, wird er folgenderweise interpretiert:

- als Einheit des kollektiven Bewusstseins;
- als eine Abstraktion der Gesamtheit der Objekte;
- als eine empfindlich-kognitive Abstraktion der Gegenstände und Phänomene;
- als ein geistiges und psychologisches Objektbild;
- als eine Einheit des Bewusstseins, die die Vorstellungen, Bilder, Gestalten, Begriffe enthält.

Das Konzept umfasst folgende Komponenten wie: das primäre relevante Attribut, mehrere zusätzliche passive Merkmale, die nicht mehr relevant, sondern historisch sind und die innere Form, die in der Regel überhaupt nicht bewusst ist.

Das Konzept ist die Haupteinheit der Mentalität. Konzepte sind elementare Einheiten der Organisation des sprachlichen und außersprachlichen Wissens, mit

denen man die Welt erfasst. Konzepte gehen aus der Interaktion des Menschen mit der Welt hervor.

Die Mentalität bildet sich im Wissen der Welt heraus. Das ist das naive Weltbild im unteilbaren Pragmatismus des nationalen Bewusstseins. Die Mentalität besteht nicht nur aus Ideen, sondern auch aus Gefühlen, Stimmungen, Meinungen, Eindrücken, die eine Person unbewusst kontrollieren. Es gibt nationale, regionale Mentalität, Persönlichkeits- und sogar Gruppenmentalität.

Der Begriff „Mentalität“ wird vor allem in zwei semantischen Perspektiven verwendet. Erstens, wenn man über die ethnische oder soziale Konditionalität des Bewusstseins spricht und zweitens, wenn man versucht, die Ursprünge der geistigen Einheit und Integrität der Menschen zu begründen.

Als Stereotype wird das Vorurteil über sich oder andere Menschen und ein festes, klischeehaftes Bild verstanden. Die Stereotype können als Klassifikationen verstanden werden, die in einer Gruppe nach bestimmten Überzeugungen und Erfahrungen entstehen. Diese Stereotype oder Überzeugungen werden von sozialen, ethnischen, kulturellen, religiösen und politischen Ansichten beeinflusst. Sie sind ein Teil der sozialen Realität, die man nicht vermeiden kann.

In der deutschen Sprache gibt es auch stereotype, geschlechtsspezifische Phraseologismen, die nach intraindividuellen, soziokulturellen, religiösen und historischen Faktoren bestimmt werden. Die Entstehung der stereotypen Phraseologismen ist ein sehr komplexer Prozess, der vor allem sozial bedingt ist.

Die stereotypen Phraseologismen, die sich auf die Schönheit beziehen sind spezifisch für beide Geschlechter. Da die Frauen als das schönere Geschlecht bezeichnet werden, benutzt man die Phraseologismen, wie: *wie Milch und Blut aussehen, ein glühendes Eisen sein, durfte Biene, ein steiler Zahn* und *ein flotter Dampfer sein*. Wenn ein gutaussehender Mann beschrieben wird, werden oft Phraseologismen benutzt, die anzeigen, dass ein Mann *wie ein Adonis* aussieht oder *schön wie ein junger Gott* oder *wie der junge Tag* ist.

Kleidung kann auch eine Weltanschauung ausdrücken. Die wichtigen kulturellen und sozialen Aspekte, wie Macht oder Status, drücken sich in der

Phraseologie der deutschen Sprache aus, z.B. *in Frack und Lack, in voller Gala, in Schale sein, in Samt und Seide, wie geleckt aussehen*.

Die Phraseologismen, die die Hässlichkeit bezeichnen, sind *ein hässliches Entlein sein, hässlich wie die Nacht sein, hässlich wie die Sünde sein, wie das leibhaftige Elend aussehen, wie ein Affenarsch aussehen, ein Gesicht haben wie ein kaputter Ascheneimer oder eine alte Eule sein*. Die Phraseologismen zur Bezeichnung der Hässlichkeit haben sehr oft Tierkomponenten. Bestimmte phraseologische Vergleiche mit Tiernamen beruhen auf der objektiven Erfahrung oder Ähnlichkeitsrelation zwischen menschlichen Eigenschaften und Tieren.

Wenn es um Stärke geht, wird die Frau als das schwache oder das zarte Geschlecht bezeichnet, wobei die Stärke der Männer anhand mit zahlreichen Phraseologismen bildhaft dargestellt wird. Eine dünne Figur bei Frauen wird sehr oft als attraktiv angesehen. Trotzdem, wird eine sehr dünne Figur mit einem Skelett verglichen: *ein wandelndes Gerippe sein, ein richtiges (wandelndes) Skelett*.

Als Ergebnis der semantischen Analyse von 140 phraseologischen Einheiten, die das Äußere einer Person charakterisieren, wurden 9 Gruppen von Phraseologismen anhand ihrer semantischen Komponente unterschieden. Folgende integrale semantische Merkmale wurden unterschieden: Schönheit, Hässlichkeit, Ähnlichkeit, Kraft, Gewicht, Höhe, Alter, Gesicht, Kleidung. Es ist anzumerken, dass sich viele Ausdrucksweisen, die uns aufgrund der Merkmale des Aussehens des Menschen und seiner Bedeutung zugeschrieben wurden, auch auf die Beschreibung des Charakters des Menschen, seines Temperaments (weder dieses noch dieses, kein Fisch oder Fleisch usw.) beziehen können. Die eigentliche Form dieser Redewendungen, die bildliche Grundlage, schafft die diffuse Bedeutung des Phraseologismus.

Es wurden auch ukrainische Entsprechungen der deutschen Phraseologismen zur Bezeichnung des Äußeren des Menschen erwähnt und ihre Übersetzungsvarianten genannt, z.B. *wie ein lackierter Affe aussehen* – наче Христя в намисті, як виряджене опудало.

SCHLUSSFOLGERUNGEN

Die Qualifikationsarbeit untersucht die Besonderheiten der Phraseologismen, ihre semantischen und strukturellen Merkmale. Die Phraseologismen werden dann aus Sicht der Linguokulturologie erforscht. Es wird die Definition des Phraseologismus, der Linguokulturologie, des Weltbildes und des Konzepts definiert, die Hauptaufgaben der Linguokulturologie genannt, die Interaktion von Sprache und Kultur bewiesen und die stereotypen Phraseologismen genannt.

Phraseologismen sind Wortverbindungen, die aus zwei oder mehr Wörtern bestehen. Sie verfügen über folgende Merkmale: Polylexikalität, Idiomatizität, Festigkeit, Unmotiviertheit und Reproduzierbarkeit. Der Phraseologismus ist nicht leicht durchschaubar, seine Bedeutung kann nicht aus der Bedeutung seiner Bestandteile hergeleitet werden. Manche Komponenten des Phraseologismus sind nicht austauschbar. Es wurden auch einige Klassifikationen der Phraseologismen betrachtet: semantische, strukturell-semantische und syntaktische.

Es wurde das Verhältnis zwischen der Sprache und Kultur festgestellt. Das Subjekt von Sprache und Kultur ist eine Persönlichkeit oder die Gesellschaft. Mit der Interaktion von Sprache und Kultur befasst sich Linguokulturologie. Die Sprache gilt als Mittel der Kommunikation und der Interpretation der Realität. Die Sprache ist mit der Kultur eng verbunden, da sie ein Instrument der Schöpfung, Entwicklung, Speicherung der Kultur und ein Teil der Kultur ist. Sprache und Kultur sind semiotische Systeme, die einige Gemeinsamkeiten haben, wie die Widerspiegelung der Weltanschauung eines Menschen, die Existenz in einem Dialog untereinander, die Normativität und der Historismus.

Was das Weltbild angeht, wurde es als die Vorstellungen des Menschen über die Welt definiert. Die Quellen des Weltbildes sind das angeborene Wissen, die Erfahrungen und das kognitive Erbe. Die Wissenschaftler unterscheiden sprachliche, konzeptuelle und phraseologische Weltbilder. Unter dem sprachlichen Weltbild wird eine mental-sprachliche Bildung und Informationen über die umgebende Realität verstanden. Das sprachliche Weltbild erfüllt zwei grundlegende Funktionen:

interpretative und regulative. Das konzeptuelle Weltbild ist viel reicher als das sprachliche Weltbild, da es mit Hilfe der Verwendung von räumlichen, quantitativen, ethischen und anderen Parameter dargestellt werden kann. Das phraseologische Weltbild ist ein Teil eines ganzheitlichen sprachlichen Weltbildes, das mittels Phraseologie beschrieben wird. Das phraseologische Weltbild sichert die Kontinuität und Stabilität nationaler Vorstellungen und Stereotypen, die sich in der semantischen Struktur der Phraseologismen widerspiegeln.

Das Konzept hat keine feste Definition, doch wird es als Haupteinheit der Mentalität interpretiert, die die Vorstellungen, Bilder, Gestalten, Begriffe enthält. Die Mentalität ist das naive Weltbild, die aus Ideen, Gefühlen, Meinungen, Eindrücken besteht. Man unterscheidet verschiedene Arten der Mentalität und zwar nationale und regionale Mentalität, Persönlichkeits- und Gruppenmentalität.

Als Stereotype wird das Vorurteil über sich oder andere Menschen und ein festes, klischeehaftes Bild verstanden. Sie werden von sozialen, ethnischen, kulturellen, religiösen und politischen Ansichten beeinflusst. Die Entstehung der stereotypen Phraseologismen ist sozial bedingt. In der Qualifikationsarbeit wurden die stereotypen Phraseologismen untersucht, die sich auf die Schönheit, Hässlichkeit, Stärke usw. beziehen.

РЕЗЮМЕ

Дана кваліфікаційна робота присвячена дослідженню особливостей сучасних німецьких фразеологізмів на позначення зовнішності людини в національно-культурному аспекті.

Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків до кожного розділу, висновків до всієї роботи, резюме українською та німецькою мовами та бібліографії. Кваліфікаційна робота охоплює 94 сторінки. У бібліографії 87 джерел, з яких 30 німецькомовних та 50 російсько- та українськомовних.

У вступі доведено актуальність вибраної теми для дослідження. Визначено предмет, об'єкт, мету, завдання та матеріали дослідження.

У першому розділі визначається термін «фразеологізм», який описується з погляду семантики, а саме якими семантичними ознаками володіє фразеологізм на позначення зовнішності людини. Проаналізовані фразеологізми структуруються відповідно до структурно-семантичної та синтаксичної класифікацій та розглядаються з погляду лінгвокультурології.

У другому розділі визначається поняття лінгвокультурології та пояснюється різниця між мовним, концептуальним, наївним і фразеологічним світоглядами та досліджується взаємозв'язок між мовою та культурою.

У третьому розділі висвітлюються та демонструються лінгвокультурологічні аспекти фразеологізмів на конкретних прикладах та порівнюються німецькі фразеологізми з їх українськими відповідниками.

У висновках представлені результати дослідження.

Ключові слова: фразеологізм, позначення зовнішності, структурно-семантична класифікація, семантична класифікація, синтаксична семантична класифікація, лінгвокультурологія, світогляд, лінгвістичний світогляд, фразеологічний світогляд, концепція, стереотип.

RESÜMEE

Die vorliegende Qualifikationsarbeit ist der Untersuchung der Besonderheiten der modernen deutschen Phraseologismen zur Bezeichnung des Äußeren des Menschen im national-kulturellen Aspekt gewidmet.

Die Qualifikationsarbeit besteht aus der Einleitung, drei Kapiteln, Schlussfolgerungen zu jedem Kapitel, Schlussfolgerungen zur ganzen Arbeit, dem Resümee auf Ukrainisch und Deutsch und dem Literaturverzeichnis. Die Qualifikationsarbeit umfasst 94 Seiten. Im Literaturverzeichnis gibt es 87 Quellen, 30 von denen auf Deutsch und 50 auf Ukrainisch und Russisch.

In der Einleitung wird die Aktualität des zur Untersuchung ausgewählten Themas begründet. Der Gegenstand und das Objekt der Untersuchung werden ermittelt und das Ziel, die Aufgaben und Materialien des Vorhabens werden bestimmt.

In dem ersten Kapitel wird der Terminus „Phraseologismus“ definiert und aus der Sicht von Semantik beschrieben, bzw. über welchen semantischen Merkmalen der Phraseologismus zur Bezeichnung des Äußeren des Menschen verfügt. Die analysierten Phraseologismen werden nach der strukturell-semantischen und syntaktischen Klassifikation gegliedert und aus Sicht der Linguokulturologie untersucht.

In dem zweiten Kapitel werden der Begriff der Linguokulturologie definiert, der Unterschied zwischen dem sprachlichen, konzeptuellen, naiven und phraseologischen Weltbild erklärt und das Verhältnis zwischen der Sprache und Kultur untersucht.

In dem dritten Kapitel werden kulturologische Aspekte der Phraseologismen beleuchtet und an konkreten Beispielen demonstriert und die deutschen Phraseologismen mit den ukrainischen Entsprechungen verglichen.

In den Schlussfolgerungen sind die Ergebnisse der Forschung dargestellt.

Schlüsselwörter: Phraseologismus, Bezeichnung des Aussehens, strukturell-semantische Klassifikation, semantische Klassifikation, syntaktische semantische Klassifikation, Linguokulturologie, Weltbild, sprachliches Weltbild, phraseologisches Weltbild, Konzept, Stereotyp.

LITERATURVERZEICHNIS

1. Алефиренко Н. Ф. Лингвокультурология: ценностно-смысловое пространство языка / Н. Ф. Алефиренко. – М.: Издательство «Флинта», 2016. – 275 с.
2. Алефиренко Н. Ф. Стереотипы семантического пространства лингвокультуры / Н. Ф. Алефиренко. – Белгород: БелГУ, 2010. – 196 с.
3. Ангелова М. М. «Концепт» в современной лингвокультурологии / М. М. Ангелова // Актуальные проблемы английской лингвистики и лингводидактики. Сборник научных трудов. Выпуск 3. – М., 2004. – С. 3-10.
4. Апресян Ю. Д. Образ человека по данным языка: попытка системного описания / Ю. Д. Апресян // Вопросы языкознания. Выпуск 1. – М., 1995. – С. 37-67.
5. Аскольдов С. А. Концепт и слово / С. А. Аскольдов // Русская словесность. От теории словесности к структуре текста. Антология. – М., 1997. – С. 267-279.
6. Афанасьева А. Н. Поэтические воззрения славян на природу в оценке отечественной науки / А. Н. Афанасьева. – М., 2000.
7. Бабушкин А. П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка / А. П. Бабушкин. – Воронеж, 1996. – 104 с.
8. Бенькевич Г. А. Антропоцентризм у сфері фразеології / Г. А. Бенькевич // Наука в інформаційному просторі: матеріали ІХ Міжнар. наук.-практ. конф., 10–11 жовт. 2013 р.: у 8 т. – Т. 6: Наукові дослідження з філології. – Дніпропетровськ: Біла К. О., 2013. – С. 49-53.
9. Верещагин Е. М. Национально-культурная семантика русских фразеологизмов / Е. М. Верещагин, В. Г. Костомаров. – М.: Русский язык, 1990. – 246 с.
10. Виноградов В. В. Русский язык 2-е изд. / В. В. Виноградов – М.: Высшая школа, 1972. – 601 с.

11. Воробьев В. В. Лингвокультурология (теория и методы) / В. В. Воробьев. – М.: Изд-во Росс., 1997. – 331 с.
12. Ворокова Н. У. Этнокультурная специфика идиоматики / Н. У. Ворокова. – Нальчик: Полиграфсервис, 2003. – 140 с.
13. Гаврин С. Г. Фразеология современного русского языка в аспекте теории отражения / С. Г. Гаврин. – Пермь, 1974. – 296 с.
14. Гончарова Н. Н. Языковая картина мира как объект лингвистического описания / Н. Н. Гончарова – Туле: Известия ТулГУ, 2012. – С. 396-405.
15. Гуревич А. Я. Человек и культура. Индивидуальность в истории культуры / А. Я. Гуревич. – М., 1990. – 192 с.
16. Ельмслев Л. Язык и речь / Л. Ельмслев // Звегинцев В.А. История языкознания XIX — XX вв. в очерках и извлечениях. Ч. 2. – М., 1965. – С. 111.
17. Жуманиязова Д. А. Überblick über die Linguokulturologie / Д. А. Жуманиязова. – М.: Молодой ученый, 2017. – С. 626-628.
18. Залевская А. А. «Образ мира» vs «языковая картина мира» / А. А. Залевская // Картина мира и способы ее репрезентации: научные доклады конференции «Национальные картины мира: язык, литература, культура, образование». – Воронеж: ВГУ, 2003. – С. 41-47.
19. Зимин В. И. Этимологический параметр в описании пословиц и поговорок / В. И. Зимин. – М., 1990. – С. 160-167.
20. Зимин В. И. О национально-культурных особенностях устойчивых сравнений / В. И. Зимин, Пак Сон Гу. – М., 2004. – С. 102-114.
21. Зимин В. И. О пользе пристрастного рассмотрения внутренней формы фразеологизмов / В. И. Зимин, А. В. Калинина. – М.: МИГУ, 2005. – С. 66-73.
22. Карасик В. И. Языковой круг. Личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград: Перенема, 2002. – 477 с.
23. Карасик В. И. Культурные доминанты в языке / В. И. Карасик. – Волгоград-Архангельск, 1996. – С. 3-16.

24. Карасик В. И. О категориях лингвокультурологии / В. И. Карасик. – Волгоград, 2001. – С. 3-16.
25. Касевич В. Б. О когнитивной лингвистике / В. Б. Касевич. – СПб, 1998.
26. Касевич В. Б. Буддизм. Картина мира. Язык. / В. Б. Касевич. – СПб.: Центр «Петербургское востоковедение», 1996. – 288 с.
27. Климкова Л.А. Нижегородская микропонимия в языковой картине мира / Л. А. Климкова. – Арзамас: АГПИ, 2007. – 394 с.
28. Корнилов О. А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов / О. А. Корнилов. – М.: Университет, 2014. – 350 с.
29. Кубрякова Е. С. Роль словообразования в формировании языковой картины мира / Е. С. Кубрякова // // Роль человеческого фактора в языке. Язык и картина мира. – М.: Наука, 1988. – С. 141-172.
30. Ларин Б. А. Очерки по фразеологии / Б. А. Ларин. – Москва: Просвещение, 1977. – 224 с.
31. Леонтьев А. Н. Психология образа / А. Н. Леонтьев // // Вестник МГУ. Сер. 14. № 2. – М.: Вестник, 1979. – С. 3-14.
32. Лихачев Д. С. Логический анализ языка. Культурные концепты / Д. С. Лихачев. – М., 1991. – С. 280-287.
33. Лурия А. Р. Язык и сознание / А. Р. Лурия. – М., 1979. – 320 с.
34. Марковина И. Ю. Культура и текст. Введение в лакунологию / И. Ю. Марковина. – М.: ГЭОТАР-Медиа, 2008. – 144 с.
35. Маслова В. А. Введение в лингвокультурологию / В. А. Маслова. – М.: Наследие, 1997. – 208 с.
36. Маслова В. А. Лингвокультурология / В. А. Маслова. – М.: Академия, 2004. – 204 с.
37. Маслова В. А. Когнитивная лингвистика / В. А. Маслова. – Мн.: ТетраСистемс, 2004. – 256 с.
38. Моисеева И. Ю. Принципы исследования синтаксического пространства текста как динамической системы / Моисеева И. Ю // Языковая картина

- мира: лингвистический и культурологический аспекты. – Бийск: БПГУ им. В. М. Шукшина, 2006. – С. 319-324.
39. Морковкин В. В. Русские агнонимы / В. В. Морковкин, А. В. Морковкина. – М., 1996. – 415 с.
40. Постовалова В. И. Картина мира в жизнедеятельности человека / В. И. Постовалова // Роль человеческого фактора в языке: Язык и картина мира. – М.: Наука, 1988. – С. 8-69.
41. Потебня А. А. Мысль и язык / А. А. Потебня. – К.: Государственное издательство Украины, 1926. – 208 с.
42. Радченко О. А. Язык как мирозидание: Лингвофилософская концепция неогубольдтианства / О. Я. Радченко. – М.: Едиториал УРСС, 2005. – 312 с.
43. Серебренников Б. А. Роль человеческого фактора в языке: Язык и мышление / Б. А. Серебренников. – М.: Наука, 1988. – 244 с.
44. Степанов Ю. С. Концепты. Тонкая пленка цивилизации / Ю. С. Степанов. – М.: Языки славянских культур, 2007. – 248 с.
45. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В. Н. Телия. – Москва: Школа „Языки русской культуры”, 1996. – 288 с.
46. Уфимцева Н. В. Этнические и культурные стереотипы: кросс-культурное исследование / Н. В. Уфимцева // Известия Академии наук (РАН). Серия литературы и языка. Т. 54. № 3. – М.: Известия Академии наук, 1995. – С. 55-62.
47. Уфимцева А. А. Роль лексики в познании человеком действительности и в формировании языковой картины мира / А. А. Уфимцева // Роль человеческого фактора в языке. Язык и картина мира. – М.: Наука, 1988. – С. 108-140.
48. Хайруллина Р. Х. Фразеологическая картина мира: от мировидения к миропониманию / Р. Х. Хайруллина – Уфа: Изд-во БГПУ, 2008. – 300 с.

49. Чернышева И. И. Устойчивые словесные комплексы в языке и речи (на материале немецкого языка) / И. И. Чернышева – М.: Высшая школа, 1980. – 143 с.
50. Шаклеин В. М. Становление и развитие теории лингвокультурной ситуации в лингвокультурологических исследованиях / В. М. Шаклеин // Язык и культура. Культурологический компонент языка. № 2. – К., 1998. – С. 137-140.
51. Bartmiski J. Der Begriff des sprachlichen Weltbildes und die Methoden seiner Operationalisierung / J. Bartmiski. – Lublin, 2012. – S. 261-289.
52. Baumann I. Kulturenorientierte Bildung / I. Baumann. – Berlin: Springer-Verlag, 2017. – 533 S.
53. Burger H. Handbuch der Phraseologie / H. Burger, A. Buhofer, A. Sialm. – Berlin: Walter de Gruyter & Co., 1982. – 448 S.
54. Burger H. Phraseologie, Eine Einführung am Beispiel des Deutschen / H. Burger. [3. Aufl]. – Berlin, 2007. – 224 S.
55. Burger H. Phraseologie, Eine Einführung am Beispiel des Deutschen / Harald Burger. [4. Aufl]. – Berlin, 2010. – 240 S.
56. Dobrovolskij D. Phraseologie und sprachliches Weltbild. Vorarbeiten zum Thesaurus der deutschen Idiomatik / D. Dobrovolskij. – Wien, 1992. – 171 S.
57. Dobrovolskij D. Zur Theorie der Phraseologie. Kognitive und kulturelle Aspekte / D. Dobrovolskij, E. Piirainen. – Tübingen: Stauffenburg, 2009. – 211 S.
58. Donalies E. Basiswissen Deutsche Phraseologie / E. Donalies. – Basel, 2009. – 132 S.
59. Detges U. Kontrastive Analyse phraseologischer Variation im kolumbianischen und europäischen Spanisch / U. Detges. – München, 2011. – 279 S.
60. Eckert R. Die Phraseologie der russischen Sprache / R. Eckert, K. Günther. – Leipzig, Berlin, 1992. – 176 S.
61. Ferdinand de Saussure Cours de linguistique Générale / Ferdinand de Saussure. – Paris, 1916.

62. Fleischer W. Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache / W. Fleischer. – Leipzig: Bibliographisches Institut. – 1997. – 308 S.
63. Häusermann J. Phraseologie. Hauptprobleme der deutschen Phraseologie auf der Basis sowjetischer Forschungsergebnisse / J. Häusermann. – Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 1977. – 144 S.
64. Hinnenkamp V. Interaktionale Soziolinguistik und Interkulturelle Kommunikation / V. Hinnenkamp. – Berlin: Walter de Gruyter & Co., 2011. – 192 S.
65. Humboldt A. Kosmos: Entwurf einer physischen Weltbeschreibung / A. Humboldt. – Stuttgart und Tübingen: Cotta, 1845. – 999 S.
66. Kuße H. Kulturwissenschaftliche Linguistik [Электронный ресурс] / H. Kuße. – Режим доступа: https://www.academia.edu/9474939/Wilhelm_von_Humboldt – Загол. з екрану
67. Lakoff J. Metaphors we live by / J. Lakoff. – Chicago: University of Chicago Press, 1980. – 242 S.
68. Lippmann W. Public opinion / W. Lippmann. – Harcourt, 1922. – 427 S.
69. Novak A. Geschlechtsspezifische Phraseologie in der deutschen Sprache / A. Novak. – Rijeka, 2016. – 25 S.
70. Palm C. Phraseologie: Eine Einführung / C. Palm. [2. Aufl]. – Tübingen: Narr, 1997. – 130 S.
71. Palm C. Phraseologie: Eine Einführung / C. Palm. [2. Aufl]. – Tübingen: Narr, 1995. – 130 S.
72. Šanskij N. Phraseologie der modernen russischen Sprache / N. Šanskij. – M.: Librokom, 2010. – 160 S.
73. Schmidt C. Wirtschaftsalltag und Interkulturalität. Fachkommunikation als interdisziplinäre Herausforderung / C. Schmidt. – Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag GmbH, 2002. – 282 S.
74. Straub J. Handbuch interkulturelle Kommunikation und Kompetenz. Grundbegriffe-Theorien-Anwendungsfelder / J. Straub, A. Weidemann, D. Weidemann. – Stuttgart: J.B. Metzler, 2007. – 834 S.

75. Sulikowska A. Kann eine Frau den Hut nehmen? Zur Geschlechtsspezifität der Phraseologismen mit der Hut-Konstituente / A. Sulikowska. – Szczecin: University of Szczecin, 2018. – 14 S.
76. Telija V. The metaphorization and its role in the creation of a language picture of the world / V. Telija. – M.: Nauka, 1988. – S. 173-204.
77. Tursunova G. E. Linguokulturelle Besonderheiten der Phraseologismen mit der Komponente Kopf und sein Symbol im Deutschen und Usbekischen / G. E. Tursunova. – Taschkent, 2014. – 88 S.
78. Tushych Y. Ethnokulturelle Elemente in der Phraseologie (Untersuchung anhand folgender Sprachen: Ukrainisch, Tschechisch, Deutsch und Russisch) / Y. Tushych. – Greifswald, 2013. – 268 S.
79. Whorf B. L. Language, Thought and Reality / B. E. Whorf. – Cambridge, MA: MIT Press, 1956. – 276 S.
80. Wind K. Vergleich phraseologischer Einheiten betreffend den menschlichen Körper in deutscher und russischer Sprache / K. Wind. – Wien, 2012. – 115 S.

Wörterbücher und Nachschlagewerke

81. Бинович Л. Э. Немецко-русский фразеологический словарь / Л. Э. Бинович – М.: Аквариум, 1995. – 768 с.
82. Карнаухов В. Я. Wörterbuch der präpositionalen Wortfügungen und Wendungen. Russisch-Deutsch. Deutsch-Russisch / В.Я. Карнаухов, А. П. Карпец. – СПб.: Антология, 2009. – 464 с.
83. Мізін К. Німецько-український фразеологічний словник: усталені порівняння / К. Мізін. – Вінниця: Нова Книга, 2005. – 302с.
84. Попов, Е. О. 1500 русских и 1500 немецких идиом, фразеологизмов и устойчивых словосочетаний / Е. О. Попов. – М.: Астрель; СПб.: Сова, 2012. – 192 с.
85. Duden. Redewendungen [4 Auflage, neu bearbeitete und aktualisierte Auflage] / Duden. – Berlin: Herausgegeben von der Dudenredaktion, Dudenverlag, 2013. – 929 S.

- 86.Langenscheidt. 1000 Redensarten / Langenscheidt. – München: Langenscheidt, Mchn., 2000. – 248 S.
- 87.Wörterbuch für Redensarten, Redewendungen, idiomatische Ausdrücke, Sprichwörter, Umgangssprache [Elektronний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.redensarten-index.de/suche.php>

ANHANG Ukrainische Entsprechungen der deutschen Phraseologismen

Phraseologismen auf Deutsch	Übersetzung ins Ukrainische
wie Milch und Blut aussehen	1. дівка рум'яна, як ружа 2. рум'яна, як кров з молоком
zum Anbeißen aussehen; zum Anknabbern aussehen; zum Fressen aussehen	1. красива, що аж пальчики оближеш 2. виглядати молодо і свіжо
ein flotter Dampfer	красна дівчина, хоч з лица воду пий
gut bei Schick sein	любо глянути
wie angemalt aussehen	1. хоч картину малюй 2. хоч у рамку вправ
wie ein Adonis aussehen	неначе Адоніс
wie ein junger Gott sein	як божество, дуже вродливий
wie ein Posaunenengel aussehen	виглядати як херувимчик
schön wie der junge Tag sein	гарний, що й не розказати
ein Bild von einem Mädchen	доладна дівчина
ein Bild von einem Mann	красень
ein richtiges Engelsgesicht haben	гарний, наче янгол
ein hässliches Entlein	гидке каченя
hässlich wie die Nacht; hässlich wie die Sünde	1. страшна, як смертний гріх 2. страшна, як Божа кара
eine alte Eule sein	гожа, як свиня Божа
wie das leibhaftige Elend aussehen	висох, лиш йому ся очі світять
wie ein Affenarsch aussehen	мати на обличчі багато макіяжу
wie ausgelutscht; ausgeschissen; ausgespuckt aussehen	1. наче висмоктаний 2. мати хворобливий вигляд
potthässlich sein	потворний, страшний
jemanden hat Gott im Zorn erschaffen	гарний, як чортів тато восени
das Auge beleidigen; eine Beleidigung fürs Auge sein	1. різати комусь очі 2. потворний, що аж очі ріже
scheiße aussehen	потворний
von der Natur stiefmütterlich behandelt werden	бути обділеним природою
wie ein Ei dem anderen ähnlich sein; wie aus dem selben Ei gebrütet; wie aus demselben Ei gekrochen	1. одним миром мазані; 2. одного поля ягоди; 3. пташка одного польоту
wie aus den Augen geschnitten sein	бути схожим наче дві краплі води
aus dem gleichen (aus gutem) Holz geschnitzt sein	1. з одного тіста зліплені 2. одного роду, одного плоду
wie ein Kleiderschrank/Schrank	широкоплечий чолов'яга
groß wie ein Baum	1. високий, сильний чоловік 2. сильний, як дуб

stark wie ein Bär	сильний, як віл
aus hartem Holz sein	сильний, як дуб
blass wie eine wandelnde Leiche aussehen	білий, як труп
wie eine Leiche auf Urlaub rumlaufen	1. чахлий, як покійник 2. мов з труни
wie ein wandelndes Gerippe aussehen	1. як з хреста знятий 2. ходячий мрець
(nur noch) ein Strich in der Landschaft vom Fleisch gefallen sein	худенький, як різницький стовпчик одна шкура й кістки
jemandes Rippen zählen können; nichts auf den Rippen haben	1. ребра світяться; 2. хребет можна промацати через живіт
bis auf die Knochen abgemagert sein	худий, як моці
dünn wie ein Streichholz; dürr wie eine Hopfenstange; dürr wie ein Besenstiel sein	1. висохлий, аж йому ребра видно 2. худий, як трясця
mager wie ein ausgenommener Hering	худий, як тріска
ohne Saft und Kraft	слабий, що аж хилиться од вітру
Beine so dünn wie Streichhölzer haben	сама (одна) снасть
einen Schmerbauch haben; einen Bauch bekommen	1. товстий, як барило 2. товстий, як бодня
wie ein Nilpferd sein	тілом обріс, як кабан годований
jemand ist in die Breite gegangen; Fett schwimmt oben	1. мати живіт, як барило 2. як (трохи) не лусне
Speck auf den Rippen haben; Speck auf dem Leibe haben; sich den Speck wachsen lassen	1. опасистий, годований, тлустий 2. шия (в'язи) хоч обіддя гни 3. в свою шкуру не потовпиться
ein dürres Gestell	1. худий, аж хилиться від вітру 2. тонка, як чехоня
dürr wie eine Bohnenstange sein	1. сухорібрий, як мітла 2. тонкий, як швабра
nur (noch)/nichts als Haut und Knochen	1. шкура й кістки 2. тільки душа в тілі 3. не живе, тільки дні тре
ein richtiges (wandelndes) Skelett	1. ходячий мрець 2. як з того світа встав
schlank wie eine Gerte sein; schlank wie eine Tanne sein; schlank wie eine Schnurpinne sein	1. гнучка, як тополя/берізка 2. гнучка, як билина (билинка) 3. гнучка, як лоза
eine Wespentaille haben	мати осину талію
kaum drei Käse hoch	1. від горшка два вершка 2. горобцю по коліна

eine lange Bohnenstange; eine lange Hopfenstange	1. високий, як драбина 2. саженого зросту 3. довгий, як жердина
ein langes Elend sein; ein langer Laban sein; ein langer Lulatsch sein	1. високий, як пирятинська верства 2. високий, як миля козацька 3. високий, як дремайлівська гребля
jung und knusprig sein	молодий та зелений
wie das blühende Leben aussehen; in der Blüte seines Lebens stehen; in ihrem besten Alter sein; im Lenz des Lebens stehen; im Mittag des Lebens stehen	1. в розквіті віку 2. в розквіті сил 3. в самому соку
von hinten Blondine, von vorne Ruine	ззаду піонерка, спереду пенсіонерка (жарт.)
wie eine Vogelscheuche aussehen	виглядати як пугало, страховище, страхопуд
wie ein Struwelpeter aussehen	виглядати наче нетіпаха
wie ein Kaktus aussehen	колючий, як кактус (неголений)
wie in einer Räuberhöhle aussehen	виглядати, як в розбійницькому кублі
wie auf dem Schlachtfeld aussehen	виглядати, неначе з поля битви повернутись
lange Haare, kurzer Verstand	1. розумна голова багато волосся не держить 2. пуста голова ані посивіє, ані полисіє 3. на голові густо, а в голові пусто
blondes Gift	чарівна блондинка
blondes Haar bringt den Jüngling in Gefahr	світле волосся наражає юнаків на небезпеку
blond wie ein Engel	світлий, наче янголя
wie der Tod von Ypern aussehen; wie das Leiden Christi aussehen	1. наче з хреста знятий 2. живий мрець
blass und bleich wie die Wand sein; weiß wie Wachs; weiß wie Marmor	1. лице жовте, як віск 2. блідий, аж світиться 3. лице бліде, мов хмариночка
wie eine Wasserleiche aussehen	лице жовте, як в черця
im Adamskostüm sein	1. у вбранні Адама 2. зовсім голяка
in Frack und Lack; in (voller) Gala; in Schale sein; in Samt und Seide	1. вбралась як дівка до вінчання 2. виряджений, як на весілля 3. вичепурена як пава 4. у повному параді
geschniegelt und gebügelt;	1. одягнений з голочки

gestiefelt und gespornt	2. вилощений
wie ein lackierter Affe aussehen; wie ein Almtier aussehen; wie ein Christbaum aufgemotzt	1. стовбичити як виряджене опудало 2. вдягнений барвисто, без смаку 3. наче Христа в намисті (жарт.)