

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**Кафедра німецької філології**

**Курсова робота з лінгвістики**  
**на тему:**  
**«КОМПАРАТИВНІ ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ОДИНИЦІ**  
**НІМЕЦЬКОЇ МОВИ НА ПОЗНАЧЕННЯ ЗОВНІШНОСТІ**  
**ЛЮДИНИ: ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ»**

студентки групи МЛнім 09-20  
факультету германської філології і  
перекладу  
освітньо-професійної програми  
Німецька мова і література, друга  
іноземна мова, переклад  
за спеціальністю 035 Філологія  
спеціалізація 035.043 Германські  
мови та літератури (переклад  
включно), перша – німецька  
**МАРТИНЮК Катерини**  
**Вікторівни**

Науковий керівник:  
**к. філол. наук, доц. Форманюк О.В.**

Національна шкала \_\_\_\_\_  
Кількість балів \_\_\_\_\_  
Оцінка ЄКТС \_\_\_\_\_

Члени комісії:  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**NATIONALE LINGUISTISCHE UNIVERSITÄT KYJIW**  
**LEHRSTUHL FÜR DEUTSCHE PHILOLOGIE UND ÜBERSETZUNG**

**Semesterarbeit**  
**in Sprachwissenschaft zum Thema:**

**«Komparative phraseologische Einheiten der deutschen Sprache zur  
Bezeichnung des Aussehens eines Menschen: linguokulturologischer  
Aspekt»**

von der Studentin des 4.  
Studienjahres der Seminargruppe Nr.  
Minim 09-20  
Fach: 035 Philologie,  
Spezialisierung: 035.043 Germanische  
Sprachen und Literaturen (inklusive  
Translation)  
Ausbildungsprogramm: Deutsche  
Sprache und Literatur, zweite  
Fremdsprache, Translation  
**Kateryna MARTYNIUK**  
Wissenschaftliche Betreuerin:  
Doz., Dr. Oksana FORMANJUK

Nationale Bewertungsskala \_\_\_\_\_  
Punktzahl \_\_\_\_\_  
EKTS-Note \_\_\_\_\_

Kommissionsmitglieder:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

# INHALT

EINLEITUNG .....	3
KAPITEL 1 UNTERSUCHUNG VON KOMPARATIVEN PHRASEOLOGISMEN .....	5
1.1. Das Konzept der komparativen Phraseologismen .....	5
1.2. Strukturtypen der komparativen Phraseologismen.....	6
1.3. Klassifikation der komparativen Phraseologismen.....	7
1.4. Ursprung der Phraseologieeinheiten zur Beschreibung des Aussehens.	12
Schlussfolgerungen zum Kapitel 1 .....	15
KAPITEL 2 KULTURELLE ASPEKTE DER DEUTSCHEN PHRASEOLOGIE ZUR BESCHREIBUNG DES MENSCHLICHEN AUSSEHENS.....	17
2.1 Ethnokulturelle Informationen in phraseologischen Einheiten.....	18
2.2 Die Semantik von Phraseologieeinheiten zur Beschreibung des Aussehens der Menschen.....	18
Schlussfolgerungen zum Kapitel 2.....	24
SCHLUSSFOLGERUNGEN .....	26
РЕЗЮМЕ .....	28
RESÜMEE .....	29
LITERATURVERZEICHNIS .....	30

## EINLEITUNG

Die Analyse von komparativen phraseologischen Einheiten zur Beschreibung des menschlichen Aussehens ist ein Thema von zunehmendem Interesse, das nicht nur akademisches Interesse weckt, sondern auch wichtige Erkenntnisse über die kulturelle Identität einer Gesellschaft liefert. Insbesondere in der deutschen Sprache gibt es eine Vielzahl von Ausdrücken, die das Erscheinungsbild einer Person beschreiben und somit Einblicke in kulturelle Normen, Werte und Ästhetik ermöglichen.

Der Schwerpunkt dieser Arbeit liegt auf der Untersuchung der Besonderheiten der Darstellung ethnokultureller Informationen in Phraseologieeinheiten zur Beschreibung des Erscheinungsbildes einer Person in der modernen deutschen Sprache. Hierbei wird untersucht, wie bestimmte semantische Felder verwendet werden, um das Konzept des Aussehens einer Person in der modernen deutschen Sprache zu vermitteln und kulturelle Nuancen auszudrücken.

**Die Aktualität** dieses Themas ergibt sich aus seinem Beitrag zum interkulturellen Verständnis und der Erforschung kultureller Unterschiede. Durch die Analyse dieser Phraseologieeinheiten können nicht nur sprachliche Strukturen besser verstanden, sondern auch kulturelle Werte und Normen tiefer erforscht werden.

**Das Forschungsobjekt** dieser Arbeit ist die Untersuchung von Phraseologieeinheiten in der deutschen Sprache, die das Aussehen einer Person beschreiben. Dementsprechend bezieht sich **der Forschungsgegenstand** auf die linguokulturellen Aspekte dieser Phraseologieeinheiten und ihre Rolle bei der Reflexion kultureller Identität.

**Das Forschungsziel** besteht darin, die semantische Bedeutung, Herkunft und Verwendung komparativer phraseologischer Einheiten zur Beschreibung des menschlichen Aussehens zu untersuchen und zu verstehen.

Um dieses Ziel zu erreichen, sollen die folgenden **Aufgaben** gelöst werden:

- Erforschung von Theoretischen Grundlagen der Phraseologie im Kontext der Beschreibung des menschlichen Aussehens.
- Bestimmung des Korpus von Phraseologieeinheiten in der modernen deutschen Sprache, die das Aussehen einer Person beschreiben.
- Identifizierung der Hauptursprungsquellen solcher Ausdrücke und Untersuchung ihrer semantischen Bedeutung.
- Erforschung der Darstellung ethnokultureller Informationen in der Phraseologie zur Beschreibung des Aussehens.

**Das Forschungsmaterial** setzt sich aus einer Auswahl von Phraseologieeinheiten zusammen, die das Aussehen einer Person beschreiben.

**Die Forschungsmethoden** basieren auf sowohl theoretischen als auch empirischen Ansätzen. Durch die Anwendung wissenschaftlicher Methoden werden objektive Erkenntnisse gewonnen, um die semantische Tiefe und kulturelle Bedeutung der untersuchten Phraseologieeinheiten zu verstehen.

**Die theoretische Bedeutung** dieser Arbeit liegt in der Erweiterung des Verständnisses der Phraseologie im Kontext der Beschreibung des menschlichen Aussehens in der deutschen Sprache.

**Die praktische Bedeutung** der Arbeit ergibt sich aus ihrem Potenzial, das Verständnis für die kulturellen Normen und Werte, die durch sprachliche Ausdrücke zur Beschreibung des Aussehens vermittelt werden, zu vertiefen.

**Die Approbation** der Forschung fand während der wissenschaftlichen Videokonferenz "AD ORBEM PER LINGUAS. ДО СВІТУ ЧЕРЕЗ МОВИ" statt.

**Struktur der Arbeit:** Die Semesterarbeit umfasst eine Einleitung, zwei Kapitel, Schlussfolgerungen zu jedem Kapitel, Schlussfolgerungen, Quellen- und Literaturverzeichnis sowie eine Zusammenfassung in deutscher und ukrainischer Sprache.

# 1. UNTERSUCHUNG VON KOMPARATIVEN PHRASEOLOGISMEN

## 1.1. Das Konzept der komparativen Phraseologismen

Ein Phraseologismus, gelegentlich auch als Idiom bezeichnet, ist eine mehrwörtige lexikalische Einheit, die eine feste und nicht transparente Verbindung von Wörtern ist. Diese Einheiten können idiomatisch, figurativ oder sprachwörtlich sein und ihre Bedeutung kann nicht immer aus der Bedeutung der einzelnen Wörter abgeleitet werden. Phraseologismen sind ausdrucksstark und haben oft eine metaphorische oder bildhafte Komponente. Zahlreiche Wissenschaftler haben in ihren Untersuchungen das Konzept des Phraseologismus analysiert und versucht, es zu definieren und zu kategorisieren.

Palm behauptet, dass Phraseologismen ein Mittel zur Erweiterung des Wortschatzes und zur Benennung und Verarbeitung der Welt in der menschlichen Sprachtätigkeit sind. Hauptsächlich sind durch Phraseologismen mentale Größen, wie Emotionen, Einstellungen, (negative) Verhaltensweisen verarbeitet. Der Terminus Phraseologismus als Bezeichnung für die sprachlichen Erscheinungen der Phraseologie ist der am häufigsten verwendete. (Palm 1997, S. 1, 104))

Nach Fleischer (1997, S.29) ist ein Phraseologismus eine Wortverbindung, die mindestens ein autosemantisches Wort enthält, also nicht nur aus Dienst- oder Hilfswörtern besteht. Dann entfallen Wortverbindungen wie z.B. die korrelativen Konjunktionen bald-bald, entweder-oder, und Präpositionen wie von – an. Auch die feste Bindung eines Verknüpfungselements an ein Verb (Rektion), wie z.B. bei warten auf jmdn. konstruiert kein Phraseolexem.

Komparative Phraseologismen stellen eine spezielle Kategorie von Phraseologismen dar, die einen Vergleich oder eine Ähnlichkeit zwischen zwei Entitäten vermitteln. Im Unterschied zu konventionellen Phraseologismen, die oft eine festgelegte Bedeutung haben, beziehen sich komparative Phraseologismen auf eine Relation zwischen zwei Objekten oder Konzepten. Obwohl sie in

verschiedenen Sprachen und Kulturen variieren können, ist ihr gemeinsames Merkmal die Verwendung von Vergleichen oder Ähnlichkeiten.

Harald Burger in seinen Werken behauptet, dass komparative Phraseologismen (oder „phraseologische Vergleiche“) zunächst durch eine besondere semantische Beziehung konstituiert werden. Sie enthalten einen festen Vergleich, der häufig der Verstärkung eines Verbs oder Adjektivs dient, die selbst in ihrer freien Bedeutung verwendet sind, z. B. frieren wie ein Schneider, dumm wie Bohnenstroh usw.

Die Vergleiche können nicht-, teil- oder vollidiomatisch sein, je nachdem, ob das Vergleichselement durchschaubar ist oder nicht. Ein nichtidiomatisches Beispiel wäre die Redewendung "flink wie ein Wiesel", während ein schwach idiomatisches Beispiel "Geld wie Heu haben" (was bedeutet, sehr reich zu sein) wäre. Als Teilidiome könnte man Ausdrücke wie "schimpfen wie ein Rohrspatz" (für heftiges Schimpfen) oder "dumm wie Bohnenstroh" (um extreme Dummheit zu beschreiben) betrachten. In Ausdrücken wie "saufen wie ein Loch" oder "schweigen wie das Grab" ist der Vergleich klar ersichtlich, während in "frieren wie ein Zauberer" oder "frieren wie ein Schneekönig" das Vergleichselement nicht unmittelbar erkennbar ist. Diese Unterscheidung bietet Einblick in die Vielfalt und Komplexität komparativer Phraseologismen und ihre Verwendung in der Sprache. (Burger, 1982, S. 35).

## **1.2. Strukturtypen der komparativen Phraseologismen**

Nach W. Fleischer lassen sich mehrere syntaktische Grundstrukturen unterscheiden, von denen in seiner Arbeit die wichtigsten angeführt werden. (Fleischer 1982, 108):

1. Anschluss des Vergleichs an ein Verb oder Adjektiv/Adverb durch wie + Substantiv (einfach oder erweitert):
  - einschlagen wie eine Bombe
  - schreien wie am Spieß

- aussehen wie eine gebadete Maus
  - gesund wie ein Fisch im Wasser
2. Anschluss des Vergleichs an ein Verb oder Adjektiv/Adverb durch wie + Partizip (auch erweitert):
- aussehen wie geleck
  - schreien wie gestochen
  - sich fühlen wie gerädert
3. Anschluss an ein Verb oder Adjektiv/Adverb durch wie + Satz:
- jemand ist so frech, wie er lang ist
  - jemand redet, wie er es versteht
  - jemand redet, wie ihm der Schnabel gewachsen ist usw.
4. Anschluss an ein Substantiv durch wie (sehr selten):
- ein Kerl wie ein Baum,
  - ein Mensch wie du und ich
5. Anschluss vorwiegend an Verb oder Adjektiv/Adverb durch andere Strukturen als wie:
- so still, dass man eine Stecknadel zu Boden/ zu Erde fallen hören könnte
  - lügen, dass sich die Balken biegen
  - jemand tut, als hätte er die Weisheit mit Löffeln gefressen
  - jemand macht ein Gesicht, als hätten ihm die Hühner die Butter vom Brote gefressen
  - es ist, um auf die Bäume zu klettern

#### **1.4. Klassifikation der komparativen Phraseologismen**

Die Klassifikation der komparativen Phraseologismen ist ein wesentliches Anliegen der linguistischen Forschung, da sie dazu beiträgt, die Vielfalt und Struktur dieser spezifischen Ausdrücke zu verstehen, die Vergleiche oder Ähnlichkeiten zwischen zwei Entitäten vermitteln. Betrachten wir die



Klassifizierung und konzentrieren uns dabei auf Punkte wie Semantik, Konstruktion, Modalität, Herkunft und Gebrauch.

Im Bereich der komparativen Phraseologismen lassen sich, basierend auf den struktur-semantischen Merkmalen sowie der semantischen Verbindung ihrer Bestandteile, zwei grundlegende Typen unterscheiden:

1. Komparative stehende Wortverbindungen – Idiome:

Diese Ausdrücke haben eine phraseologische Bedeutung, die nicht durch die einfache Summe der Bedeutungen ihrer einzelnen Bestandteile erklärt werden kann. Wenn die Gesamtbedeutung nicht aus den Bedeutungen der Einzelteile abgeleitet werden kann, werden diese Vergleiche zu Idiomen. Ein Beispiel hierfür wäre "etwas ansehen, wie die Kuh das neue Tor".

2. Komparative stehende Vergleiche – phraseologische Einheiten:

Bei diesen Ausdrücken ergibt sich die Bedeutung aus der Kombination der Einzelteile. Sie unterscheiden sich von Idiomen und auch von den meisten nichtkomparativen Phraseologismen. Dennoch gestaltet sich ihre Identifizierung mit gewissen Schwierigkeiten, da es viele gelegentliche komparative Ausdrücke gibt, die äußerlich kaum von den stehenden komparativen Vergleichen zu unterscheiden sind.

Hinsichtlich ihrer Semantik lassen sich zwei Arten komparativer Phraseologismen unterscheiden:

1. Die vergleichende Komponente der Wendung trägt keine Semantik, die ihrer Bedeutung in der Gesamtwendung entspricht. Zum Beispiel bedeutet das Lexem "leben" in der Phrase "leben wie die Made im Speck" nicht "gut leben" oder "gut". Die Kombination aller Bestandteile ergibt jedoch die Bedeutung "gut, wohlhabend leben".

2. Die vergleichende Komponente selbst drückt die komparative Semantik aus, wie in "wie Kohle" (schwarz), "wie Blut" (rot) usw.

Sie heben sich durch ihre strukturellen oder konstruktiven Merkmale deutlich von anderen festen Wortverbindungen ab. Ihre Struktur- oder Konstruktionsschemata sind relativ begrenzt und bestehen größtenteils aus den folgenden Typen:

1. Verb + vergleichendes Wort + Substantiv, zum Beispiel "Rauchen wie ein kleiner Bäcker".
2. Verb + vergleichendes Wort + Adverb, wie "Laufen wie angestochen".
3. Adjektiv + vergleichendes Wort + Substantiv, wie "Stur wie ein Bock".
4. 0 + vergleichendes Wort + Adverb, wie in "Wie auf dem Vulkan leben".
5. Verb/Adjektiv + komparativer Nebensatz, wie "Er arbeitet, dass ihm der Kopf raucht".

In Bezug auf die Modalität können die festen Vergleiche je nach Charakter der Aussage positiv oder negativ sein. Beispiele für positive Vergleiche sind "gesund sein wie ein Bär" oder "still wie ein Mäuschen". Negative Vergleiche, oft mit humorvoller oder ironischer Bedeutung, sind beispielsweise "nackt wie ein gerupftes Huhn", "seine Launen sind wie das Wetter", oder "er ist launisch wie der April". Tatsächlich machen negative Vergleiche mit abwertender Charakteristik sogar mehr als die Hälfte aller komparativen Phraseologismen aus.

Die systematische Klassifizierung komparativer Phraseologismen in Hinblick auf stilistische Merkmale ist von essentieller Bedeutung für ein umfassendes Verständnis ihrer linguistischen und kommunikativen Funktionalität.

- Schriftsprachlich und Umgangssprachlich: Ein Hauptkriterium der stilistischen Kategorisierung komparativer Phraseologismen ist ihre Anwendung in schriftlicher und mündlicher Sprache. Während schriftliche Ausdrücke oft eine formellere Struktur aufweisen, sind mündliche Ausdrücke typischerweise informeller.

- Schriftsprachlich: "In Ermangelung geeigneter Alternativen verhält sich die Regierung wie ein Kaninchen im Scheinwerferlicht."
- Umgangssprachlich: "Er redet wie ein Wasserfall, wenn er über sein Hobby spricht."
- Expressivität: Die stilistische Bandbreite komparativer Phraseologismen spiegelt sich auch in ihrer Expressivität wider. Manche Ausdrücke sind neutral und deskriptiv, während andere eine starke emotionale oder bildhafte Wirkung haben.
  - Neutral: "Er klettert wie eine Ziege die Felsen hinauf."
  - Emotionale Wirkung: "Sie lachte wie eine Schnecke im Salz."
- Pejorative und Nicht-pejorative: Ein weiteres Unterscheidungsmerkmal betrifft die abwertende oder nicht-abwertende Konnotation von Phraseologismen. Während einige Ausdrücke eine herabsetzende Konnotation haben können, bleiben andere neutral oder positiv.
  - Nicht-pejorativ: "Er ist stark wie ein Ochse."
  - Pejorativ: "Sie singt wie eine sterbende Katze."
- Ironisch und Nicht-ironisch: Ironische Komparative verwenden oft einen scheinbar positiven Ausdruck, der jedoch das Gegenteil impliziert.
  - Nicht-ironisch: "Sie arbeitet wie eine Biene."
  - Ironisch: "Er ist geduldig wie eine tickende Zeitbombe."
- Stilistische Vielfalt: Die Anwendung komparativer Phraseologismen ist vielfältig und reicht von formellen Texten bis hin zu informellen Gesprächen.
  - Formell: "Er schwört wie ein Matrose."
  - Informell: "Er schläft wie ein Murmeltier."

Die systematische Klassifizierung komparativer Phraseologismen hinsichtlich stilistischer Merkmale ermöglicht es, ihre Funktionalität und Einsatzmöglichkeiten in verschiedenen kommunikativen Kontexten zu verstehen und zu analysieren.

Nach diesem Kriterium lassen sich die Vergleiche in verschiedene Typen gliedern:

1. Vergleiche mit Tieren: Diese bilden die überwiegende Mehrheit aller komparativen Phraseologismen. Hier werden in der Regel Adjektive oder Verben verwendet, um bestimmte Eigenschaften oder Tätigkeiten zu beschreiben. Diese Vergleiche können sowohl positive als auch negative Konnotationen haben (z.B. "schlau wie ein Fuchs", "schmeicheln wie eine Katze").
2. Vergleiche mit Natur und Naturerscheinungen: Diese Gruppe umfasst Vergleiche mit Elementen wie Blumen, Bäumen, Steinen, Naturphänomenen oder physikalischen Phänomenen. Sie können ebenfalls bestimmte Eigenschaften und Tätigkeiten der verglichenen Elemente ausdrücken (z.B. "schwarz wie die Nacht sein", "kalt wie Marmor").
3. Vergleiche mit Gegenständen: Hierbei geht es meist um verschiedene Eigenschaften und Tätigkeiten, die eine Beziehung zu den genannten Gegenständen ausdrücken. Oft handelt es sich um Dinge des täglichen Gebrauchs (z.B. "schweigen wie ein Grab", "gerade stehen wie eine Kerze").
4. Vergleiche mit Menschen: Diese Gruppe umfasst Berufe, Märchengestalten, Adelige, Bezeichnungen für Verrückte usw. (z.B. "leben wie eine Nonne", "sich wie neugeboren fühlen").
5. Vergleiche mit Körperteilen: Hierzu zählen menschliche Organe wie Lunge, Herz usw., aber auch Haare und Krankheiten, die mit den menschlichen Organen in Verbindung stehen. Es gibt jedoch nur wenige Beispiele für Vergleiche dieses Typs (z.B. "jemandem wie aus dem Gesicht geschnitten sein").
6. Sondergruppe der Vergleiche: Diese umfasst Vergleiche, die aus zwei oder mehreren Eigenschaften oder Tätigkeiten bestehen, wie Verbindungen von Adjektiven, Adverbien mit dem Partizip (z.B. "wie ausgewechselt sein", "dastehen wie versteinert" usw.).

## 1.5. Ursprung der Phraseologieeinheiten zur Beschreibung des Aussehens

Die Entstehung deutscher Phraseologieeinheiten zur Beschreibung des Aussehens einer Person basiert auf verschiedenen historischen Quellen, die maßgeblich zur Entwicklung und Verbreitung metaphorischer Ausdrücke beigetragen haben.

1. Schriftliche Aufzeichnungen: Mittelalterliche Berichte und Chroniken enthalten Beschreibungen von Personen, die zur Entstehung von Phraseologieeinheiten beigetragen haben könnten. Beispiel: Beschreibung von tapferen Rittern, die später zu Ausdrücken wie "wie ein edler Ritter" führten.
2. Literarische Werke: Autoren verwenden bildhafte Sprache, um Charaktere zu beschreiben, was zu metaphorischen Ausdrücken in der Alltagssprache führen kann. Beispiel: Die Beschreibung einer unschuldigen Figur als "ein unschuldiges Lamm" in Goethes "Faust".
3. Alte Sprichwörter und Redewendungen: Über Generationen hinweg mündlich überlieferte Redewendungen bieten metaphorische Beschreibungen des Aussehens von Menschen. Beispiel: Das Sprichwort "wie ein geölter Blitz", um extrem schnelle Bewegungen zu beschreiben.

Diese historischen Quellen zeigen die Vielfalt der Ursprünge und Einflüsse auf die deutsche Phraseologie zur Beschreibung des Aussehens einer Person. Sie spiegeln kulturelle, soziale und literarische Entwicklungen vergangener Zeiten wider und sind ein integraler Bestandteil der deutschen Sprachgeschichte.

Die mündliche Überlieferung spielt eine wesentliche Rolle bei der Entstehung deutscher Phraseologieeinheiten zur Bezeichnung des Aussehens einer Person. Diese Form der Überlieferung umfasst eine Vielzahl von Quellen, darunter Volksmärchen, Sagen, mundartliche Ausdrücke und die Übertragung von Generation zu Generation.

1. Volksmärchen und Sagen sind reich an bildhaften Beschreibungen von Personen und Wesen. Die darin verwendeten Metaphern und Ausdrücke

haben oft Eingang in den alltäglichen Sprachgebrauch gefunden und tragen zur Entstehung von Phraseologieeinheiten bei. Beispiel: Die Beschreibung einer schönen Prinzessin in einem Märchen könnte zu Ausdrücken wie "wie eine Märchenprinzessin" führen, um jemandes äußeres Erscheinungsbild zu beschreiben.

2. Die Mundart ist eine wichtige Quelle für die Entstehung von Phraseologieeinheiten, die regionale Eigenheiten und kulturelle Besonderheiten widerspiegeln. Mundartliche Ausdrücke verwenden oft spezifische Metaphern und Vergleiche, um das Aussehen von Menschen zu beschreiben. Beispiel: In manchen Dialekten wird eine Person mit auffälligen Wangen als "rotbäckig" bezeichnet, was auf eine gesunde oder rosig aussehende Gesichtsfarbe hinweist.
3. Übertragung von Generation zu Generation. Die mündliche Übertragung von Sprache und Redewendungen von einer Generation zur nächsten trägt wesentlich zur Entstehung und Bewahrung von Phraseologieeinheiten bei. Ältere Familienmitglieder oder Gemeinschaftsmitglieder geben ihre Ausdrucksweisen und Redewendungen an jüngere Generationen weiter, was zur Verfestigung bestimmter metaphorischer Beschreibungen des Aussehens von Menschen führen kann. Beispiel: Die Redewendung "wie der Großvater aussehen", um jemanden mit ähnlichen Gesichtszügen oder Charakteristiken wie einem älteren Familienmitglied zu beschreiben.

Die Entstehung deutscher Phraseologieeinheiten zur Bezeichnung des Aussehens einer Person ist eng mit kulturellen und historischen Ereignissen verbunden. Religiöse Einflüsse, politische Entwicklungen, Kriegs- und Friedenszeiten sowie technologische Fortschritte haben die deutsche Sprache geprägt und zu einer Vielzahl von metaphorischen Ausdrücken geführt, die das Aussehen von Menschen beschreiben.

#### 1. Religiöse Einflüsse

Religiöse Überzeugungen und Traditionen haben einen bedeutenden Einfluss auf die deutsche Sprache und Phraseologie. Biblische Geschichten und

religiöse Lehren haben metaphorische Ausdrücke hervorgebracht, die das Aussehen von Menschen beschreiben. Beispiel: Die Redewendung "wie ein Engel aussehen" bezieht sich auf die Vorstellung von Engeln als reine und schöne Wesen und reflektiert religiöse Vorstellungen von Schönheit und Reinheit.

## 2. Politische Entwicklungen

Politische Ereignisse und Ideologien haben ebenfalls zur Entstehung von Phraseologieeinheiten zur Beschreibung des Aussehens einer Person beigetragen. In Zeiten politischer Umwälzungen wurden oft metaphorische Ausdrücke verwendet, um bestimmte politische oder gesellschaftliche Standpunkte zu verdeutlichen. Beispiel: Die Redewendung "mit Stahlblick" bezieht sich auf einen ernsten oder entschlossenen Gesichtsausdruck und könnte auf politische Führungspersonlichkeiten oder Ideologien zurückzuführen sein, die Stärke und Entschlossenheit betonten.

## 3. Kriegs- und Friedenszeiten

Kriegs- und Friedenszeiten haben ebenfalls Auswirkungen auf die Sprache und Phraseologie. In Kriegszeiten können metaphorische Ausdrücke verwendet werden, um die Härte und Grausamkeit des Krieges zu beschreiben, während in Friedenszeiten metaphorische Ausdrücke oft Frieden, Harmonie und Wohlstand reflektieren. Beispiel: Die Redewendung "wie ein Soldat aussehen" kann in Kriegszeiten verwendet werden, um auf das harte und kämpferische Aussehen einer Person hinzuweisen, während sie in Friedenszeiten möglicherweise auf Entschlossenheit oder Pflichtbewusstsein hinweist.

## 4. Technologische Fortschritte

Technologische Fortschritte haben ebenfalls zur Entstehung neuer Phraseologieeinheiten zur Beschreibung des Aussehens von Menschen beigetragen. Mit der Entwicklung neuer Technologien entstanden neue Metaphern und Vergleiche, um das Aussehen von Menschen im Kontext dieser technologischen Veränderungen zu beschreiben. Beispiel: Die Redewendung "wie ein Cyborg aussehen" könnte auf die Verwendung von Technologie und Robotik

hinweisen, um bestimmte Merkmale oder Eigenschaften einer Person zu beschreiben.

Medien, einschließlich Fernsehen, Film, Radio, Printmedien und das Internet, spielen eine entscheidende Rolle bei der Entstehung und Verbreitung von Phraseologieeinheiten zur Beschreibung des Aussehens einer Person. Die Darstellung von Menschen in den Medien prägt oft den Sprachgebrauch und führt zu neuen Ausdrucksweisen und Metaphern.

- Die Verwendung von Ausdrücken wie "wie ein Filmstar aussehen" oder "wie ein Model posieren" spiegelt die Ideale von Schönheit und Attraktivität wider, die in Film und Modebranche propagiert werden.
- Die Beschreibung von Prominenten und Persönlichkeiten in den Medien hat zur Entstehung von Phraseologieeinheiten geführt, die sich auf bestimmte Merkmale oder Eigenschaften dieser Personen beziehen. Beispiel: "wie eine Hollywood-Diva aussehen", um auf einen glamourösen und eleganten Stil hinzuweisen.

Medien haben auch dazu beigetragen, dass bestimmte Ausdrücke aus der Popkultur und Unterhaltungsindustrie Eingang in den alltäglichen Sprachgebrauch gefunden haben. Beispiel: Die Verwendung von Ausdrücken wie "wie ein Superheld aussehen" oder "wie ein Rockstar auftreten" spiegelt die Faszination für bestimmte Charaktere oder Persönlichkeiten aus Film, Musik und Literatur wider und hat sich in der Phraseologie zur Beschreibung des Aussehens von Menschen manifestiert.

### **Schlussfolgerungen zum Kapitel 1**

Im ersten Kapitel wurden komparative Phraseologieeinheiten betrachtet, die auf Definition, Klassifikation, semantischer Struktur, stilistischer Variation und Ursprung abzielt. Die Definition von Phraseologismen als mehrwörtige lexikalische Einheiten mit festen und oft metaphorischen Verbindungen wurde erörtert. Innerhalb der Kategorie komparativer Phraseologismen wurden verschiedene semantische und konstruktive Typen identifiziert, wobei besonderes Augenmerk auf ihre strukturelle Vielfalt und Ausdrucksstärke gelegt wurde. Die



Klassifikation erfolgte anhand von semantischen, konstruktiven, stilistischen und modalen Merkmalen, wodurch ihre unterschiedlichen Funktionen und Anwendungen verdeutlicht wurden. Darüber hinaus wurde der Ursprung dieser Ausdrücke durch historische Quellen, mündliche Überlieferung, kulturelle Einflüsse und moderne Medien beleuchtet, was ihre dynamische Natur und Anpassungsfähigkeit unterstreicht. Insgesamt bietet der Abschnitt einen fundierten Einblick in die Bedeutung und Funktionalität komparativer Phraseologismen in verschiedenen kommunikativen Kontexten.

# **KULTURELLE ASPEKTE DER DEUTSCHEN PHRASEOLOGIE ZUR BESCHREIBUNG DES MENSCHLICHEN AUSSEHENS**

## **2.1. Ethnokulturelle Informationen in phraseologischen Einheiten**

Ethnokulturelle Informationen sind von zentraler Bedeutung in phraseologischen Einheiten, die das Aussehen von Menschen beschreiben. Diese sprachlichen Konstruktionen spiegeln nicht nur kulturelle Werte, Normen und Vorstellungen wider, sondern dienen auch als Mittel der kulturellen Identifikation und Kommunikation. Im Folgenden werden verschiedene Aspekte erläutert, die die Bedeutung von ethnokulturellen Informationen in der deutschen Phraseologie zur Beschreibung des menschlichen Aussehens verdeutlichen:

### **1. Kulturelle Symbole und Metaphern**

Deutsche phraseologische Einheiten verwenden oft kulturelle Symbole und Metaphern, die spezifisch für die deutsche Kultur sind. Diese Symbole können auf traditionelle Vorstellungen von Schönheit, Charaktereigenschaften oder sozialen Status hinweisen und spiegeln die kulturelle Identität wider. Zum Beispiel: "Er hat die Augen eines Adlers" (Bezug auf scharfe und durchdringende Augen).

### **2. Ästhetische Normen**

In der deutschen Kultur existieren bestimmte ästhetische Normen und Schönheitsideale, die in phraseologischen Einheiten zum Ausdruck kommen. Diese Normen können sich auf Merkmale wie Hautfarbe, Haarstruktur oder Körperform beziehen und spiegeln wider, was in der deutschen Gesellschaft als attraktiv oder ästhetisch ansprechend betrachtet wird. Zum Beispiel: "Er hat die klassische Eleganz eines Preußen" (Verweis auf die klassischen und zurückhaltenden Ästhetik, die mit dem preußischen Stil verbunden ist).

### **3. Soziale Konnotationen**

Die Verwendung bestimmter phraseologischer Einheiten kann auch soziale Konnotationen und Stereotypen hervorrufen, die mit der deutschen Kultur verbunden sind. Diese Ausdrücke können positive oder negative Assoziationen hervorrufen und tragen dazu bei, soziale Dynamiken und Beziehungen zwischen verschiedenen Gruppen zu formen. Zum Beispiel: "Sie hat die Tugendhaftigkeit

einer deutschen Hausfrau" (Bezug auf die traditionellen Werte von Ordnung und Sauberkeit, die mit deutschen Hausfrauen assoziiert werden).

#### 4. Traditionelle Beschreibungen

Einige phraseologische Ausdrücke basieren auf traditionellen Beschreibungen und Stereotypen, die in verschiedenen Kulturen existieren. Zum Beispiel: "Er ist so stark wie ein Ochse" (Verweis auf körperliche Stärke und Robustheit).

Insgesamt spielen ethnokulturelle Informationen eine entscheidende Rolle in der deutschen Phraseologie zur Beschreibung des Aussehens von Menschen. Sie dienen nicht nur als Mittel der Kommunikation, sondern auch zur Verankerung und Vermittlung kultureller Identität und Werte innerhalb der deutschen Gesellschaft. Durch die Verwendung dieser sprachlichen Konstruktionen können Menschen ihre Zugehörigkeit zur deutschen Kultur ausdrücken und kulturelle Unterschiede und Gemeinsamkeiten kommunizieren.

## **2.2. Die Semantik von Phraseologieeinheiten zur Beschreibung des Aussehens der Menschen**

Die Semantik von Phraseologieeinheiten zur Beschreibung des Aussehens einer Person bezieht sich auf die Bedeutung und Interpretation fester Ausdrücke oder Phrasen, die verwendet werden, um die visuellen Merkmale einer Person zu beschreiben.

Die Semantik von Phraseologieeinheiten zur Beschreibung des Aussehens einer Person umfasst eine breite Palette von Merkmalen, die sowohl kulturell als auch individuell geprägt sind. Diese Ausdrücke dienen dazu, die visuellen Eigenschaften einer Person zu beschreiben und können verschiedene Aspekte wie Gesichtszüge, Hautbeschaffenheit, Körperbau, Kleidungsstil und den Gesamteindruck umfassen. Innerhalb dieser Beschreibungen können komparative Phraseologieeinheiten verwendet werden, um das Aussehen einer Person im Vergleich zu anderen Personen oder Standards zu veranschaulichen.

Die Beschreibung von Gesichtszügen und Ausdruck umfasst eine Vielzahl von Merkmalen, die die physischen Eigenschaften des Gesichts einer Person definieren. Dies beinhaltet Elemente wie die Form der Augen, Nase, Lippen, Stirn, Wangen und Kinn. Die Semantik in diesem Bereich bezieht sich darauf, wie bestimmte Ausdrücke oder Phrasen verwendet werden, um die einzigartigen Merkmale eines Gesichts zu beschreiben. Dabei werden oft Vergleiche herangezogen, um den Grad der Auffälligkeit oder Schönheit eines Gesichts zu verdeutlichen. Im Deutschen gibt es eine Fülle von Ausdrücken, um die Gesichtszüge und den Ausdruck einer Person zu beschreiben.

1. "Augen machen wie eine frischgemolkene Kuh":

Diese Redewendung beschreibt Augen, die einen leeren oder ausdruckslosen Blick haben. Der Vergleich mit einer frischgemolkenen Kuh impliziert, dass die Augen leer oder trübe wirken. Diese Phrase wird oft humorvoll verwendet, um jemandes Ausdrucklosigkeit oder Dummheit zu betonen. Der Ausdruck könnte auf die landwirtschaftlichen Wurzeln und den Bezug zur Natur in der deutschen Kultur hinweisen, da Kühe und ihre Milchproduktion traditionell Teil des ländlichen Lebens sind. Die Kuh symbolisiert Ruhe und Gelassenheit, während das Adjektiv "frischgemolken" auf einen Zustand der Leere oder Passivität hinweist.

2. "Lächeln ist so strahlend wie ein Sonnenaufgang":

Diese Metapher beschreibt ein besonders lebhaftes und bezauberndes Lächeln, das mit der Helligkeit und Schönheit eines Sonnenaufgangs verglichen wird. Sie vermittelt die Vorstellung von einem außergewöhnlich anziehenden oder freundlichen Lächeln, das die Stimmung erhellt. Der Vergleich mit dem Sonnenaufgang könnte auf die Wertschätzung der Natur und ihrer Schönheit in der deutschen Kultur hinweisen. Der Sonnenaufgang symbolisiert Hoffnung, Erneuerung und Schönheit, während das strahlende Lächeln positive Energie, Glück und Wärme widerspiegelt.

3. "Augen sind so scharf wie ein Adler":

Diese Phrase beschreibt Augen, die besonders scharf und aufmerksam sind, ähnlich den Augen eines Adlers, der für seine ausgezeichneten Sehfähigkeiten

bekannt ist. Sie deutet auf eine bemerkenswerte Schärfe und Aufmerksamkeit hin, oft im Zusammenhang mit Intelligenz oder Wachsamkeit. Der Adler ist ein Symbol für Stärke, Freiheit und Weisheit in der deutschen Kultur und Mythologie. Er symbolisiert Stärke, Weitsicht und Freiheit, während scharfe Augen auf Wachsamkeit, Intelligenz und Genauigkeit hinweisen.

Die Semantik in Bezug auf die Haut und den Teint einer Person bezieht sich auf die Beschreibung von Farbe, Textur und Zustand der Haut. Dies umfasst Variationen wie die Farbintensität, Klarheit, Geschmeidigkeit oder den Gesundheitszustand der Haut. Phrasen in diesem Bereich können verwendet werden, um die Hautfarbe im Vergleich zu verschiedenen Referenzpunkten zu beschreiben, sei es im Vergleich zu anderen Personen oder als Ausdruck von Gesundheit oder Krankheit. In der deutschen Sprache gibt es zahlreiche Ausdrücke, um die Hautfarbe und -beschaffenheit zu beschreiben.

Die folgenden Sätze illustrieren ebenfalls verschiedene Aspekte der deutschen Sprache und Kultur durch den Einsatz von metaphorischen Vergleichen:

1. "Haut ist so zart wie Pfirsichsamt":

Diese Metapher beschreibt die Zärtlichkeit und Weichheit der Haut, indem sie sie mit der Sanftheit von Pfirsichsamt vergleicht. Der Ausdruck vermittelt ein Bild von zarter, geschmeidiger Haut, die angenehm anzufassen ist. Der Vergleich mit Pfirsichsamt könnte auf die Liebe der Deutschen zu frischem Obst und der Natur hinweisen, da Pfirsiche in Deutschland beliebt sind und für ihre zarte Textur geschätzt werden. Pfirsiche gelten auch als Symbol für Schönheit und Fruchtbarkeit.

2. "Teint ist so frisch wie der Morgentau":

Diese Phrase beschreibt einen frischen und lebendigen Teint, indem sie ihn mit dem frischen Morgentau vergleicht. Sie vermittelt die Vorstellung von strahlender Haut, die mit Feuchtigkeit und Vitalität durchtränkt ist. Der Vergleich mit dem Morgentau könnte auf die Verbundenheit der deutschen Kultur mit der Natur und der Wertschätzung der Frische und Reinheit hinweisen, die mit dem

Tagesbeginn einhergeht. Der Morgentau symbolisiert auch Erneuerung und Neubeginn.

3. "Blass wie eine Leiche":

Dieser Ausdruck beschreibt eine blasse Hautfarbe, die so extrem ist, dass sie mit der Blässe einer Leiche verglichen wird. Er vermittelt die Vorstellung von extrem blasser oder krank aussehender Haut. Der Vergleich mit einer Leiche könnte auf morbide Aspekte der deutschen Kultur hinweisen oder einfach darauf, dass solch extreme Blässe selten und auffällig ist. Es ist wichtig anzumerken, dass dieser Ausdruck oft als drastische und negative Beschreibung verwendet wird und daher Sensibilität erfordert, da er mit dem Tod assoziiert werden kann.

Hier geht es um die Beschreibung der körperlichen Konstitution einer Person, einschließlich ihrer Größe, Proportionen, Muskelmasse und Haltung. Die Semantik in diesem Bereich beinhaltet die Verwendung von Ausdrücken, um den Körperbau einer Person zu beschreiben, sei es als Vergleich zu anderen Personen, als Ausdruck von Fitness oder als Charakteristikum einer bestimmten Sportart oder Lebensweise. Deutsche Ausdrücke zur Beschreibung des Körperbaus können sehr detailliert sein, wobei oft Vergleiche mit Tieren oder Objekten gezogen werden.

1. "stämmig wie ein Bär"

Der Ausdruck beschreibt eine Person mit einem kräftigen und robusten Körperbau, der mit der Statur oder dem Erscheinungsbild eines Bären verglichen wird. Diese Metapher vermittelt die Vorstellung von körperlicher Stärke, Festigkeit und Solidität. In der deutschen Kultur wird der Bär oft als Symbol für Kraft, Stärke und Naturverbundenheit angesehen. Daher kann der Ausdruck darauf hinweisen, dass die beschriebene Person eine beeindruckende physische Präsenz hat, ähnlich der eines Bären. Er kann auch darauf hindeuten, dass die Person eine breite und kräftige Statur hat, ähnlich der eines Bären, der oft als imposantes und mächtiges Tier betrachtet wird.

2. "lang wie eine Leiter sein":

Diese Metapher beschreibt eine außergewöhnliche Länge, indem sie sie mit der Länge einer Leiter vergleicht. Der Ausdruck vermittelt die Vorstellung von

etwas, das sehr lang ist, oft in Bezug auf die physische Größe einer Person oder eines Objekts. In der deutschen Kultur kann die Leiter als Symbol für Aufstieg, Fortschritt oder das Erreichen von Zielen interpretiert werden. Daher kann der Ausdruck darauf hinweisen, dass etwas oder jemand überdurchschnittlich groß oder lang ist.

### 3. "schlank wie eine Gazelle"

Die Redewendung beschreibt eine Person mit einer äußerst schlanken und eleganten Figur, die mit der Grazie und Anmut einer Gazelle verglichen wird. Diese Metapher vermittelt die Vorstellung von großer Schlankheit, Geschmeidigkeit und ästhetischer Schönheit. In der deutschen Kultur wird die Gazelle oft als Symbol für Eleganz, Schnelligkeit und Leichtigkeit angesehen. Daher kann der Ausdruck darauf hinweisen, dass die beschriebene Person eine grazile und anmutige Erscheinung hat, ähnlich einer Gazelle, die für ihre eleganten Bewegungen und ihre schlanken, geschwungenen Körperlinien bekannt ist. Er kann auch auf eine besonders schlanke und zierliche Statur hinweisen, die als ästhetisch ansprechend und attraktiv angesehen wird.

Die Semantik in Bezug auf Kleidung bezieht sich auf die Beschreibung von Kleidungsstil, -qualität und -zustand einer Person. Phrasen in diesem Bereich können verwendet werden, um den persönlichen Stil, den sozialen Status oder den Anlass, zu dem die Kleidung getragen wird, zu vermitteln. Hierbei werden oft Vergleiche herangezogen, um den Grad der Eleganz, Modetrends oder den Alltagscharakter der Kleidung zu verdeutlichen. Die deutsche Sprache bietet eine Vielzahl von Ausdrücken, um Kleidungsstile zu beschreiben, die oft mit präzisen Adjektiven und Substantiven kombiniert werden.

### 1. "aussehen wie frisch geplättet":

Diese Redewendung beschreibt eine Person, deren Erscheinungsbild besonders ordentlich, glatt oder perfekt ist, ähnlich wie etwas, das gerade gebügelt wurde. Der Vergleich mit etwas Frischgeplättetem impliziert eine makellose Erscheinung und Sauberkeit. Dies spiegelt möglicherweise die deutsche Kultur wider, in der Wert auf Ordnung, Sauberkeit und Ästhetik gelegt wird. Das Bügeln

von Kleidungsstücken wird oft mit dem Streben nach Perfektion und einem gepflegten Erscheinungsbild assoziiert.

2. "wie aus dem Ei geschält/gepellt":

Diese Phrase beschreibt eine Person, die äußerst ordentlich, gepflegt und vielleicht sogar unschuldig oder jugendlich aussieht, ähnlich einem neu geschlüpften Küken aus einem Ei. Der Vergleich impliziert eine Frische, Reinheit und Unversehrtheit des Aussehens. In der deutschen Kultur wird die Erscheinung von Reinheit und Unschuld oft positiv bewertet. Das Bild eines Küken, das frisch aus dem Ei geschlüpft ist, vermittelt eine Vorstellung von Unschuld und Neuanfang.

3. "aufgemotzt wie ein Christbaum":

Dieser Ausdruck beschreibt eine Person oder etwas, das übermäßig geschmückt, dekoriert oder verziert ist, ähnlich einem festlich geschmückten Weihnachtsbaum. Der Vergleich mit einem Christbaum deutet auf eine übertriebene oder auffällige Verschönerung hin, möglicherweise mit vielen Schmuckstücken oder Accessoires. Es könnte auch darauf hindeuten, dass die Person sich besonders herausgeputzt hat, vielleicht für einen besonderen Anlass oder um Eindruck zu machen. In der deutschen Kultur ist der Weihnachtsbaum ein Symbol für Festlichkeit und Freude.

Die Semantik des Gesamteindrucks bezieht sich darauf, wie verschiedene Merkmale einer Person kombiniert werden, um einen umfassenden Eindruck zu vermitteln. Dies umfasst nicht nur physische Merkmale, sondern auch Verhaltensweisen, Haltung und die Art der Interaktion mit anderen. Phrasen in diesem Bereich können verwendet werden, um den Eindruck einer Person in verschiedenen Kontexten zu beschreiben, sei es im professionellen Umfeld, bei gesellschaftlichen Veranstaltungen oder in persönlichen Begegnungen. Der Gesamteindruck einer Person kann im Deutschen auf verschiedene Weise beschrieben werden, wobei oft auf die Kombination von verschiedenen Merkmalen und Verhaltensweisen eingegangen wird.

1. "aussehen wie Buttermilch und Spucke/Käse":



Diese Redewendung beschreibt eine Person, die ein ungesundes oder blasses Aussehen hat, ähnlich dem Farbton von Buttermilch oder dem Aussehen von Käse, insbesondere wenn mit "Spucke" kombiniert. Der Vergleich deutet auf eine blasse oder kränklich wirkende Hautfarbe hin, die nicht als attraktiv angesehen wird. In der deutschen Kultur wird Gesundheit oft hoch geschätzt, und ein blasses oder ungesundes Aussehen kann als negativ betrachtet werden. Buttermilch und Käse sind auch traditionelle Nahrungsmittel in Deutschland, was die kulturelle Relevanz dieser Metaphern unterstreicht.

## 2. "ein Schauspiel / Bild für die Götter sein":

Diese Phrase beschreibt eine Person oder eine Situation, die so beeindruckend oder spektakulär ist, dass sie würdig ist, von den Göttern bewundert zu werden. Der Ausdruck vermittelt die Vorstellung von etwas Außergewöhnlichem oder Majestätischem. In der deutschen Kultur wird die Anbetung der Götter und das Streben nach Perfektion oft in mythologischen und künstlerischen Kontexten gesehen. Diese Metapher betont die außergewöhnliche Schönheit oder Erscheinung einer Person oder einer Szene und zeigt damit die Wertschätzung für Ästhetik und Erhabenheit.

## 3. "ungeschickt wie ein Bär sein":

Diese Redewendung beschreibt eine Person, die unbeholfen oder tollpatschig ist, ähnlich einem Bären, der für seine ungelenke Bewegungen bekannt ist. Der Vergleich impliziert eine mangelnde Geschicklichkeit oder Koordination. In der deutschen Kultur wird der Bär oft als Symbol für Stärke und Wildheit betrachtet, aber auch als ein Tier, das in seiner Bewegung etwas schwerfällig und ungeschickt sein kann. Daher kann dieser Ausdruck darauf hinweisen, dass die beschriebene Person in ihren Bewegungen oder Handlungen nicht besonders geschickt ist.

## **Schlussfolgerungen zum Kapitel 2**

Die Analyse der Phraseologieeinheiten zeigt, dass die deutsche Phraseologie zur Beschreibung des Aussehens von Menschen tief in der ethnokulturellen Identität der Gesellschaft verwurzelt ist. Durch die Verwendung von kulturellen

Symbolen und Metaphern werden spezifische kulturelle Werte und Normen reflektiert. Ästhetische Normen und soziale Konnotationen werden ebenfalls durch die Phraseologie deutlich. Darüber hinaus werden traditionelle Beschreibungen und Stereotypen in der deutschen Phraseologie zur Beschreibung des Aussehens verwendet. Insgesamt zeigt dies, wie die deutsche Phraseologie nicht nur als Mittel der Kommunikation dient, sondern auch als Spiegel der kulturellen Identität und Werte fungiert. Durch die Verwendung dieser sprachlichen Konstruktionen können Menschen ihre Zugehörigkeit zur deutschen Kultur ausdrücken und kulturelle Unterschiede und Gemeinsamkeiten kommunizieren.

## SCHLUSSFOLGERUNGEN

Die vorliegende Arbeit hat die Semantik von Phraseologieeinheiten zur Beschreibung des menschlichen Aussehens in der deutschen Sprache umfassend untersucht. Durch die Analyse der beiden Kapitel konnten wichtige Erkenntnisse gewonnen werden, die die linguokulturellen Aspekte dieser Ausdrücke beleuchten und tiefgehende Einsichten in die kulturelle Identität und ästhetischen Normen der deutschen Gesellschaft bieten.

Im ersten Kapitel wurde die Definition, Klassifikation, semantische Struktur, stilistische Variation und der Ursprung komparativer Phraseologieeinheiten eingehend betrachtet. Dabei wurde herausgearbeitet, dass diese Ausdrücke feste und oft metaphorische Verbindungen darstellen, die auf eine breite Palette von semantischen und konstruktiven Typen zurückzuführen sind. Die Klassifikation erfolgte anhand verschiedener Merkmale, wodurch ihre vielfältigen Funktionen und Anwendungen verdeutlicht wurden. Zudem wurde der Ursprung dieser Ausdrücke durch historische Quellen, mündliche Überlieferung, kulturelle Einflüsse und moderne Medien beleuchtet, was ihre dynamische Natur und Anpassungsfähigkeit unterstreicht.

Im zweiten Kapitel wurde die Analyse der Phraseologieeinheiten vertieft und gezeigt, dass sie tief in der ethnokulturellen Identität der deutschen Gesellschaft verwurzelt sind. Durch die Verwendung von kulturellen Symbolen und Metaphern spiegeln sie spezifische kulturelle Werte und Normen wider. Zudem werden ästhetische Normen und soziale Konnotationen deutlich, sowie traditionelle Beschreibungen und Stereotypen. Dies verdeutlicht, wie die deutsche Phraseologie nicht nur als Mittel der Kommunikation dient, sondern auch als Spiegel der kulturellen Identität und Werte fungiert. Durch die Verwendung dieser sprachlichen Konstruktionen können Menschen ihre Zugehörigkeit zur deutschen Kultur ausdrücken und kulturelle Unterschiede und Gemeinsamkeiten kommunizieren.

Die vorliegende Arbeit hat das Ziel, die linguokulturellen Aspekte der deutschen Sprache im Bereich der Beschreibung des menschlichen Aussehens zu

erforschen. Durch die umfassende Analyse von Phraseologieeinheiten wurde ein tiefer Einblick in die Bedeutung und Funktionalität dieser sprachlichen Konstruktionen gewonnen. Dabei wurde deutlich, dass die deutsche Phraseologie nicht nur als Mittel der Kommunikation dient, sondern auch als Spiegel der kulturellen Identität und Werte fungiert.

In Bezug auf die Offenlegung der gestellten Aufgaben kann festgestellt werden, dass die Arbeit die theoretischen Grundlagen der Phraseologie umfassend skizziert und einen detaillierten Einblick in den Korpus von Phraseologieeinheiten zur Beschreibung des Aussehens einer Person in der modernen deutschen Sprache bietet. Darüber hinaus wurden die Hauptursprungsquellen solcher Ausdrücke identifiziert und die Semantik der Ausdruckseinheiten analysiert. Auch die Darstellung ethnokultureller Informationen in der Phraseologie wurde eingehend untersucht.

## РЕЗЮМЕ

У даній роботі розглядаються лінгвокультурологічні аспекти німецької мови в контексті опису зовнішності людини за допомогою порівняльної фразеології. Вступ ілюструє актуальність теми для міжкультурного розуміння та підкреслює важливість аналізу фразеологічних одиниць для вивчення культурних норм і цінностей.

Аналіз фразеологізмів як багатослівних лексичних одиниць зі сталими, а часто й метафоричними зв'язками закладає основу для розуміння їх функції та структури. Використовуючи визначення Палма і Флейшера, стає зрозуміло, що фразеологізми відіграють важливу роль у мовному вираженні та обробці культурного змісту.

Основна увага зосереджена на порівняльних фразеологізмах, які передають конкретні порівняння чи схожість між двома сутностями. Вивчення цих фразеологічних одиниць свідчить про їх глибоке коріння в етнокультурній ідентичності німецького суспільства. Через використання культурних символів і метафор вони відображають конкретні культурні цінності та норми, причому Бургер підкреслює різноманітність і складність цих фразеологізмів.

Ця робота значною мірою сприяє міжкультурному розумінню та аналізу лінгвокультурних аспектів німецької мови. Досліджуючи порівняльну фразеологію для опису зовнішнього вигляду людини, не тільки стає зрозумілим значення мовних виразів, але й дається можливість глибше зрозуміти культурні норми та цінності. Таким чином, результати цієї роботи є важливою основою для подальших досліджень у цій галузі.

Ключові слова: фразеологізм, зіставні фразеологізми, етнокультурна ідентичність, лінгвокультурологічні аспекти, німецька мова.

## RESÜMEE

Die vorliegende Arbeit untersucht die linguokulturellen Aspekte der deutschen Sprache im Kontext der Beschreibung des menschlichen Aussehens mithilfe komparativer Phraseologismen. Einleitung verdeutlicht die Relevanz des Themas für das interkulturelle Verständnis und betont die Bedeutung der Analyse von Phraseologieeinheiten zur Erforschung kultureller Normen und Werte.

Die Analyse von Phraseologismen als mehrwörtigen lexikalischen Einheiten mit festen und oft metaphorischen Verbindungen legt den Grundstein für das Verständnis ihrer Funktion und Struktur. Unter Verwendung von Begriffsdefinitionen von Palm und Fleischer wird deutlich, dass Phraseologismen eine wichtige Rolle bei der sprachlichen Ausdrucksweise und der Verarbeitung kultureller Inhalte spielen.

Im Fokus stehen komparative Phraseologismen, die spezielle Vergleiche oder Ähnlichkeiten zwischen zwei Entitäten vermitteln. Die Untersuchung dieser Phraseologieeinheiten zeigt ihre tiefe Verwurzelung in der ethnokulturellen Identität der deutschen Gesellschaft. Durch die Verwendung von kulturellen Symbolen und Metaphern spiegeln sie spezifische kulturelle Werte und Normen wider, wobei die Vielfalt und Komplexität dieser Phraseologismen durch Burger hervorgehoben wird.

Die vorliegende Arbeit trägt wesentlich zum interkulturellen Verständnis und zur Analyse der linguokulturellen Aspekte der deutschen Sprache bei. Durch die Untersuchung komparativer Phraseologismen zur Beschreibung des menschlichen Aussehens wird nicht nur die Bedeutung sprachlicher Ausdrucksweisen deutlich, sondern auch tiefergehende Einblicke in kulturelle Normen und Werte ermöglicht. Die Ergebnisse dieser Arbeit bieten somit eine wichtige Grundlage für weitere Forschungen auf diesem Gebiet.

Schlüsselwörter: Phraseologismus, komparative Phraseologismen, ethnokulturelle Identität, linguokulturelle Aspekte, deutsche Sprache.

**Martyniuk K. V. "Comparative phraseological units of the German language to denote a person's appearance: linguistic and cultural aspect"**

## LITERATURVERZEICHNIS

1. Бацевич Ф.С. (2014). Словник термінів міжкультурної комунікації. Київ: Довіра.
2. Голубовська І.О. (2004). Паремії як відбиття ціннісних пріоритетів етнічної спільності. Мовознавство, № 2-3, 66-74.
3. Коцюба З.Г. (2008). Паремійні фонди мов як контамінація різночасових міжкультурних світоглядних нашарувань. Мовознавство, № 4/5.
4. Кушнір Г.М. (2021). Сучасні дослідження з лінгвістики, літературознавства і міжкультурної комунікації. Івано-Франківськ.
5. Burger, Harald (1973). *Idiomatik des Deutschen*. Tübingen.
6. Burger, Harald (1982). *Handbuch der Phraseologie*. Berlin/New York.
7. Burger, Harald (1998). *Phraseologie: eine Einführung am Beispiel des Deutschen*. Berlin: E. Schmidt.
8. Burger, Harald; Buhofer, Annelies; Sialm, Ambros (1982). *Handbuch der Phraseologie*. Berlin, New York: Walter de Gruyter.
9. Burger, Harald; Buhofer, Annelies; Sialm, Ambros (2002). Die Charakteristika phraseologischer Einheiten: Ein Überblick. In: HSK 21.1.
10. Dobrovolskij, D. (1992). *Phraseologie und sprachliches Weltbild*. Vorarbeiten zum Thesaurus der deutschen Idiomatik. Wien.
11. Donalies, Elke (2009). *Basiswissen deutsche Phraseologie*. Tübingen: Francke.
12. Duden (2013). *Redewendungen*. 4. Auflage, neu bearbeitete und aktualisierte Auflage. Berlin: Dudenverlag.
13. Fiedrich, Wolf (1976). *Moderne deutsche Idiomatik*. 2. Auflage. Ismaning: Max Hueber Verlag.
14. Koller, Werner (2007). Probleme der Übersetzung von Phrasemen. In: Burger, Harald/ Dobrovolskij, Dmitrij/ Kühn, Peter/ Norrick, Neal R. (Hg.) *Phraseologie. Ein internationales Handbuch der zeitgenössischen Forschung*. Berlin/New York: De Gruyter, 1. Halbband, 605-613.
15. Mook, D. (2004). *Classic experiments in psychology*. Greenwood.



16. Palm, C. (1997). Phraseologie: Eine Einführung. 2. Aufl. Tübingen: Narr.
17. Röhrich, Lutz (2004). Lexikon der sprichwörtlichen Redensarten. Band 1-3. Verlag.
18. Sowinski, Bernhard (1999). Stilistik: Stiltheorien und Stilanalysen. 2. Auflage. Stuttgart: Metzler.
19. Tushych, Y. (2013). Ethnokulturelle Elemente in der Phraseologie (Untersuchung anhand folgender Sprachen: Ukrainisch, Tschechisch, Deutsch und Russisch). Greifswald.
20. Wind, K. (2012). Vergleich phraseologischer Einheiten betreffend den menschlichen Körper in deutscher und russischer Sprache. Wien.