Geschlechtddpezifische Phraseologie in der deutschen Sprache

Novak, Anita

Undergraduate thesis / Završni rad

2016

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Rijeci, Filozofski fakultet u Rijeci**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:186:592332

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-05-08**

Repository / Repozitorij:

Repository of the University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences - FHSSRI Repository

zir.nsk.hr

UNIRI DIGITALNA KNJIŽNICA

dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

UNIVERSITÄT RIJEKA

PHILOSOPHISCHE FAKULTÄT

ABTEILUNG FÜR GERMANISTIK

Geschlechtsspezifische Phraseologie in der deutschen Sprache

Eine vergleichende Analyse der Stereotypen

Bachelor-Arbeit

Verfasst von:

Anita Novak

Betreut von:

Ao.- Prof. Dr. Aneta Stojić

Rijeka, Mai 2016

Eidesstattliche Erklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die am heutigen Tag abgegebene Bachelor-/Master-Arbeit selbständig verfasst und ausschließlich die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt habe.

Rijeka, den_____ Unterschrift_____

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung 4
2 Phraseologie als Sprachwissenschaft 5
2.1 Die Phraseologismen 6
2.1.1 Bedingungen für die Entstehung eines Phraseologismus 7
3 Geschlechtsspezifik: Problemstellung und Analyse 9
4 Stereotypen 11
4.1 Stereotype Phraseologismen 12
5 Semantische Analyse der stereotypischen Phraseologismen 14
5.1 Aussehen 14
5.2 Das Verhalten – allgemeine Unterschiede 17
5.2.1 Gesellschaftlich nicht angemessenes Verhalten 19
5.2.2 Verhalten in der Liebe 19
5.2.3 Familienverhältnisse 20
6 Schlussfolgerung 22
7 Literaturverzeichnis 24

1 Einleitung

Das Thema der Bachelor- Arbeit sind geschlechtsspezifische stereotype Phraseologismen. Die Bachelor-Arbeit wird in zwei große Hauptteile geteilt. Im ersten Teil der Arbeit wird die Phraseologie als ein Teilgebiet der Sprachwissenschaft erklärt. Dabei wird der Terminus und die Definition erläutert. Danach folgt die Beschreibung der Entwicklung der Phraseologie als Sprachwissenschaft nach mehreren deutschen Autoren, die versucht haben, diese junge Disziplin zu definieren. Danach wird eun kurzer Überblick über die Hauptideen und Hauptaufgaben gegeben und es wird beschrieben, wie diese festen Wendungen entstehen bzw. unter welchen Bedingungen eine Gruppe von Lexemen den festen Wendungen zugeschrieben wird. Weiter in der Arbeit wird die Geschlechtsspezifik definiert und es wird erklärt, auf welche Weise sie mit dem Untersuchungsgebiet der geschlechtsspezifischen Phraseologie verbunden ist und wie sie die Entwicklung der Phraseologie beeinflusst hat. Eng mit der Geschlechtsspezifik sind auch die Forschungen der Stereotypen verbunden. Dieses Gebiet, das eng mit anderen soziokulturellen Gebieten verbunden ist, wird beschrieben und anhand von Beispielen erklärt.

In dem zweiten Teil der Bachelor- Arbeit werden geschlechtsspezifische Phraseologismen analysiert. Das Ziel ist die Kriterien des Aussehens und des Verhaltens der Analyse zu unterziehen und die gewonnenen Ergebnisse die geschlechtsspezifischen Phraseologismen nach Stereotypen einzuordnen und zu erklären. Die Analyse dieser Phraseologismen wird nach zwei Aspekten durchgeführt: nach der Zugehörigkeit zu einem semantischen Feld und nach den metaphorischen Bildern, die sich hinter diesen festen Wendungen verbergen. Die Resultate werden nach soziologischen und psychologischen Bestimmungen mit Beispielen aus dem alltäglichen Leben in Verbindung gebracht und erklärt. Das Ziel der Bachelor–Arbeit ist es, die exzerpierten Phraseologismen zu erklären und herauszufinden, welche sich auf das weibliche, welche auf das männliche und welche auf beide Geschlechter beziehen und welche von ihnen stereotypisch sind.

2 Phraseologie als Sprachwissenschaft

Die Phraseologie ist eine, in erster Linie sprachwissenschaftliche, aber auch eine kulturell vielschichtige Disziplin. Der Terminus *Phraseologie* oder *Idiomatik* kommt von dem griechischen Wort *phrasis* ´Ausdruck´und dem Wort *lógos* ´Wort,sprechen´. (Fink-Arsovski 2002: 5) Auf der einen Seite bezieht sich diese Disziplin auf die Gesamtheit der Phraseologismen einer Sprache. Auf der anderen Seite versteht man die Disziplin als Lehre der Phraseologismen bzw. ihrer Feststellung, Klassifizierung, Erklärung und Beschreibung. (Földes 1997: 4)

Obwohl die Phraseologie eine ziemlich junge Sprachwissenschaft ist, sind in kurzer Zeit ganz viele Forschungen gemacht worden. Bei diesen Forschungen haben einen großen Einfluss Harald Burger, Annelies Buhofer und Ambros Sialm im *Handbuch der Phraseologie* gehabt, das in anderen sprachtheoretischen Büchern mehrmals zitiert wird. Nach diesem *Handbuch* ist eine Verbindung von zwei oder mehreren Wörtern phraseologisch, wenn (1) die Wörter eine durch die syntaktischen und semantischen Regularitäten der Verknüpfung nicht voll erklärbare Einheit bilden und wenn (2) die Wortverbindung in der Sprachwissenschaft ähnlich wie ein Lexem, gebräuchlich ist. (Burger 1982: 1) Eine ähnliche Definition hat Kunin gegeben der erklärt, dass die phraseologische Einheit eine feste Wortferbindung mit total oder partiell umgedeuteter Bedeutung ist. (Burger 1982: 62) Noch ein Beispiel der Definition wäre diejenige von Hessky, in der die Ausgangsdefinition der Phraseologie als Festigkeit der Verbindung mehrerer Wörter mit teilweise oder vollständig idiomatischer Bedeutung verstanden wird. (Hessky 1987:15) Es gibt noch viele andere Definitionen, mit denen fast das Gleiche gesagt wird. Wichtiger sind bei der Phraseologie die Charakteristiken, die überhaupt ermöglichen, dass sie zur eigenen Disziplin erhoben wird und welche ihr ermöglichen, sich von anderen Disziplinen abzugrenzen. Regina Hessky bekennt, dass in den vielen Jahren über 80 Termini für die Bezeichnung der Phraseologie entstanden sind. (Hessky 1987: 2) *Redensarten, bildhafte Wendungen, feste Wortkomplexe* etc. sind einige dieser Termini. Diese werden heutzutage jedoch weniger benutzt. Heute werden Termini *Idiome, feste Wendungen, Phraseologismen* etc. öfter benutzt. (Hessky 1987: 3) Die Verbindung mehrerer Lexeme kann frei und gebunden sein. Bei einer freien Verbindung können Lexeme ihre Stelle ändern, wobei diese Änderung keinen Einfluss auf den Inhalt dieser Verbindung hat. Wenn aber die Verbindung fest ist und demnach auch unveränderlich ist, handelt es sich um eine feste Wendung oder ein Phraseologismus. (Samardžija 2001: 93)

2.1 Die Phraseologismen

Die Phraseologismen gehören zu dem interessantesten und komplexesten Teil der Sprachwissenschaft. In der Sprache sind sie charakteristisch da sie die Sprache mit bildhaften Syntagmen beleben. Die Benutzung solcher bildhaften Syntagmen ist für den Menschen spezifisch, weil es in seiner Natur liegt, alles zu illustrieren.

Ebenfalls ist in der Phraseologie charakteristisch, dass jede Person in einem Sprachakt einen neuen Phraseologismus erfinden kann. Wichtig ist nur, dass der Ausdruck oft genug verwendet wird, denn somit wird er Teil der aktiven Lexik. Die semantische Kompetenz, die ein Sprecher besitzt, indiziert oft auf die Bedeutung eines Phraseologismus. Manchmal hilft die Tatsache, dass der Phraseologismus schon lange im Gebrauch ist, weswegen die Bedeutung den meisten Sprechern bekannt ist. Öfter ist es aber so, dass solche älteren Phraseologismen genau wegen des langen Vorhandenseins im Gebrauch für viele Sprecher nicht verständlich sind. Eine solche Situation liegt aber oft vor, wenn es sich um Phraseologismen handelt, die heute nicht der aktiven Lexik gehören. Solche Phraseologismen können schwer verstanden werden wegen der Unvorhersehbarkeit der Bedeutung und deren Konotation. Diese Phraseologismen gehören zu den phraseologischen Archaismen und phraseologischen Historismen. (Samardžija 2001: 96)

Phraseologismen haben ebenfalls die Funktion der Auffrischung und Belebung der Sprache. Obwohl die Sprache eigentlich sehr dynamisch ist, ist sie oft sehr monoton, weil sie ein Regelsystem ist. In der Phraseologie hingegen können einige Regeln gebrochen werden z.B. es können willkürlich Wörter entstehen, die im Wortschatz des Hochdeutschen nicht existieren (z.B. ***mit allem Schickimicki (ausgestattet sein/...)***). Sicher steht, dass Phraseologismen eine ganz wichtige Rolle in der gesprochenen und der geschriebenen Sprache haben. Durch sie wird auch die Interaktion auf eine interessante Weise erhalten.

Phraseologismen haben auch eine wichtige pragmatische Funktion. Wegen ihrer umfangreichen Bedeutung kann schon mit einem Syntagma oder einem Teilsatz die Poente verstanden werden. Oft werden Phraseologismen auch zum Ausdruck der Denkweise benutzt. Man kann damit eine Zustimmung, Ablehnung, Bewunderung etc. ausdrücken. (Hessky 1987: 15-23) Wie schon erklärt wurde, können Konnotationen und pragmatische Bedeutungen tragen die für den Rezipienten nicht immer deutlich ist. Es kann auch dazu kommen, dass man

die Bedeutung nicht versteht oder sie falsch interpretiert. Deutlich wird, dass Phraseologismen in ganz verschiedenen Situationen benutzt werden. Wie schon erwähnt wurde, werden Phraseologismen ganz oft in der alltäglichen Kommunikation benutzt z.B. in einem Gespräch unter Freunden, der Familie usw. Phraseologismen werden oft auch in anderen Bereichen benutzt beispielsweise im Journalismus, wo solche Ausdrücke den Zeitschriftensartikel dynamischer wirken lassen. (Samardžija 2001: 97)

2.1.1 Bedingungen für die Entstehung eines Phraseologismus

Schon aus den vorherigen Erklärungen konnte festgestellt werden, dass es bestimmte Bedingungen gibt, die die Entstehung eines Phraseologismus bedingen. Die erste Bedungung wurde schon vorhin erwähnt. Aus dieser erfolgt, dass die Verbindung der Lexeme in einem Sprechakt als eine Verbindung reproduziert wird in dessen Elemente nicht die Stelle wechseln können oder ausgelassen werden können. Dieses Merkmal nennt Hessky auch das Merkmal der Stabilität. Die Bedeutung der Stabilität wird als „*unikale Komponente, syntaktische oder morfologisch-flexivische Anomalie oder transformationelle Defektivität*“ erklärt. (Hessky 1987:16)

Diese stabile Verbindung ist oft metaphorisch, weswegen die zweite Bedingung lautet, dass man die Bedeutung des Phraseologismus nicht aus den Bedeutungen der Elemente erschießen kann. Mindestens ein Element muss seine Bedeutung ändern, damit der Phraseologismus einen übertragenen Sinn bekommt. Deswegen wird die Bedeutung aus der Gesamtheit des Phraseologismus erschlossen. Der Prozess, in dem ein Element seine Bedeutung verändert, wird Desematisierung oder Idiomazität genannt. (Hessky 1987: 16) Unterschieden werden zwei Arten: eine vollständige Desemantisierung und eine teilweise Desemantisierung. Bei der vollständigen Desemantisierung kann die Bedeutung des Phraseologismus nicht aus den Elementen erschlossen werden z.B. der Phraseologismus ***einen Affen (sitzen) haben*** trägt die Bedeutung '*schwer/ganz schön einen geladenhaben'*. Anders gesagt bedeutet das, dass sich die idiomatische Bedeutung bei der Definierung des Phraseologismus auf eine ganz andere Art, mit ganz anderen Worten erklärt wird. Ähnlich ist es bei teilweiser Desemantisierung, aber hier kommtnur ein Teil der Elemente des Phraseologismus in der Erklärung des genannten Phraseologismus vor (oftmals sind das Verben) d.h. dass die nicht

desemantisierten Wörter auch bei der Bestimmung der idiomatischen Bedeutung benutzt werden. Beispiele für eine teilweise Desemantisierung sind oft Zustände die durch eine bildhafte Vorstellung hervorgehoben werden sollten. Ein Beispiel dafür ist ***ein Loch zurückstecken*** mit der Bedeutung *'(etwas/ein wenig/...) zurückstecken (müssen)'*. Diese Bildhaftigkeit oder *Metaphorizität* ist bei allen festen Wendungen vorhanden und sie liegt in der Tiefenstruktur des Phraseologismus. „*Die Bildhaftigkeit wird meistens als Fähigkeit der Wörter, eine anaschaulich-konkrete Vorstellung eine Erscheinung oder eines Begriffs zu evozieren, verstanden.*“ (Burger 1982: 66) Diese Vorstellung kann bei der Formierung der Bedeutung des Phraseologismus helfen und auch auf die Bedeutung hinweisen. Phraseologismen entstehen spontaner als z.B. Lexeme, denn sie entstehen im Sprechakt und sind oftmals auch sehr kulturell bedingt und deshalb kulturspezifisch. Sie dienen also auch zur Auffrischung, Belebung der Sprache. „*Nicht alle Phraseologismen sind bildhaft btw. metaphorisch. Innerhalb der historischen Entwicklung kann z. B. ihre innere Form verloren gehen.*“ (Burger 1982: 66) Solche Veränderungen gehören auch zum Prozess der Desemantisierung.

Als dritte Bedingung für die Entstehung fester Wendungen steht, dass die Verbindung der Lexeme aus mindestenseinem autosemantischen Wort bestehen sollte. (Hessky 1987: 16) Dies ist wichtig, weil autosemantische Wörter alleine stehen können und die ganze Nachricht mitteilen können, wobei synsemantische Wörter nicht alleine stehen können. Die maximale Zahl der Einheiten der festen Wendungen ist nicht festgelegt. Vor allem für die deutsche Sprache ist das wichtig, da dessen Phraseologismen deutlich länger sind als z.B. in der kroatischen oder englischen Sprache. (Samardžija 2001: 94)

3 Geschlechtsspezifik: Problemstellung und Analyse

„*Unter Geschlechtsspezifik werden verschiedene linguistische Phänomene subsumiert*." (Dobrovol'skij 2009: 115) Auf der einen Seite versteht man darunter den unterschiedlichen Sprachgebrauch von Männern und Frauen innerhalb einer Sprachgemeinschaft. Man ist nämlich, nach einigen Recherchen, zu dem Schluss gekommen, dass Männer und Frauen geschlechtsspezifische Lexeme benutzen. „*Besonders gut erforscht ist dieses Phänomen für das Japanische, das ein komplexes System gender-bezogener Sprecherweise entwickelt hat*", begründet Dobrovol'skij. (Dobrovol'skij 2009: 115) Nach einigen Begründungen verwenden Frauen z.T. ganz andere lexikalische, syntaktische, phonische oder prosodische Elemente als Männer. Dies ist mit kulturellen Traditionen und gesellschaftlichen Normen, auch mit dem Honorifikationssystem des Japanischen, eng verbunden. Etwas später hat Robin Lakoff ähnliche Forschungen für das amerikanische Englisch aufgezeigt. Sein Aufwand führte zur Etablierung einer Gender-Linguistik. (Dobrovol'skij 2009:115)

Die Geschlechtsspezifik kann jedoch auch als semantisch-pragmatische Markierung eines Ausdrucks verstanden werden, der entweder im Zusammenhang nur mit männlichen oder nur mit weiblichen Personen gebraucht werden kann. Konkret die Forschungen der geschlechtsspezifischen Phraseologismen hat es aber sehr lange nicht gegeben, obwohl es viele Andeutungen zu deren Existenz gab. Der Sprachwissenschaftler Wotjak war einer der Ersten, der solche Forschungen mit Hilfe einer kontrastiven *gender* Analyse gemacht hat. (Dobrovol'skij 2009:116)

Erst die Forschungen der Phraseologismen eines alten niederdeutschen Dialekts, des Westmünsterländischen, haben erste konkrete Resultate gegeben. Die Beispiele wml. ***er kann sich hinter einem Schaufelstiel verstecken*** (´er ist sehr mager´) und wml**. *sie kann sich hinter einem Besenstiel ein sauberes Unterhemd anziehen*** (´sie ist sehr mager´) zeigen die Geschlechtsspezifik deutlich. Beide Beispiele dienen als hyperbolische Beschreibung einer Person, die derart mager ist, dass sie hinter dem Stiel eines Arbeitsgerätes nicht zu sehen ist. Spezifisch ist dabei, dass diese Phraseologismen nach den Utensilien, die erwähnt wurden, voneinander unterscheidbar sind. Die Schaufel ist das prototypische Utensil des Mannes und der Besen das der Frau. Zudem ergibt die Verbalphrase ***ein sauberes Unterhemd anziehen*** (mit der Bedeutung ´das Unterhemd wecheln zu können, ohne dabei von anderen gesehen zu

werden´) auch nur in Bezug mit einer weiblichen Person Sinn, denn Männer durfte man beim Wechseln des Hemdes beobachtet werden. (Dobrovol'skij 2009: 117)

Die Gesamtergebnisse der Forschungen dieses niederdeutschen Dialekts gaben den Impuls für Untersuchungen solcher Markierungen im Hochdeutschen. Für die Forschungen wurden mehrere Auflagen der Wörterbücher recherchiert. Das Ergebnis war zweifach: auf der einen Seite hat man herausgefunden, dass im *Duden Band 11* geschlechtsspezifiche Phraseologismen die Markierung durch die Jahre mehrfach aufgehoben oder dass sogar der Eintrag entfernt war. Dabei ist deutlich erkennbar, dass die Bearbeiter versuchten solche Einträge objektiver zu erklären. Auf der anderen Seite haben die Sprachwissenschaftler bemerkt, dass Schlüsselwörter, die entweder das typische bei Frauen oder bei Männern anzeigen (z.B. ´Bikini´, ´lange Haare´, ´Muskeln´), diejenigen Wörter sind, wegen denen es zu einer Markierung solcher Art überhaupt kommt. Das Beispiel von Dobrovol'skij „*Dieser Bikini ist so knapp, dass du genauso gut im Adamskostüm gehen kannst!*“ beweist diese These. (Dobrovol'skij 2009:118) Das Lexem ´Bikini´ deutet auf ein Kleidungsstück der Frau an, weswegen das Lexem ´Adamskostüm´ in diesem Satz nicht passt. Und genauso funktioniert es, wenn neue geschlechtsspezifische Phraseologismen entstehen. Schlüsselwörter und Assoziationen die, entweder, auf biologisch-anatomische Spezifika oder auf bestimmste soziokulturelle Gegebenheiten geschlechtsspezifischer Markierungen referieren, dienen zu der Erstellung geschlechtsspezifischer Phraseologismen und referieren, durch bestimmte Spezifika, auf Stereotypen, die bestimmte Charakterzüge und Rollenverhalten erklären, durch die Männer und Frauen voneinander unterscheidbar sind. (Dobrovol'skij 2009: 117-121)

4 Stereotypen

Stereotype werden verstanden als verkürzte und reduzierte Bilder der Menschen und ihres Lebens in anderen Kulturen, welche wir in unseren Köpfen entwerfen. (Schmidt 2002:67) Anders gesagt kann man Stereotype als Klassifikationen verstehen, die in einer Gruppe nach bestimmten Überzeugungen und Erfahrungen entstehen und die Menschen bewusst, aber auch oft unbewusst, aktivieren. Diese Überzeugungen werden von sozialen, ethnischen, kulturellen, religiösen und politischen Ansichten beeinflusst, die eine bestimmte Gruppe von Personen verficht. Stereotype können deshalb als Klassifikationen verstanden werden, weil man mithilfe von ihnen auf eine weitere Weise die Welt einordnen kann. Solche Generalisierungen sind für den Menschen sehr wichtig und oft unvermeidbar, weil sie helfen, „*die Flut an Erlebnissen und Informationen zu bewältigen, der wir tagtäglich ausgesetzt sind*." (Schmidt 2002: 67) Reaktionen solcher Arten entstehen unwillrkürlich, weil der Mensch auf jede Weise versucht, seine Welt zu vereinfachen, damit er in ihr leichter zurechtkommen kann. Kleinsteuber verdeutlicht, dass Stereotype als „*Ausdruck einer Ökonomie der Wirklickeitsverarbeitung, der wir angesichts überwältigend komplexer Sachverhalte nicht zu entgehen vermögen*" verstanden werden können. (Schmidt 2002: 67) Man geht von der Annahme aus, dass solche, in Klassen gegliederte, Überzeugungen für eine ganze Gruppe auf eine zulässige Beschreibung hindeuten.

> „Als solche können sie als Ausdruck von Verallgemeinerungen tatsächlich erlebter, beobachteter oder überlieferter Erfahrungen betrachtet werden, die durch sie erst die komplexe Wirklichkeit sowohl fremder Kulturen als auch der eigenen Kultur bewältigen lässt". (Schmidt 2002: 67)

Jedoch ist es meistens der Fall, dass solche Aussagen sehr allgemein sind und deshalb unzulässige Informationen über kleinere oder größere Gruppen, ganze Völker und Kulturen darstellen und sehr oft auf unrichtige Vorurteile anzeigen. Wenn Vorurteile angesprochen werden wird von Menschen behauptet, dass sich die meisten für relativ vorurteilsfrei halten. Doch wenn man die Tatsache miteinbezieht, dass es für Menschen natürlich ist, sich Vorstellungen zu machen und, mithilfe von seinen kognitiven Fähigkeiten, auch erlebte Geschehnisse zu speichern mit dem Ziel, sich auf gleiche negative oder positive in Zukunft vorzubereiten, ist es schwer zu glauben, dass ein Mensch vorurteilsfrei sein kann. Diese Geschehnisse, Eindrücke und Erfahrungen die der Mensch im Kopf speichert, bilden die Basis für die Entstehung der Stereotype. „*Stereotype beeinflussen jedoch nicht nur*

Wahrnehmung von Situationen bzw. Personen, sondern haben auch Einfluss auf das Verhalten.“ (Straub 2007:73) Ein Beispiel dafür ist *älterer Mensch* – schon ein solches Syntagma assoziiert auf eine allgemeine stereotypische Beschreibung eines Menschen, der ‘langsam, vergesslich, schwach‘ etc. ist, obwohl das nicht in allen Fällen so ist, weil es viele ältere Menschen gibt, denen man keine dieser Charakteristiken zuschreiben kann bzw. denen nur einige dieser Charakteristiken zugeschrieben werden können. (Straub 2007:73) Solche Meinungen über Gruppen, wie diese ältere Altersgruppe, sind schablonenhaft. 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. (Straub 2007: 75) Diese spontane und automatische Aktivierung ist möglich, weil Personen Stereotype aus ihrem kulturellen Umfeld in der Regel kennen. Abschließend kann man sagen, dass Stereotype und Vorurteile ein Teil der *sozialen Realität* sind, die man nicht vermeiden kann. Sie haben eine wichtige Rolle in dem Alltag aller Menschen, der Kultur und der Sprache, weswegen man sich eine stereotyp- und vorurteilsfreie Gesellschaft nicht vorstellen kann.(Straub 2007: 75)

4.1 Stereotype Phraseologismen

Geschlechtsspezifische Phraseologismen gibt es in jeder Sprache. Sie werden nach intraindividuellen, soziokulturellen, geographischen, religiösen, politischen und historischen Faktoren bestimmt. Historische und soziokulturelle Faktoren sind diejenigen die auf fast jede Sprache den gleichen Einfluss hatten. Das kann gesagt werden, weil es allgemein bekannt ist, dass Frauen in der Geschichte der Gesellschaft den Männern untergeordnet waren. Sie mussten sich nur um den Haushalt sorgen und Kinder gebären, denn man war der Meinung, dass sie für etwas anderes zu schwach, zu inkomepent oder zu naiv waren. Ein Beispiel dafür ist ein alter Phraseologismus ***lange Haare, kurzer Verstand*** mit dem die Meinung vertreten wird, dass Frauen nicht intelligent sind. (Dobrovol’skij 2009:118) Anders als Frauen werden Männer immer als die Ernährer und Beschutzer der Familie angesehen. Außerdem wird behauptet, dass sie, allgemein gesehen, stark, einfallsreich, klug, durchsetzungsfähig etc. sind. Mit anderen Worten: es wird die Meinung vertretet, dass Männer Fähigkeiten besitzen, die Frauen nicht haben (können). Solche Tatsachen bilden die Grundlagen für die Entstehung geschlechtsspezifischer Phraseologismen. All diese Tatsachen sind sehr mit dem

Allgemeinwissen über Menschen und Kulturen, der eigenen Erfahrung mit Mitmenschen und Situationen, sowie mit der Kognition verbunden. Das allgemeine Wissen wird teilweise durch Erfahrung erworben, denn es bezieht sich nicht nur auf bloße Fakten die gelernt werden, sondern auch auf das Wissen, das durch Erfahrung gesammelt wird. Die Kognition funktioniert dann als Mechanismus für die Bearbeitung und Sortierung dieser Informationen. Durch die gegebenen Argumentierungen wird vor allem deutlich, dass die Entstehung der geschlechtsspezifischen Phraseologismen ein sehr komplexer Prozess ist, der sehr sozial bedingt ist. Vor allem für die Entstehung stereotypischer Phraseologismen ist diese Tatsache wichig zu verstehen. Stereotypische Phraseologismen erfrischen Gespräche mit witzigen, ironischen und bildhaften Beschreibungen der „typischen" Gewohnheiten und Verhaltensweisen der Frauen und Männer. Außerdem werden mit ihnen Sichtweisen beschrieben, die Männer und Frauen über das gleiche oder das gegenteilige Geschlecht haben. Die Überzeugungen, die mit stereotypischen Phraseologismen erklärt werden sind jedoch sehr allgemein bzw. hängen von den vorhin erwähnten Erfahrungen und Überzeugungen der Individuen ab und können nicht unbedingt immer in konkreten Situationenals allgemeine Tatsachen benutzt werden. Trotzdem werden sie im Alltag oft benutzt, weil sie dem Menschen helfen, sich in einem sozialen Kreis ein Platz zu finden und weil sie in der Kommunikation sehr wichtig sind.

5 Semantische Analyse der stereotypen Phraseologismen

In diesem Teil der Arbeit wird mithilfe einer Korpusuntersuchung versucht festzustellen, welche Phraseologismen im Deutschen stereotype Vorstellungen beinhalten. Außerdem wird analysiert, ob diese geschlechtsspezifisch sind bzw. ob die Geschlechtspezifik nach den Komponenten des Phraseologismus oder nach dessen Bedeutung festgelegt wird. Durchgeführt wurde die Analyse mithilfe von zwei Wörterbüchern: *Redewendungen. Wörterbuch der deutschen Idiomatik* (2013) aus der Duden-Reihe und *Deutsche Idiomatik. Wörterbuch der deutschen Redewendungen im Kontext* (2011) von Hans Schemann. Die exzerpierten Phraseologismen wurden anhand der komparativen Analyse interpretiert, die sich für die Analyse der Phraseologismen mit geschlechtsspezifischen Charakter als günstigste und einfachste bekennte, weil durch das Vergleichsverfahren die Unterschiede leicht erkennbar gemacht wurden. Demnach wurden die Phraseologismen gegenübergestellt, damit Unterschiede bzw. Ähnlichkeiten festgestellt werden können. Die gewonnenen Ergebnisse wurden nach qualitativen und quantitativen Kriterien interpretiert und anhand von Beispielen und argumentiert.

5.1 Aussehen

Phraseologismen die sich auf die Schönheit beziehen sind sehr spezifisch für beide Geschlechter. Die Frauen werden als ***das schönere Geschlecht*** bezeichnet, wobei eine solche Variante für Männer nicht vorhanden ist. Hauptsächlich das Wort *schön* ist nicht ein Wort, dass bei der Beschreibung der Männer dient. Das Adjektiv *schön*, ***bildhübsch*** usw. wird nur bei Beschreibungen der Frauen benutzt. Männer hingegen werden z.B. als *gutaussehend* beschrieben. Wenn ein gutaussehender Mann beschreiben wird, werden oft Phraseologismen benutzt, die anzeigen, dass ein Mann***wie ein Adonis aussieht*** *oder* ***wie ein junger Gott ist***. Im Gegensatz dazu wird für schöne Frauen gesagt, dass sie ***wie angemalt aussehen***. Deutlich wird, dass Phraseologismen, die Frauen beschreiben, oft mit dem *Malen* oder mit *Bildern* verglichen werden. Interessant ist bei solchen Beispielen, dass früher für den Phraseologismus ***ein Bild von einem Mädchen/einer Frau*** ebenfalls keine Variante für die Männer existiert hat. Bei diesem Phraseologismus ist stereotypisch, dass auf *festgelegte* Erwartungen hingedeutet wird die, den Männern nach, ein Mädchen/ eine Frau erfüllen muss, um als sehr

schön zu gelten. Nach neueren Ansichten ist jedoch auch ein Phraseologismus für die Männer entstanden: ***ein Bild von einem Mann***.[1] Ein weiterer 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. Ähnlich ist es mit einem weiterem Beispiel. Ein älterer Phraseologismus, ***lange Haare, kurzer Verstand***, war früher geschlechtsspezifisch, weil man das Element ***lange Haare*** mit der Frisur der Frauen verbunden hat, da es nur Frauen waren, die lange Haare hatten. Heute gibt es auch viele Männer, die lange Haare haben, aber trotzdem wird der Phraseologismus nur mit dem weiblichen Geschlecht in Verbindung gebracht.

Abschließend gibt es auch verschiedene vulgäre und beleidigende Ausdrücke, die das Aussehen beschreiben. Die Phraseologismen ***zum Abschießen aussehen/sein*** und ***wie ausgekotzt/ (ausgeschissen) aussehen*** sind. Beispiele für solche negativen Beschreibungen. Von denen sind vulgäre Beschreibungen z.B. ***zum Anknabbern sein/aussehen*** oder ***kriminell aussehen.***

Ich wende mich nun dem Thema der Stärke. 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. Ein Beispiel wäre eine gegenteilige Beschreibung des weichlichen Geschlechts - ***das starke Geschlecht***. Eine Person hingegen, dessen sexuelle Orientierung nicht heterosexuell ist, wird als ***das dritte Geschlecht*** bezeichnet. Hiermit wird jemandes sexuelle Orientierung beleidigt indem behauptet wird, diese Person sei kein richtiger Mann oder keine richtige Frau, obwohl die sexuelle Orientierung nicht mit dem Geschlecht verbunden ist. Bei diesem Beispiel werden die vorhin erwähnten Vorurteile sichtbar, die auf eine Weise mit Stereotypen verbunden sind.

Außer als ***das starke Geschlecht*** werden Männer als ***stark wie ein Bär***; ***groß/stark/kräftig/...wie ein Baum*** usw. bezeichnet. Es gibt auch einige Beschreibungen die sich auf die Muskeln der Männer beziehen. Solche Phraseologismen sind nicht geschlechtsspezifisch. Man geht jedoch davon aus, dass sie sich auf Männer referieren, da stereotypisch ist, dass Männer diejenigen sind, die körperlich stärker gebaut sind bzw.

[1]http://www.redensarten-index.de/

nur/...aus Muskelpaketen bestehen oder, dass sie ***Muskelprotz*** genannt werden. Außer der Tatsache, dass man glaubt, alle Männer sollten groß und stark sein, ist vor allem stereotypisch, dass starke (oder viel zu starke) Männer oft als Angeber, Machos u.a. von anderen Frauen und Männern interpretiert werden, nur weil sie muskulös sind.

Die Schwäche der Männer wird ebenfalls oft bildhaft dargestellt. Meistens geht es dabei um ironische Redewendungen die das Aussehen der Männer verspotten. Da es nach Stereotypen erforderlich ist, dass Männer große Muskeln haben, werden Männer, dessen Körperbau anders ist, als schwach und zerbrechlich bezeichnet. Nach solchen Ansichten wird das Aussehen solcher Männer mit leicht zerbrechlichen Gegenständen ironisch in Verbindung gebracht wonach sie ***Beine so dünn wie Streichhölzer haben*** oder ***dürr wie ein Besenstiel 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***. Die Üppigkeit einer Frau und eines Mannes hingegenwird z.B. mit Phraseologismen ***so breit wie hoch*** oder ***Fett schwimmt oben*** beschrieben.

Eine sehr dünne Figur wird bei Mann und Frau mit einem Skelett u.ä. verglichen. Die meisten solchen Phraseologismen sind nicht geschlechtsspezifisch,werden aber öfter benutzt um Frauen die sehr dünn oder nur schlank sind zu kommentieren z.B. ***ein wandelndes Gerippe***; ***ein dürres Gestell***; ***dürr wie eine Bohnenstange (sein)***; ***nur (noch)/nichts als/...Haut und Knochen***; ***ein richtiges*** *(wandelndes)* ***Skelett***; ***bis auf die Knochen abgemagert***[2]. Eine ähnliche Art um zu sagen, dass jemand abgemagert ist, ist wenn man sagt, dass jemand ***wie eine (lebende/wandelnde) Leiche*** aussieht. Diese Phraseologismen sind stereotypisch, weil sie eine stereotypische Reaktion der Menschen auf ihre Mitmenschen zeigen. Geschlechtsspezifisch sind Phraseologismen wie ***flach wie ein Brett*** oder ***wie ein Bügelbrett aussehen*** wo deutlich ist, dass sich die Beschreibung auf Frauen bezieht.

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 und aussehen oder, dass sie ***wie das blühende Leben aussehen***. Für eine ältere Frau, die nur scheinbar jung aussieht, wird die Redewendung ***von hinten Blondine, von vorne Ruine*** benutzt. Interessant ist hier zu bemerken, dass eine

[2]http://www.redensarten-index.de

Blondine als Stereotype der Schönheit gilt. Ein ähnliches Beispiel ist ***blondes Gift***, womit man eine verführerische Blondine beschreibt. Obwohl einige denken, dass sie ***alt aussehen***, meinen andere,dass ***man so alt ist, wie man sich fühlt***. Reife, sowie die besten Jahre des Lebens, werden mit einer geblühten Blume verglichen, weswegen man sagt, dass eine Person ***in der Blüte seines/des Lebens steht*** oder dass sie ***im besten/(in seinem besten) Alter sind/(stehen)***. Typisch ist ebenfalls, dass man mit Alter auch an Wissen und Weisheit zunimmt bzw. dass man **an *Alter und Weisheit zunimmt***. Wenn aber jemand wünscht jünger auszusehen, sagt man, dass man ***in einem/(im) Jungbrunnen baden*** möchte, der einen verjüngert. Deutlich wird, dass mit dem Alter die Aufmerksamkeit mehr auf die inneren Werte und das innere Wohlgefühl liegt, als auf das Aussehen.

5.2 Das Verhalten – allgemeine Unterschiede

Nach stereotypischen Ansichten sind Männer gegenüber Frauen öfter unreif und verhalten sich sehr kindisch. Wenn sie unreif sind, werden sie oft als ***ein (richtiger) Milchbubbi***, ***ein Baby*** oder ***ein Kind*** angesprochen, obwohl keins von den Phraseologismen geschlechtsspezifisch ist. Das unreife Verhalten eines Mannes wird oft mit der Erziehung verbunden. Man geht von der Annahme, dass ein Mann wegen seiner engen Beziehung mit seiner Mutter kein richtiger Mann werden kann und wird als ein ***Muttersöhnchen*** beschrieben.Außerdem wird gesagt, dass ein unreifer Mann ***(noch) an Mutters Rochschößen/ Rockzipfel (Rock/Schürzenband) hängt; noch die Eierschalen hinter den Ohren hat*** oder ***noch (sehr/ganz) grün hinter den Ohren ist.*** Diese Phraseologismen sind nicht geschlechtsspezifisch, aber werden anhand ihrer Bedeutung mit dem männlichen Geschlecht in Verbindung gebracht. Oftmals argumentieren Männer (aber auch Frauen) ihre Reife und Selbstständigkeit mit der Überzeugung ***kein Kind/ Baby mehr*** zu ***sein***.Wenn aber ein Mann als reif angesehen wird, wird der Phraseologismus ***ein gereifter Mann*** benutzt. Bei diesem Beispiel ist vor allem interessant, dass der reife Mann *gereift* ist, weil man von der Annahme ausgeht, dass er das nicht immer war bzw., dass er eine lange Zeit brauchte, um reif zu werden.

Frauen hingegen, das *reife* Geschlecht, werden als sehr selbständig und vielseitig interpretiert, was nur als eine allgemeine Tatsache gelten kann. Wie schon erwähnt wurde, wird von

Frauen erwartet gut auszusehen. Dem entsprechend wird auch erwartet, dass sie sich gutbenehmen. Solche Frauen werden oft als ***richtige Damen***; ***Damen der Gesellschaft*** usw. genannt. Wenn es um den Besitz eines Hauses oder einer Wohnung geht, war früher der Phraseologismus ***Herr des Hauses*** oder ***Herr im (eigenen) Haus(e)*** lange die einzige Variante für die Beschreibung des Besitzers. Heute gibt es auch eine Variante, die sich auf Frauen als möglichen Besitzerinnen des Hauses bezieht- ***Dame des Hauses.*** In dem Falle, dass sich eine Frau nicht wie eine Dame benimmt bzw. sich extrem negativ benimmt wird sie z.B. ***gerissenes*** oder ***faules Luder*** beleidigt.

Frauen, die verwöhnt sind und sich kindisch benehmen, weil etwas nicht so ist, wie sie es wollten, werden als ***verwöhntes Nesthäkchen*** beschrieben oder man sagt, dass sie ***Allüren haben wie eine Primadonna***. Als eine Primadonna nennt man auch eine Frau, die sich ***wie eine Prinzessin auf der Erbse*** bzw. ***wie eine Erbsenprinzessin*** benimmt. Dieser Phraseologismus wird auch als ***Papas (kleine) Prinzessin*** benutzt. Dem entsprechend is für Frauen ist ebenfalls typisch, dass sie sehr emotional sind. Es gibt zahlreiche Phraseologismen, die mit Tränen und Weinen verbunden sind. Oft ***brechen*** Frauen ***in Tränen aus*** oder ***vergießen Krokodilstränen*** die dann ***über die Backen/ Wangen rollen.*** Diese Phraseologismen können beiden Geschlechtern zugeschrieben werden, aber (stereo)typischer ist, dass man damit das Verhalten der Frauen beschreibt.

Frauen sind demnach empfindlicher als Männer. Diese Empfindlichkeit wird auch bildhaft dargestellt. Ein Beispiel dafür ist die Beschreibung, dass eine Frau ***(empfindlich) wie eine alte Jungfer*** ist, womit angedeutet wird, dass ältere Frauen, die nicht verheiratet sind, sehr launisch und empfindlich sind oder man sagt, Frauen seien (***empfindlich) wie eine Mimose.*** Ein ähnliches Beispiel wäre auch ***launisch wie der April***. Zuletzt werden noch ein paar Beispiele für das Verhalten genannt, das mit dem Aussehen verbunden sind. Typisch ist, dass sich Frauen gerne schminken und schön kleiden. Wenn sich eine Frau sehr bemühen gut auszusehen, sagt man dass sie ***sich (ziemlich/ übertrieben/...) aufgemotzt hat***. Dieser Phraseologismus kann dabei eine positive, aber auch eine negative Konnotation tragen.Ein weiteres Beispiel ist der Phraseologismus ***einen Hauch (von) Puder/ rouge/ Farbe/(...)auftragen***, der ebenfalls anhand der Bedeutung geschlechtspezifich ist und eine typische Verhaltensweise der Frau beschreibt im Gegensatz zu ***wie aus dem Ei gepellt/ geschält sein***, der nicht auf beide Geschlechter verweist.

5.2.1 Gesellschaftlich nicht angemessenes Verhalten

Nach gesellschaftlichen Normen werden Prügeleien und übertriebener Alkoholkonsum in der Gesellschaft als unangemessenes Verhalten verstanden. Vor allem wenn es um das männliche Geschlecht geht, werden diese Verhaltensweisen als (stereo)typisch angesehen. In den Wörterbüchern wurden ganz viele Beispiele gefunden, mit denen solche Verhaltensweisen bildhaft dargestellt wurden. Demnach ist stereotypisch, dass Männer ***saufen wie ein Faß*** oder ***sich dumm/arm/kranksaufen***. Weitere Beispiele sind ***einen Affen (sitzen) haben; total/absolut/... breit sein; sich einen ankümmeln; sich einen antrinken***; ***sich einen anzwitschern***; ***einen bechern*** und ***besoffen wie ein Schwein (sein)***. Nach vielen Jahren von solchem übertriebenen Alkoholkonsum ***kriegen*** sie ***einen Bierbauch***. ***Sorgen/... im/(in) Alkohol ertränken*** ist ein Beispiel, das sich auf beide Geschlechter referiert, aber das, genauso wie alle vorhin erwähnten Beispiele, nach seinen Komponenten nicht geschlechtsspezifisch ist. Wenn es um die vorhin erwähnten Prügeleien geht, sind es ebenfalls Männer, die öfter in solche Situationen geraten. Beispiele für solches Verhalten sind: ***jm. die Visage polieren***; ***jm. den Buckelvollhauen/ vollschlagen***; ***jm. eine Abreibung geben/ verpassen*** und ***jn./sich verprügeln/ schlagen/..., daß die Fetzen fliegen.*** Im Gegensatz dazu werden für gewalttätige Frauen feste Wendungen benutzt, mit denen eine gewisse Gewalt beschrieben wird, aber durch die deutlich wird, dass es nicht um heftige Prügeleien handelt. Einige Beispiele für solches Verhalten sind, wenn man sagt, dass man ***am liebsten j. jm.die Augen ausgekratzt hätte*** oder dass man ***jm. eins/einen auf den Ballon gegeben hat.***

5.2.2 Verhalten in der Liebe

Wenn es um die Liebe geht ist es stereotypisch, dass der Mann derjenige ist, der ***den ersten Schritt macht***. Das bedeutet, dass sich ein Mann auf ***eine Eroberung macht*** oder ***auf Eroberungen ausgeht*** und versucht, ***einen guten Fang*** zu ***machen*** bzw. sich ***eine Frau*** zu ***angeln***. Er ***baggert*** die Frau ***an*** oder ***startet eine Anmache***. Viele ***hängen den Macker raus***, um Frauen zu beeindrucken. Ein Mann, der sehr oft Frauen ***aufreißt*** wird ***ein (richtiger/...) Aufreißer*** oder ***ein (richtiger/...) Lüstling*** genannt. Stereotypisch ist, dass Männer die ***die Abwechslung lieben***bzw.***von einer Blüte zur anderen flattern*** von der Gesellschaftnicht

verurteilt werden. Im Gegensatz dazu ist ein solches Verhalten bei Frauen unangemessen. Einige Männer ***packen*** bei solchen Eroberungen die Frau ***am Arsch***, weswegen solche als ***(ekelhafte/(elendige)) Grabscher*** beschrieben werden. Auf der anderen Seite ***geht*** ein Mann, der ***im Heiratsalter ist, auf Brautschau*** um ***die Dame seines Herzens*** zu finden die er ***zu seiner Frau macht.*** Frauen, die ebenfalls ***im Heiratsalter sind***, aber nicht verheiratet sind, werden ***alte Jungfer*** oder ***alte Schachtel*** genannt. Ein weiteres Beispiel wäre ***ein spätes Mädchen***, weil stereotypisch ist, dass eine Frau im gewissen Alter heiraten muss. Wenn jemandes Liebe die ***Liebe auf den ersten Blick*** ist und die Person ***eine Liebeserklärung macht***, erfährt die Person, ob sie bei der anderen Person ***eine Chance hat*** oder nicht. Es gibt viele Phraseologismen, dessen Komponente das Wort Liebe enthält. Einige Beispiele sind:***große Liebe***; ***Liebe erweisen***;***j. könnte jn. vor Liebe fressen***; ***Liebe und Hass***; ***aus Liebe heiraten***; ***Liebe (geht/reicht/währt/...) bis in den Tod (hinein)***; ***Liebe geht durch den Magen etc.***

5.2.3 Familienverhältnisse

Ein verliebtes Paar kann ***ein hübsches/ abscheuliches/ seltsames/...Bild bieten***. Und Wenn dieses Paar heiratet ist es typisch, dass der Vater der Braut ***die Braut/ ein Mädchen/... zum Altar führt***. Wenn das Paar jedoch ***ein Kind erwartet*** aber nicht verheiratet ist, wird ihre Beziehung als ***eine wilde Ehe*** und das erwartete Kind wird ironisch als ***Kind der Liebe*** beschrieben.

Für eine Frau, die Kinder gebären kann, sagt man, dass sie ***ein fruchtbares Becken hat*** und für einen Mann, der sich freut Vater zu werden sagt man, dass er ***Vaterfreuden entgegensieht***. Für ein Paar, dass verheiratet oder in einer Beziehung ist, wird manchmal gesagt, dass der Mann bei seiner *Frau/...* ***unter den Pantoffel geratet/ steht/ kommt*** bzw. dass eine Frau ihren ***Mann/Liebhaber/... unter dem Pantoffel hat.*** Interessant ist, dass man den Mann als Übergeordneten bzw. ***Herren des Hauses*** betrachtet, aber dass die Frau in einigen Beziehungen ***das Sagen hat***. In den Beispielen, die im Wörterbuch von Hans Schemann genannt wurden, wird gesagt, dass man der Frau, die das Sagen hat, nicht wiedersprechen kann bzw. dass der Mann nicht das Sagen hat. (Schemann 2011: 605)

Als Allerletztes wird in der Bachelor-Arbeit der Vergleich der Eltern und ihrer Kinder kommentiert. Es ist nicht ungewöhnlich, dass die Kinder ihren Eltern ähneln. Die Ähnlichkeit ist manchmal so groß, dass man sagt, dass das Kind den Eltern ***(wie) aus dem Gesicht geschnitten ist***. Ein ähnliches Beispiel ist der Phraseologismus ***ganz/genau das Bild seines Vaters/ seiner Mutter/... sein.*** Mit diesem Phraseologismus kann aber nicht nur das Aussehen, sondern auch das Verhalten beschrieben werden. Ein weiteres Beispiel solcher Art ist ***wie der Vater, so der Sohn*** und ***ganz der Vater / die Mutter sein.*** Wenn das Verhalten der Kinder scherzhaft dargestellt wird sagt man, dass ***der Apfel nicht weit vom Pferd/ (Pflaumenbaum) fällt*** bzw. dass ***der Apfel nicht weit vom Stamm fällt***. Im Wörterbuch von Hans Schemann steht für die Erklärung dieser Phraseologismen das folgende Beispiel: *„Der Sohn hat schon dieselben Allüren wie der Vater. Ganz wie der Volksmund sagt: 'Der Apfel fällt nicht weit vom Stamm."* (Schemann 2011: 29)

6 Schlussfolgerung

Nach der durchgeführten Analyse konnte Einiges festgestellt werden. Deutlich wurde, dass ganz viele Phraseologismen nach „veralteten“ Ansichten gebildet sind. Das kommt davon, dass viele Phraseologismen sehr alt sind und sich auf Situationen und stereotypische Verhalten, die zu deren Zeit der Entstehung spezifisch waren, referieren. Da es in der Phraseologie wichtig ist, dass ein Phraseologismus aktiv benutzt wird, um als ein Phraseologismus zu gelten, ist es nicht seltsam, dass auch solche alten Phraseologismen noch immer aktuell sind. Ein Grund dafür, dass sie noch aktuell sind, sind Beschreibungen, die einer großen Gruppe von Menschen, wegen der Art, auf die die Bildhaftigkeit übertragen wurde, gefallen haben, weswegen sie von Generation zu Generation übertragen wurden und, wie in der Bachelor-Arbeit deutlich gezeigt wurde, auch heute in der Kommunikation benutzt werden.

Sehr eng in Verbindung zu den genannten „veralteten“ Ansichten stehen stereotypische Phraseologismen. Wie schon von den Autoren Straub und Schmidt erklärt wurde, sind Stereotypen ein Teil der sozialen Realität, den man nicht umgehen kann. Es wurde angedeutet, dass Geschehnisse, Eindrücke und Erfahrungen die der Mensch im Kopf speichert, die Basis für die Entstehung der Stereotype bilden. Dieses Fakt wurde in der gegebenen Analyse, in der Stereotype anhand vieler Beispiele interpretiert wurden, bestätigt. Außerdem wurde bestätigt, dass für jede Situation im alltäglichen Leben minimal eine Beschreibung existiert, die eine Situation ironisch, scherzhaft usw. beschreibt und sie dann auf geschlechtsspezifische, vorurteilhafte, stereotypische usw. Kategorien einordnet. In der Anaylse wurde vor allem deutlich, dass für das ***zarte Geschlecht*** Lexeme benutzt werden, die nur für dieses Geschlecht spezifisch sind. Somit werden z.B. Lexeme wie ***schön*** oder ***(bild)hübsch*** nie benutzt, wenn das Aussehen eines Mannes beschrieben wird. Genauso spezifisch sind Lexeme mit denen man nie eine Frau beschreibt, bzw. die nur für das ***starke Geschlecht*** benutzt werden. Schon das Lexem „Stärke“ ist eins davon, dass geschlechtspezifich und stereotypisch ist, obwohl es auch Frauen gibt, die ebenfalls physisch und psychisch stark sein können.

Phraseologismen, die sich auf das Verhalten referieren, zeigten deutliche Unterschiede zwischen den Geschlechtern. Die Analyse zeigte, dass, wenn es um das männliche Geschlecht

geht, Unreife, übertriebener Alkoholkonsum, Prügeleien und das Verhalten gegenüber den Frauen in der Gesellschaft am meisten beschrieben werden. Wenn Frauen beschrieben werden,wird ihre Sensibilität, ihre Reife und ihr damenhaftes Verhalten verspottet oder hervorgehoben. Die Analyse zeigte außerdem, dass eine Mehrzahl der Phraseologismen nach den Komponenten nicht geschlechtsspezifisch ist, aber nach der Bedeutung schon. Im Gegensatz dazu gibt es wenigere Phraseologismen, die, sowohl nach ihren Komponenten, als auch nach der Bedeutung für nur ein Geschlecht spezifisch waren. Obwohl es möglich ist, dass Verhaltensweisen geschlechtsspezifisch sind, ist es eher so, dass das nur stereotype Vorstellungen sind, die allgemein bekannt sind.Aus der Erfahrung her ist nämlich allen Menschen bekannt, welche Stereotypen existieren und wie sie interpretiert werden. Ebenfalls bekannt ist auch, dass Stereotypen sehr allgemein sind bzw. nur angebliche Fakten darlegen, die sich eigentlich von Person zu Person unterscheiden können. Diese Überzeugungen, die Menschen haben, sind, trotz all diesem Wissen, im Gedächnis beibehalten, weil sie hilfreiche Informationen tragen, die dem Menschen helfen,sich in einem sozialen Kreis ein Platz zu finden.

Es kann festgestellt werden, dass Phraseologismen ein wichtiger Teil der Sprache sind. Man kann sagen, dass sie den Menschen auf eine besondere und, vor allem, sehr interessante Weise zur Erfrischung der Sprachedienen. Außerdem sind sie so sehr verbreitet und so stark in der Sprache erhalten, dass sie oftmals die Kommunikation erleichtern. Stereotypen haben auch einen ganz wichtigen Platz in der Sprache, sowie auch außerhalb. Sie haben eine sehr umfangreiche Funktion in der Gesellschaft. Die stereotypen Phraseologismen sind daher auch wichtig. Sie bilden einen Bereich der Sprache, dass sehr interessant ist und in dem noch Vieles untersucht werden kann, denn die Sprache verändert sich immer wieder, weswegen es immer etwas Neues gibt, was recherchiert werden kann. Man kann schon jetzt sagen, dass Stereotypen immer existieren werden. Man kann ab er die Entwicklung verfolgen und die Veränderungen untersuchen.

7 Literaturverzeichnis

Burger, Harald, Annelies Buhofer und Ambros Sialm (1982): *Handbuch der Phraseologie.* Berlin; New York: Walter de Gruyter.

Dobrovol'skij, Dmitrij und Elisabeth Piirainen (2009): *Zur Theorie der Phraseologie. Kognitive und kulturelle Aspekte*. Tübingen: Stauffenburg Verlag Brigitte Narr GmbH.

Fink-Arsovski, Željka (2002): *Poredbena frazeologija. Pogled izvana i iznutra.* Zagreb:FF Press.

Földes, Csaba (1997): Idiomatik, Phraseologie. Heidelberg: J. Groos. Cop.

Hessky, Regina (1987): *Phraseologie. Linguistische Grundfragen und kontrastives Modell deutsch-ungarisch*. Tübingen: May Niemeyer Verlag.

Ristić, Gordana (2012): *Liebe in deutschen und serbischen somatischen Phraseologismen*. In: Annual Review of the Faculty of Philosophy. Novi Sad, Volume XXXVII. Seite 217-229.

Samardžija, Marko (2001): *Hrvatski jezik 4: udžbenik za 4. Razred gimnazije. Poglavlje o frazemima.*Zagreb: Školska knjiga.

Schemann, Hans (2011): *Deutsche Idiomatik. Wörterbuch der deutschen Redewendungen im Kontext.* Tübingen: Walter de Gruyter.

Schmidt, Christopher M. (2002): *Wirtschaftsalltag und Interkulturalität. Fachkommpunikation als interdisciplinäre Herausforderung.* Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag GmbH.

Straub, Jürgen, Arne Weidemann und Doris Weidemann (2007): *Handbuch interkulturelle Kommunikation und Kompetenz. Grundbegriffe-Theorien-Anwendungsfelder.* Stuttgart: J.B. Metzler.

Wörterbücher

Duden-Band 11 (2013): *Redewendungen. Wörterbuch der deutschen Idiomatik.* Berlin: Bibliographisches Institut GmbH.

Schemann, Hans (2011): *Deutsche Idiomatik. Wörterbuch der deutschen Redewendungen im Kontext.* Tübingen: Walter de Gruyter.

Internetquellen

Redensarten-Index. http://www.redensarten-index.de/ (30.5.2016)