

JOANNA SZCZEK
Wrocław, Polen

*Es geht zu, wie auf dem polnischen Jahrmarkt und wer bezahlt niemiecki rachunek*¹ – Phraseologismen als Quelle (?) interkulturellen Wissens (am Beispiel deutscher und polnischer Ethnophraseologismen)

„Stimmt es, dass alle Polen Autos klauen?“ – diese Frage wurde mir 1998 während meines DAAD-Stipendiumaufenthalts von einem Dozenten an der Julius-Maximilians-Universität in Würzburg gestellt. Wie sollte man auf eine solche Frage reagieren? Bejahen oder eher verneinen? Eine schwierige Wahl, aber die Qualität der gestellten Frage zeigt, dass die Menschen sehr oft mit bestimmten in der Mentalität anderer Völker verfestigten „Bildern im Kopf“² (Lippmann 1964) konfrontiert werden, die einen verallgemeinernden und überwiegend nachteiligen Charakter haben, aber oft zu Meinungsträgern über andere werden, denn es unterliegt nämlich keinem Zweifel, dass „Stereotype und Vorurteile das Verhältnis verschiedener Völker oder Volksgruppen oft nachhaltig prägen“ (Szilágyi-Kósa 2009:495).

Sie sind oft Ergebnis des Ethnozentrismus, d.h. „einer unbewussten Tendenz, andere Völker aus der Sicht der eigenen Gruppe zu betrachten und die eigenen Sitten und Normen zum Standard aller Beurteilungen zu machen“ (Maletzke 1996:23) und „des Bestrebens, die Eigenschaften der eigenen Volksgruppe höher zu bewerten als die anderer Volksgruppen verbunden mit einer beschränkten Wahrnehmungsfähigkeit gegenüber anderen Völkern durch das Gefangensein in der eigenen Kultur.“

¹ Bedeutet, dass jeder für sich selbst bezahlt.

² Im Weiteren werden folgende Termini benutzt: Stereotyp, Vorurteil.

Die Phraseologismen – polylexikale, feste, lexikalisierte und reproduzierbare Einheiten der Sprache³ – erfüllen in der Kommunikation verschiedene Rollen, die sich aus ihrer Beschaffenheit ergeben. Man kann sogar über eine gewisse Abhängigkeit zwischen den phraseologischen Merkmalen und den Funktionen, die sich daraus ergeben sprechen (vgl. z.B. Donalies 2009). Wenn man aber auf die alte Definition der Phraseologismen zurückgeht, die besagt, dass sie „inhaltsleere Schönrederei und Neigung dazu“ seien (vgl. Fleischer 1997:3), könnte man feststellen, dass sie in der Sprache überflüssig sind. Ihr häufiger Gebrauch spricht aber dagegen. In der Forschungsliteratur wird ihr kommunikativer Wert oft unterschätzt, mehr sogar, man trifft solche Formulierungen, die darauf hindeuten, dass sie nur ein Bilderschmuck seien, wie etwa bei Donalies (2009:33): „Phraseme stehen im Ruf, billiges Beiwerk zu sein; sie gelten als angeberisch, überflüssig und einfallslos“, oder Stein (1995:90), bei dem sie „der Phrasendrescherei und Phrasenhaftigkeit [...]“ gleichgesetzt und als „leeres Gerede und Abgedroschenheit“ bezeichnet werden“.

Auf der anderen Seite lässt sich aber nicht bestreiten, dass die durchschnittlichen Sprachbenutzer sehr oft und gerne zu diesen „Fertigbauteilen“ greifen, und dies nicht nur zum Zwecke ihre Aussagen zu schmücken oder auf sie aufmerksam zu machen, sondern auch, um gewisse Inhalte auf eine bestimmte Art und Weise auszudrücken.

Im vorliegenden Beitrag wird die Funktion der Phraseologismen⁴ in Bezug auf die in ihnen mitgeteilten Informationen über andere Kulturen untersucht. Die Grundlage der Analyse stellen deutsche und polnische monoethnische⁵ Phraseologismen⁶ mit Ethnonymen dar, die in knapper und überzeugender Form bestimmte „Wahrheiten“ über andere Völker vermitteln.⁷ Es wird von der These ausgegangen, dass die Phraseologismen seit Langem als eine Quelle interkulturellen Wissens gelten, da „es immer wieder darauf hingewiesen wird, dass Phraseologis-

³ Es handelt sich um die Merkmale des Phraseologismus, die es ermöglichen, diese von den freien Einheiten der Sprache zu unterscheiden: Polylexikalität (Mehrgliedrigkeit), Stabilität, Lexikalisierung, Reproduzierbarkeit, Idiomatizität, vgl. z.B. Fleischer (1997).

⁴ Die Grundlage für die Analyse bildet die Definition des Phraseologismus nach Fleischer (1997:72), die besagt: „Das Zentrum [der Phraseologie – J.S.] wird gebildet von Wortverbindungen mit wenigstens einem Autosemantikon, die alle drei Hauptmerkmale aufweisen: Idiomatizität, Stabilität, Anomalie oder transformationelle Defektivität. Dazu tritt als syntaktisches Strukturmerkmal: nicht festgeprägte Sätze. Diese, das Zentrum des phraseologischen Bestandes der deutschen Sprache, ihren Kernbereich bildenden Wortverbindungen bezeichnen wir als Phraseolexeme.“

⁵ Zu der Analyse der Stereotype in den multiethnischen Ethnophraseologismen des Deutschen und Polnischen vgl. Szczek (im Druck).

⁶ In dem vorliegenden Beitrag wird von der Konzeption der Phraseologie im weiteren Sinne ausgegangen, vgl. hierzu z.B. Burger (1998).

⁷ Vgl. dazu die folgende Feststellung bei Schoeps (2005:162): „Als wirkliche Erkenntnisquelle für Nationalität und Volkscharakter sind solche Sprichwörter freilich nur sehr bedingt und größter Vorsicht heranzuziehen, weil es sich fast immer um halb wahre Verallgemeinerungen oder um arge Vergröberungen handelt.“

men Träger kulturspezifischer Informationen seien und verschiedene kollektive Erfahrungen, Weisheiten oder Werthaltungen reflektieren“ (Lüger 2004:150). Ob sie aber in dieser Hinsicht diese Rolle gut erfüllen, ist die Frage, auf die in dem vorliegenden Beitrag versucht wird, eine Antwort zu finden.

1. Interkulturelle Kommunikation – Definitorisches

In den Grundannahmen wird im Falle der interkulturellen Kommunikation davon ausgegangen, dass die Menschen ständig und alltäglich Teilnehmer der Kommunikation sind. Sie ist auch Ergebnis zunehmender Kontakte zwischen Vertretern verschiedener Kulturen und des Austausches der Erfahrungen zwischen ihnen. Es wird also festgehalten, dass die Interkulturalität eine „Art Beziehung darstellt“ (Földes 2009:512). Aus der Interaktion der Vertreter von zwei Kulturen ergibt sich also das „Interkulturelle“, das als Produkt des Zusammentreffens des Eigenen und des Fremden verstanden wird, daher wird es in der einschlägigen Forschungsliteratur hervorgehoben, dass sie sich „mit Beziehungen zwischen unterschiedlichen Kulturen und ihren Konfliktbereichen“ (Lüsebrink 2008:1) befasse⁸ und Ergebnisse der „interpersonalen Interaktion zwischen Angehörigen verschiedener Gruppen, die sich mit Blick auf die ihren Mitglieder jeweils gemeinsamen Wissensbeständen und sprachlichen Formen, symbolischen Handelns unterscheiden“ (Knapp, Knapp-Potthoff, 1990).

In dem vorliegenden Beitrag stütze ich mich auf die Definition der interkulturellen Kommunikation nach Dębski (2006:265): „Interkulturelle Kommunikation ist eine Disziplin, die sich mit dem Verhältnis zweier Kulturen zueinander und ihrem Einfluss auf die sprachliche Kommunikation zwischen Repräsentanten dieser Kulturen befasst.“ Es werden von dem Autor noch zwei wichtige Aspekte hervorgehoben: „Interkulturelle Kommunikation ist nicht der Bezug auf kommunikationsbegleitendes Geschehen selbst, sondern vordergründig der Bezug auf in der Kommunikation verwendete Wörter und mit ihrer Hilfe abgerufene Konzepte, auf die diese Wörter referieren.“ Und weiter: „Zur interkulturellen Kommunikation gehören darüber hinaus unbestritten auch ungeschriebene Kommunikationsregeln, die die Strategie der sprachlichen Kommunikation, nicht aber die Sprache der Beteiligten selbst beeinflussen“ (Dębski 2006:265).

Ich konzentriere mich dabei auf die verbale Dimension der interkulturellen Kommunikation,⁹ und zwar auf die stereotypen Inhalte, die mittels Phraseologismen ausgedrückt werden.

⁸ Der Forschungsliteratur zu Folge sei das nur das eine Problemfeld der interkulturellen Kommunikation, das im Rahmen der Forschung bearbeitet wird, vgl. dazu Lüsebrink (2008).

⁹ In der einschlägigen Literatur wird hervorgehoben, dass im Rahmen der interkulturellen Kommunikation „alle Kommunikationsformen, die die Menschen im interpersonalen Kontakt zum Ausdruck bringen – also zunächst einmal der ganze Bereich der verbalen, vokalen, nonverbalen,

2. Phraseologismen in der interkulturellen Kommunikation

Sprichwort bezeichnet Nationen,
Muss aber erst unter ihnen wohnen.
(J.W. Goethe)

Jeder Phraseologismus hat seine Geschichte, die erforscht werden kann, denn „die Erforschung der sprichwörtlichen Redensarten ist eins der reizvollsten Gebiete der deutschen Wortkunde, denn sie bringt wertvolle Aufschlüsse in volkskundlicher und kulturgeschichtlicher Hinsicht. Aber sie gibt dem deutschen Forscher auch zahlreiche Rätsel auf [...]“ (Borchardt / Wustmann / Schoppe 1954). Es unterliegt daher keinem Zweifel, dass sich Phraseologismen zur Vermittlung interkulturellen Wissens eignen¹⁰ und es soll dabei ihre große Rolle im Prozess des Deutscherwerbs unterstrichen werden: „[...] sie eröffnen dem ausländischen Lerner einen ersten Zugang zu den heute und in der Vergangenheit geltenden Normen, Konventionen, Tabus und sozialen Richtwerten, deren Kenntnis im alltäglichen Verständigungshandeln von eminenter Bedeutung ist [...]“ (Hess-Lüttich 1983:27).

Und eben die Untersuchung der phraseologischen Herkunft kann uns wertvolle Informationen darüber liefern, warum bestimmten Völkern die für sie angeblich charakteristischen Eigenschaften und Lasten zugeschrieben wurden. Und in dieser Hinsicht werden die Phraseologismen als „Kultur-Zeichen“ (Hess-Lüttich 1984:271) bezeichnet, da sie Träger kulturspezifischer Inhalte sind, denn „sie demonstrieren zur Genüge, inwieweit kulturelle Sachverhalte Eingang in den Ausdrucksbestand gefunden haben: als Verweis auf historische Personen und Orte, auf zeittypische Mentalitäten, Gepflogenheiten, Haltungen usw.“ (Lüger 2004:151). Aus diesem Grunde kann man annehmen, dass sie einen guten Einblick in das Leben und die Kultur anderer Völker, mit denen man in Berührung kommt, ermöglichen sollen, denn „Phraseologismen [sind] als prototypischer Hort des »kulturellen Gedächtnisses« einer Diskursgemeinschaft zu betrachten“ (Földes 2005:323). Und das tun sie auch, aber es wird dabei oft vergessen, dass das Bild, das sie vermitteln, sehr selten der Wahrheit entspricht. Oft wirkt dabei die sog. „Spiegelmetapher“, denn „Im Spiegel sieht man sich. Wer sich im Spiegel sieht, sucht Wahrheit, aber auch Bestätigung. Wenn der Spiegel erbarmungslos ist, setzt der Betrachter gern die Brille des positiven Autostereotyps auf“ (Kuczyński o.J.:131). Und die Folge dessen ist oft eine kritische Einstellung

paraverbalen und ausdrucksmäßigen Kommunikation“ – berücksichtigt werden sollen, vgl. hierzu Hinnekamp (1994:5).

¹⁰ Vgl. hierzu z.B.: Starke (1996).

den anderen Völkern gegenüber, die in Form von gewissen Verallgemeinerungen und halben Wahrheiten ausgedrückt werden.¹¹ „Sie symbolisieren demnach die Projektion, das Aufzwingen der fertigen, durch Tradition und Kultur geprägten Sicht auf das vereinzelte und unsichere Schauen. Solche Brille stellt eine Gefahr ethnischer Blindheit, den Verlust der Fähigkeit individuellen Sehens dar“ (Kuczyński o.J.:132).

2.1. Phraseologismen mit Ethnonymen

polnische wirtschaft heißt durcheinander
 judenschule bedeutet viel krach
 spanische fliegen und ars amanda
 französische krankheit bald danach
 schwedengardinen für halunken
 potemkinsche dörfer ohne dach
 hottentotten verlogen, verstunken
 englische krankheit macht kinder schwach
 asiatischem lächeln traue nie
 alles schlechte
 kommt aus dem ausland
 alles rechte
 aus deutschem hausstand
 so wird es sein
 so ist es gewesen
 so kann unser kind
 es im lesebuch
 lesen.

(J. Reding, Nennt sie beim Namen. Asphaltgedichte, 1982:51)

Die im Mittelpunkt der Analyse stehenden phraseologischen Einheiten des Deutschen und Polnischen enthalten Ethnonyme, d.h. Namen für Nationalitäten, Völker, Stämme, Rassen. Es handelt sich also in erster Linie um die Eigennamen, die „ein Individuum (Person, Gruppe, Sache usw.) bezeichnen und als einmaliges von allen gleichartigen Individuen unterscheiden sollen“ (Duden 2001:198).

In der Kommunikation haben sie verschiedene Funktionen zu erfüllen, da sie nicht in jedem Kontext Träger der Stereotype sind. In der einschlägigen Literatur werden folgende Funktionen aufgezählt (vgl. Nycz 2002:171):

1. Referezielle Funktion – es handelt sich dabei um Ethnonyme als Eigennamen, die auf die jeweiligen Völker verweisen, z.B.: *Er ist Pole*.

¹¹ Sie bauen oft auf den Erfahrungen einzelner Personen auf, vgl. hierzu zahlreiche Polenwitze und Beiträge, in denen sie besprochen werden, z.B.: Zieliński (2004), Szczek (2005, 2006).

2. Stereotype Funktion – es sind Ethnonyme, die zwar ihre verweisende Rolle behalten, jedoch als Gattungsnamen gelten, die durch die Eigenschaften, die dem jeweiligen Volk in der Sprachkultur zugeschrieben werden, bestimmte Konnotationen erwecken, z.B.: *französische Krankheit, das kommt mir böhmisch vor, siedzieć jak na tureckim kazaniu, niemiecki rachunek*.
3. Bezeichnungen, bei denen der Verweis auf ein bestimmtes Volk oder eine Nationalität nicht möglich ist. Es handelt sich um Sachverhalte, deren Beziehung zu dem jeweiligen Volk nicht nachvollziehbar ist und nur etymologisch geklärt werden kann,¹² z.B.: *kawa po turecku* ('der Kaffee auf Türkisch'), *spanische Wand*¹³;

Zum Zwecke der vorliegenden Untersuchung werden ethnonymische Phraseologismen in der stereotypen Funktion untersucht. Für solche phraseologischen Einheiten hat sich die Bezeichnung „Ethnophraseologismen“ eingebürgert, die folgend erklärt wird: „Unter Ethnophraseologismen verstehen wir Redewendungen, welche Ethnonyme (darunter pejorativ markierte), andere Benennungen der ethnographischen Gruppen, von ethnonymen abgeleitete Adjektiva sowie ethnisch relevante Eigennamen, religiöse und kulturelle Gegebenheiten enthalten“ (Ivčenko 1998:365).

Die Ethnophraseologismen sind sehr gute Träger der ethnischen Auto-¹⁴ und Heterostereotype.¹⁵ Dies resultiert aus folgenden Gründen:

1. „Die Völkernamen erhalten dadurch eine Eigenschaft zugesprochen, die über die bloße Bezeichnung des Mitglieds einer Nation oder einer Gruppe hinausgeht“ (Eismann 1994:94).
2. „Die Stereotype, die in den Sprichwörtern enthalten sind, sind zweischneidig. In der Kritik anderer verbirgt sich Selbstkritik und Selbstbestätigung“ (Mitosek 1974:76).
3. Auf Grund der Bekanntheit der Phraseologismen¹⁶ werden die in ihnen enthaltenen Stereotype im Volk verbreitet.

Sie sind ein Ergebnis gegenseitiger Kontakte und gemeinsamer Erfahrungen und „[...] beeinflussen die Haltungen der Menschen stark. Viele werden von Generation zu Generation weitergereicht und fungieren dann im Bewusstsein der Menschen als althergebrachte Weisheiten“¹⁷ (Kuczyński o.J.:133). Zugleich

¹² Bei Burger werden sie referenzielle Phraseologismen genannt, vgl. Burger (1998:36ff).

¹³ Eine ausführliche Darstellung der Bezeichnungen mit Ethnonymen in dieser Funktion präsentiert Komenda (2003) in ihrem Wörterbuch.

¹⁴ Auch Eigenbilder sind Bilder, die man über die eigene Kultur hat oder meint, wie kulturfremde die eigene Kultur sehen.

¹⁵ Bilder über fremde Kulturen.

¹⁶ Dies ergibt sich v.a. aus den folgenden zwei Eigenschaften der Phraseologismen: Reproduzierbarkeit und Lexikalisierung.

¹⁷ Vgl. hierzu die „Kurze Beschreibung der In Europa Befindlichen Völkern Und Ihren Aigenschafften“, kurz „Völkertafel“ genannt, die Anfang des 18. Jahrhunderts in der Steiermark

aber „sind die Stereotype, die in den Sprichwörtern enthalten sind, zweischneidig. In der Kritik anderer verbirgt sich Selbstkritik und Selbstbestätigung“ (Mitosek 1974:76). Viele von ihnen sind in bestimmten Zeiten entstanden: „Sind die Sprichwörter, in denen die Völker voneinander reden, nicht selten die Frucht langjähriger Erfahrungen und scharfer Beobachtungen, entstanden in Zeiten der Ruhe, Überlegung und Eintracht, so sind die Spruchreden und Spitznamen, mit denen sich die einzelnen Stämme und Bevölkerungen von Städten und Provinzen gegenseitig verspotten, fast immer die Resultate augenblicklicher Missstimmung aus Epochen des Krieges und Zwietracht“ (Reinsberg-Düringsfeld 1992:57).

2.1.1. Phraseologismen mit Ethnonymen als Quelle interkulturellen Wissens

Welches Wissen über andere Völker erwirbt man, wenn man die deutschen und polnischen ethnonymischen Phraseologismen analysiert? Ob sie einen richtigen Einblick in die andere Kultur und deren richtige und v.a. objektive Einschätzung ermöglichen, ist es eher fraglich. Sie sind nämlich oft Träger der stereotypen¹⁸ Meinungen über andere Völker Teil und Ergebnis der oppositionellen Einstellung: Wir–Sie. Sie ergeben sich auch aus unserem mangelnden Wissen über andere Völker, ihre Lebensweise und Gewohnheiten und sind im Leben jeder sprachlichen Kultur tief verankert. Und zugleich sind sie ein Teil des sprachlichen Weltbildes,¹⁹ das von jedem Volk in seiner Sprache unter vielen Einflüssen entworfen, gestaltet und modifiziert wird.²⁰

Im Folgenden werden am Beispiel der deutschen und polnischen Phraseologismen Eigenschaften zusammengestellt, die in beiden Sprachen anderen Völkern nachgesagt werden:

entstanden ist. Das von einem unbekannten Maler stammende Gemälde ist eine bebilderte Zusammenstellung europäischer Völker mit den in der Tabelle geordneten Zuschreibungen verschiedener Merkmale, siehe hierzu z.B.: <http://lehrerfortbildung-bw.de/bs/bsa/bgym/lehrgang/stereo/> [Zugang: 2. September 2011].

¹⁸ Die Stereotype werden im klassischen Sinne nach Lippmann als „Bilder im Kopf“ verstanden (vgl. Lippmann 1974:78).

¹⁹ Verstanden als „zbiór prawidłowości zawartych w kategorialnych związkach gramatycznych (fleksyjnych, słowotwórczych, składniowych) oraz w semantycznych strukturach leksyki, pokazujących swoiste dla danego języka sposoby widzenia poszczególnych składników świata oraz ogólniejsze rozumienie organizacji świata, panujących w nim hierarchii i akceptowanych przez społeczność językową wartości“ (Tokarski 1993:358), also „struktura pojęciowa utrwalona (zakreplą) w systemie danego języka“ (Grzegorzczukowa 1990:43) und es erfüllt „dwie podstawowe funkcje: interpretującą i regulującą. Interpretuje rzeczywistość, z którą styka się człowiek i reguluje ludzkie zachowanie wobec tej rzeczywistości. Wiąże się w ten sposób z dwiema dziedzinami aktywności ludzkiej: z myśleniem i z działaniem“.

²⁰ Vgl. dazu auch Szilágyi-Kósa (2009:495).

1. Deutsche Phraseologie:

Tabelle 1. Eigenschaften anderer Völker in der deutschen Phraseologie

über:	Information	Phraseologismen
Ägypter, Ägypten, ägyptisch	können in ihrem Land glücklich leben	<i>sich nach den Fleischtöpfen Ägyptens (nach den ägyptischen Fleischtöpfen) (zurück) sehnen</i> ²¹
	erlebten viel Unglück	<i>Ägyptische Plagen</i> ²²
	haben es sehr dunkel	<i>Ägyptische Finsternis</i>
Amerikaner, Amerika, amerikanisch	sind reich	<i>der reiche Onkel aus Amerika</i>
	machen schnell eine Karriere	<i>der amerikanische Traum</i>
	sind eine Konsumgesellschaft	<i>amerikanische Lebensweise</i>
Araber, Arabien, arabisch	duften stark	<i>alle Wohlgerüche Arabiens</i> ²³
Chinesen, China, chinesisch	haben eine unverständliche Sprache	<i>Chinesisch reden, chinesisch für jdn. sein</i>
	sind gelb	<i>mit den Chinesen Bruderschaft getrunken haben, Chinesen spielen</i>
	haben viel Tee	<i>Tee nach China tragen</i> ²⁴
Dänen, Dänemark, dänisch	etwas läuft schief, es kommen Probleme	<i>etwas ist faul im Staate Dänemark</i> ²⁵
	es passiert nichts in Dänemark	<i>nichts Neues im Staate Dänemark</i>
Deutsche, Deutschland, deutsch	haben verständliche Sprache, reden deutlich unverblümt	<i>deutsch mit jdm. reden, auf gut deutsch</i>

²¹ Der Redensart liegt der biblische Bericht über den Auszug der Kinder Israel aus Ägypten zugrunde. In 2. Moses 16, 3 murren das Volk Israel gegen Moses und Aaron: „Wollte Gott, wir wären in Ägypten gestorben durch des Herrn Hand, da wie bei den Fleischtöpfen saßen und hatten die Fülle Brot zu essen“ (vgl. Röhrich 1995:460).

²² Der Ausdruck geht auf das Alte Testament (2. Mose 10,21–23) zurück. Hier wird von einer großen Finsternis berichtet, von der Ägypten während drei Tagen heimgesucht wird. Dabei handelt es sich um eine der zehn Plagen, die von Jahwe über das Land verhängt wurden, solange es die Kinder Israel nicht wegziehen ließ. Die Bibelstelle lautet: „[...] da ward eine dicke Finsternis in ganz Ägyptenland drei Tage, dass niemand den anderen sah“ (vgl. Duden 1992:25).

²³ Das geflügelte Wort stammt aus der ersten Szene des fünften Akts der Tragödie „Macbeth“ von William Shakespeare. Lady Macbeth, die über die begangenen Mordtaten in Wahnsinn gefallen ist, glaubt Blut an den Händen zu haben, das sie vergebens abzuwaschen versucht. Schließlich resigniert sie mit den Worten: „Noch immer riecht es hier nach Blut; alle Wohlgerüche Arabiens würden diese kleine Hand nicht wohlriechend machen.“ Man gebraucht das Zitat häufig in Zusammenhängen, in denen es eher ironisch zu verstehen ist, etwa wenn jemand aufdringlich parfümiert ist (vgl. Duden 1993:28).

²⁴ Es ist eine Abwandlung der bekannten Wendung: „Eulen nach Athen tragen.“

²⁵ Die Redensart stammt aus Shakespeares „Hamlet“ (1,4). Im Original heißt es: „something is rotten in the state of Denmark“ (vgl. Röhrich 1995:421).

Fs. der Tab. 1

über:	Information	Phraseologismen
	ihre Sprache ist unverständlich	<i>nicht mehr Deutsch verstehen, kein Deutsch mehr verstehen</i>
	sind ungebildet, einfältig, schwerfällig, schlafmützig	<i>der deutsche Michel</i> ²⁶
	sind in der Fremde noch zu sehr mit deutschen Sitten und Anschauungen behaftet	<i>noch tief im deutschen Sauerkraut stecken</i>
	sind mit den deutschen Sitten vertraut	<i>jmd. hat deutsches Sauerkraut gegessen</i>
	mögen Polen nicht	<i>ein deutscher Fuß passt nicht in einen polnischen Schuh</i>
Engländer, England, englisch	sind höflich, rücksichtsvoll	<i>nicht die feine englische Art sein</i>
	haben krumme Wirbelsäule	<i>englische Krankheit</i> ²⁷
	sind diebisch, handeln betrügerisch	<i>englisch einkaufen</i>
	sind ruhig, phlegmatisch	<i>mit englischer Ruhe</i>
	sind mager, hager	<i>von der englischen Rasse sein, vorne glatt und hinten mager</i>
	sind unhöflich, gehen ohne Abschied weg	<i>sich auf englisch empfehlen</i>
Franzosen, Frankreich, französisch	sind unhöflich, gehen ohne Abschied weg	<i>sich (auf) französisch empfehlen, auf Französisch Abschied nehmen</i>
	dummdreist sein	<i>jdm. französisch kommen</i>
	in Frankreich kann man gut, ohne Sorgen leben	<i>leben wie Gott in Frankreich</i> ²⁸
	erregen die Geschlechtsorgane wechselseitig mit Lippen und Zunge	<i>es französisch machen, französischer Verkehr</i>
	sind geschlechtskrank	<i>französische Krankheit</i> ²⁹
	diebisch sein	<i>französisch einkaufen</i>

²⁶ Vgl. hierzu die Erklärungen zur Etymologie dieser Wendung bei Röhrich (1995:1028) und Duden (2002:126).

²⁷ Rachitis.

²⁸ Der Spruch stamme von Kaiser Maximilian I. (reg. 1493–1519); als Maximilian I. auf eine Zeit gar vertrauliche Gespräche hielte mit etlich seiner Leuten von einem und anderem Land und Königreich, fällt er unter anderen auf dieses Urteil: „Wenn es möglich wäre, dass er Gott sein könnte und zween Söhne hätte, so müßte mich der älteste Gott nach mir und der andere König in Frankreich sein.“ Weniger wahrscheinlich ist die Erklärung, dass man von einem, der herrlich und in Freuden lebt, auch sagt: „Er lebt wie ein Gott“ oder „Er hat Leben wie ein junger Gott.“ Der Zusatz „in Frankreich“ sei nur eine Steigerung dieses Ausdrucks und erkläre sich daher, dass es sich nirgends so gut leben lasse wie in dem schönen Frankreich. Vielleicht liegt aber auch eine Vermischung der beiden älteren Redensarten vor: „leben wie ein Gott“ und „leben wie ein Herr in Frankreich.“ Aus dieser Redensart erklärt sich auch sehr wahrscheinlich die in Wien übliche scherzhafte Erwiderung auf die Klage, dass Gott so etwas zugelassen könne: „Gott ist nicht zu Hause, er ist in Frankreich“ (vgl. Röhrich 1995:569).

²⁹ Syphilis.

Fs. der Tab. 1

über:	Information	Phraseologismen
	haben eine schwere Sprache	<i>jmd. spricht französisch wie die Kuh spanisch</i>
Holländer, Holland, holländisch	sind in großer Not, ratlos	<i>das ist Holland in Not</i> ³⁰
	sind rücksichtslos	<i>durchgehen wie ein Holländer</i>
	machen sich schnell davon	<i>einen Holländer machen</i>
Italiener, Italien, italienisch	scheiden wild, mit viel Lärm	<i>Scheidung auf italienisch</i>
Juden, jüdisch	in ihren Schulen ist es sehr laut	<i>Lärm wie in einer Judenschule</i>
	sind unruhig, ruhelos	<i>der ewige Jude</i> ³¹
	sind gewinnsüchtig	<i>christlicher Jude, getaufter Jude, katholischer Jude</i>
	verhandeln zäh und geschickt	<i>handeln wie ein Jude</i>
	sind schuld an allem	<i>daran sind die Juden schuld</i>
	lärmten viel	<i>eine Judenschule aufmachen</i>
	sind sehr laut	<i>sich benehmen wie in einer Judenschule, es geht zu, wie in einer Judenschule</i>
	sind hastig und betriebsam	<i>keine jüdische Hast</i>
Polen, Polen, polnisch	haben nichts	<i>in Polen ist nichts zu holen</i>
	arbeiten nicht, bummeln oft	<i>polnischen Urlaub nehmen</i>
	haben immer Hoffnung	<i>noch ist Polen nicht verloren</i> ³²
	leben ohne Trauung, im Konkubinat	<i>polnische Ehe, sich polnisch verheiraten, polnisch zusammenleben</i>
	sind unordentlich, chaotisch, anarchisch	<i>Zustände wie im polnischen Reichstag, es geht zu, wie auf einem polnischen Jahrmarkt, polnische Wirtschaft</i>
	sind betrunken, saufen viel	<i>voll wie ein Pole</i>
	sind unhöflich, gehen ohne Abschied weg	<i>polnischen Abschied nehmen, sich auf Polnisch empfehlen</i>
Russen, Russland, russisch	lügen gerne	<i>jdm. einen Russen aufbinden</i>

³⁰ Der Ursprung der Redensart ist nicht mit Sicherheit bekannt. Sie könnte aus den Zeiten der spanischen Herrschaft in den Niederlanden stammen, wo viele Holländer auswanderten, oder aus der Zeit des Krieges von 1672–1679, als Ludwig XIV. mit seinem überlegenen Heer in die Niederlande eingefallen war und die Holländer, um sich zu retten, die Dämme durchstachen und das Land unter Wasser setzten (vgl. Röhrich 1995:730).

³¹ Leitet sich von der Sage von Ahasver her, der wegen Beteiligung an Christi Tod zu Ruhelosigkeit bis zum Jüngsten Tag verdammt ist (vgl. Küpper 1992:382).

³² Mit den Worten dieser Redewendung beginnt der Dąbrowski-Marsch, den der polnische Dichter Józef Wybicki 1797 schrieb. Der Überlieferung nach sollen damit die Polen im Jahre 1794 ihrem Führer Tadeusz Kościuszko geantwortet haben, als er nach einer verlorenen Schlacht das Ende Polens verkündete (vgl. Duden 1992:553).

Fs. der Tab. 1

über:	Information	Phraseologismen
	trinken viel Alkohol	<i>voll wie ein Russe / hundert / tausend Russen, betrunken wie ein Russe, saufen wie ein Russe</i>
	sind oft besoffen	<i>einen Russen haben</i>
	sind auf sexuelle Betätigung begierig	<i>spitz wie tausend Russen sein</i>
	fluchen viel	<i>fluchen wie zwanzig Russen</i>
Schweden, Schweden, schwedisch	sind grausam unmenschlich	<i>den Schwedentrunk erhalten</i> ³³
	sind grausam, ihr Stahl ist besonders stark	<i>hinter schwedischen Gardinen sitzen, jdn. hinter schwedische Gardinen bringen</i> ³⁴
	sind Symbol des Unglücks, Unheils	<i>einem den Schweden wünschen</i>
	zerstören, verwüsten alles	<i>hausen wie die Schweden</i>
Schweizer, Schweiz, schweizerisch	ihr Gehirn ist löcherig	<i>ein Gehirn haben wie ein Schweizer Käse</i>
Spanier, Spanien, spanisch	sind verdächtig, seltsam	<i>das kommt mir spanisch vor, spanisch für jdn. sein, da geht es spanisch zu, da sieht es spanisch aus</i> ³⁵
	sind stolz	<i>stolz wie ein Spanier</i>
	sind unverständlich	<i>jdm. spanische Dörfer sein</i>
Tschechen, Tschechien, tschechisch	sind seltsam, unverständlich	<i>jdm. böhmisch vorkommen, das sind böhmische Dörfer</i>
	sind schlau, listig	<i>böhmisch schlau</i>
	sind diebisch	<i>böhmisch einkaufen</i>
Türken, Türkei, türkisch	sind listig, betrügerisch	<i>einen Türken bauen</i> ³⁶

³³ Die Redensart erinnert an die Gräueltaten des Dreißigjährigen Krieges. Die Schweden sollen zuerst ihre unglücklichen Opfer durch Einfüllen von Jauche zu Gestandnissen gezwungen haben, ehe sie sie zu Tode marterten (vgl. Röhrich 1995:1438).

³⁴ Diese jüngeren Redensarten entstammen der Gaunersprache. Die Bezeichnung „schwedisch“ soll an gewisse Grausamkeiten der Schweden im Dreißigjährigen Kriege erinnern und bezieht sich auf das Material: schwedischer Stahl gilt als besonders haltbar. Mit Gardinen sind die Eisenstangen, mit denen das Gefängnisfenster vergittert ist, gemeint. Die Gitterstäbe Gardinen zu nennen, ist eine der in der Umgangssprache nicht selten vorkommenden ironischen Beschönigungen (vgl. Röhrich 1995:1438).

³⁵ Wendungen gehen auf die Zeit zurück, als Karl V., ein Spanier, die deutsche Kaiserkrone trug, und die Deutschen spanische Mode, spanische Sitten und spanische Gebräuche kennen lernten, die ihnen fremdartig und seltsam vorkamen (vgl. Duden 1992:670).

³⁶ Ursprünglich stammt die Wendung wohl aus dem militärischen Bereich. In der Soldatensprache ist „Türke“ ein Fachausdruck für eine eingedrilte Gefechtsübung gegen einen angenommenen Feind und für das parademäßige Vorexerzieren bei militärischen Besichtigungen, aber auch für die taktische Erfindungsgebe der Kommandeure bei solchen Übungen gewesen (vgl. Röhrich 1995:1651).

Fs. der Tab. 1

über:	Information	Phraseologismen
	sind stark	<i>so stark sein wie ein Türke</i>
Zigeuner, zigeunerisch	stinken	<i>aus dem Hals stinken wie ein Zigeuner aus dem Hosenlatz</i>
	sind schwarz (schwarzhaarig)	<i>schwarz wie ein Zigeuner</i>
	haben schwarze Haare	<i>blond wie ein Zigeuner</i>

2. Polnische Phraseologie:

Tabelle 2. Eigenschaften anderer Völker in der polnischen Phraseologie

über:	Information	Phraseologismen
Ägypter, Ägypten, ägyptisch	haben es sehr dunkel	<i>egipskie ciemności</i>
	verhaften andere unter Zwang	<i>egipska niewola</i>
	erlebten viel Unglück	<i>plagi egipskie</i>
Amerikaner, Amerika, amerikanisch	ihr Land wurde entdeckt, obwohl es schon lange existierte	<i>odkryć Amerykę</i>
Chinesen, China, chinesisch	sprechen eine unverständliche Sprache	<i>To dla mnie chińszczyzna!</i>
Deutsche, Deutschland, deutsch	sprechen eine unverständliche Sprache	<i>siedzi jak na niemieckim kazaniu</i>
	wecken Angst	<i>cykorię³⁷ przed Niemcami odczuwać</i>
	sind dumm, stumpfsinnig	<i>domyślny jak metafizyk niemiecki, głupi jak Niemiec</i>
	sind stolz	<i>dumny jak niemiecki hrabia</i>
	sind leichtgläubig, man kann ihnen sehr leicht etwas einreden	<i>wmówić jak w Niemca chorobę</i>
	sind sehr geizig	<i>chytry jak Niemiec, niemiecki rachunek</i>
	sind sehr genau	<i>niemiecka dokładność</i>
	sind sehr ordentlich	<i>niemiecki porządek</i>
	ihre Philosophie ist nicht klar	<i>jasny jak filozofia niemiecka</i>
Engländer, England, englisch	sind phlegmatisch, langsam	<i>angielska flegma</i>
	sind sehr kämpferisch	<i>Anglia przegrywa wszystkie bitwy prócz ostatniej</i>
	sind sehr zart und empfindlich	<i>delikatny jak angielski piesek</i>
	sind unhöflich, gehen ohne Abschied weg	<i>wyjść po angielsku</i>

³⁷ Im Polnischen sagt man: *mieć cykorię* in der Bedeutung ‘Angst haben.’

Fs. der Tab. 2

über:	Information	Phraseologismen
	haben krumme Wirbelsäule	<i>angielska choroba</i>
	haben Sinn für absurden, ironischen Humor	<i>humor angielski</i>
Franzosen, Frankreich, französisch	sind sehr zart, empfindlich	<i>francuski piesek, delikatny jak francuski piesek</i>
	schmücken sich oft zu sehr	<i>ustrojony jak Francuz</i>
	können gut leben	<i>żyje jak Pan Bóg we Francji</i>
	sind geschlechtskrank	<i>francuska choroba</i>
Griechen, Griechenland, griechisch	stellen sich oft dumm	<i>udawać Greka</i>
Holländer, Holland, holländisch	sind unruhig	<i>latający Holender, wyglądać jak latający Holender</i>
Italiener, Italien, italienisch	sind schlau	<i>chytry jak Włoch</i>
Juden, jüdisch	schaukeln beim Beten	<i>kiwać się jak Żydzi w bożnicy</i>
	haben Angst vor Weihwasser	<i>bać się jak Żyd święconej wody</i>
	haben Christus zu Tode gequält	<i>męczyć jak Żydzi Pana Jezusa</i>
	laufen schnell zum Sabbat	<i>śpieszyć się jak Żydzi na szabas</i>
	glauben fest an Talmud	<i>wierzyć w co, jak Żydzi w Talmud</i>
	sind aufdringlich	<i>natrętny jak Żyd</i>
	sind fromm	<i>pobożny jak Żyd podrożny</i>
	ekeln sich vor Speck	<i>brzydzić się jak Żydzi słoninę</i>
	prahlen mit ihren Kindern	<i>chwalić się jak Żyd dziećmi</i>
	plappern viel und laut	<i>szwargotać jak Żyd</i>
	halten immer zusammen	<i>trzymać się kupy jak Żydzi</i>
	rechnen immer gut	<i>liczyć się jak Żydzi</i>
	sind bärtig	<i>brodaty jak Żyd</i>
	haben Angst vor Wasser, waschen sich nicht	<i>bać się wody jak Żyd</i>
	schreien laut auf dem Jahrmarkt	<i>wrzeszczeć jak Żydzi na jarmarku</i>
	laufen schnell zum Jahrmarkt	<i>śpieszyć się jak Żydzi na jarmark</i>
	sind sehr hart bei Geschäften	<i>twardy jak Żyd do interesu</i>
	können feilschen	<i>targować się jak Żyd</i>
	lieben Handel	<i>zakochany jak Żyd w handlu</i>
	sind störrisch	<i>uparty jak Żyd w tańcu</i>
Österreicher, Österreich, österreichisch	reden Blödsinn	<i>austriackie gadanie</i>
Polen, Polen, polnisch	sind böse, wenn sie hungrig sind	<i>Polak, gdy głodny, to zły</i>
	sind erst nach dem Schaden klug	<i>mądry Polak po szkodzie</i>

Fs. der Tab. 2

über:	Information	Phraseologismen
	sind anders als die Deutschen	<i>co Polak to nie Niemiec</i>
	sind streitsüchtig, haben ihre Meinung	<i>gdzie dwóch Polaków tam trzy strony, co Polak to zdanie, polskie piekło / piekielko</i>
	sind unordentlich, anarchisch	<i>polnische Wirtschaft</i>
	sind besoffen	<i>pijany jak Polak</i>
Russen, Russland, russisch	haben lange Monate	<i>ruski miesiąc popamiętać</i>
Schotten, Schottland, schottisch	sind habgierig, geizig	<i>chciwy jak Szkot</i>
Schweizer, Schweiz, schweizerisch	ihre Uhren sind sehr genau	<i>chodzi jak szwajcarski zegarek</i>
Spanier, Spanien, spanisch	sind stolz	<i>hiszpańska duma, dumny jak Hiszpan</i>
	sind argwöhnisch	<i>podejrzliwy jak Hiszpan</i>
	springen viel	<i>skacze jak Hiszpan</i>
Tschechen, Tschechien, tschechisch	machen dumme Fehler	<i>czeski błąd</i>
	ihre Filme sind dumm, sie verstehen nichts	<i>czeski film</i>
Türken, Türkei, türkisch	haben eine unverständliche Sprache	<i>siedzieć jak na tureckim kazaniu</i>
	sind reich	<i>bogaty jak sultan turecki</i>
	liegen oft und machen nichts	<i>leży jak basza turecki</i>
	ihre Heiligen werden nackt dargestellt	<i>goły jak święty turecki</i>
Zigeuner, zigeunerisch	sind keck	<i>śmiały jak Cygan</i>
	lügen	<i>klamie jak Cygan</i>
	sind schwarz	<i>czarny jak Cygan</i>
	wandern das ganze Leben lang herum	<i>wędruje jak Cygan, cygańskie życie</i>

Aus der angeführten Zusammenstellung lässt sich schließen, dass manche Völker, Nationen, Rassen sowohl in der deutschen als auch in der polnischen Phraseologie im unterschiedlichen Grade thematisiert werden. Es gibt ja Völker, die sehr reichlich in der Phraseologie vorkommen, wie etwa: Juden, Engländer und Polen selbst im Polnischen oder Polen, Juden im Deutschen. Manche Völker kommen im phraseologischen Gebrauch beider Sprachen überhaupt nicht vor. Andere sind nur durch einzelne Phraseologismen vertreten.

Anhand der Zusammenstellung lassen sich bestimmten Völkern konkrete Eigenschaften³⁸ zuschreiben, die aber auch von Kultur zu Kultur variieren. Man kann sie in folgende drei Bereiche aufteilen:

1. Eigenschaften, die sowohl in der deutschen als auch in der polnischen Phraseologie gleichen Völkern zugeschrieben werden:
 - a) geschlechtskrank → Franzosen: *französische Krankheit*; *francuska choroba*;
 - b) rachitisch → Engländer: *englische Krankheit*, *angielska choroba*;
 - c) unhflich → Engländer: *sich auf englisch verabschieden* / *empfehlen*, *wyjsć / pożegnać się po angielsku*;
 - d) wohllebend → Franzosen: *wie Gott in Frankreich leben*, *żyć jak Pan Bóg we Francji*;
 - e) trunksüchtig → Polen: *voll wie ein Pole*, *pijany jak Polak*;
 - f) stolz → Spanier: *stolz wie ein Spanier*, *dumny jak Hiszpan*;
 - g) laut, lärmend → Juden: *es geht zu wie in einer Judenschule*, *szwargotać jak Żyd*;
 - h) hastig → Juden: *keine jüdische Hast*, *śpieszyć się jak Żydzi na szabas*;
 - i) schwarzhaarig → Zigeuner: *schwarz wie ein Zigeuner*, *czarny jak Cygan*;
 - j) phlegmatisch, ruhig → Engländer: *mit englischer Ruhe*, *angielska flegma*;
 - k) unverständlich, unklar → Chinesen: *chinesisch reden*, *chinesisch für jdn. sein*, *to dla mnie chińszczyzna*;
 - l) unruhig → Holländer: *der fliegende Holländer*, *latający Holender*.
2. Eigenschaften, die sowohl in der deutschen als auch in der polnischen Phraseologie thematisiert werden, aber unterschiedlichen Völkern zugeschoben werden:
 - a) unklar, unverständlich (v.a. die Sprache): D³⁹ → Spanier, Böhmen: *jdm. spanische Dörfer sein*, *jdm. böhmisch vorkommen*; P⁴⁰ → Türken, Österreicher, Tschechen: *jak na tureckim kazaniu*, *austriackie gadanie*, *czeski film*;
 - b) dumm, stumpfsinnig: D → Schweizer: *ein Gehirn haben wie Schweizer Käse*; → Deutsche: *glupi jak Niemiec*, *domyślny jak metafizyk niemiecki*;
 - c) schlau, listig: D → Tschechen: *böhmisch schlau*; P → *chytry jak Włoch*;
 - d) reich: D → Amerikaner: *der reiche Onkel aus Amerika*; P → *bogaty jak sultan turecki*;

³⁸ Vgl. hierzu auch Gondek (2004), Pisarkowa (1976), Eismann (1994), Ivčenko (1998).

³⁹ D = Deutsch.

⁴⁰ P = Polnisch.

- e) stolz: D → Spanier: *stolz wie ein Spanier*; P → Deutscher: *dumny jak niemiecki hrabia*.
3. Eigenschaften, die nur in der Phraseologie des Deutschen thematisiert werden
- a) faul → Polen: *polnischen Urlaub nehmen*;
 - b) unsauber, unordentlich → Zigeuner, Schweden: *aus dem Hals stinken wie ein Zigeuner aus dem Hosenlatz, hausen wie die Schweden*;
 - c) betrügerisch → Türken: *einen Türken bauen*;
 - d) ungebildet, einfältig, schwerfällig → Deutsche: *der deutsche Michel*;
 - e) höflich, rücksichtsvoll → Engländer: *nicht die feine englische Art sein*;
 - f) diebisch → Engländer, Franzosen, Tschechen: *englisch / französisch / böhmisch einkaufen*;
 - g) rücksichtslos → Holländer: *durchgehen wie ein Holländer*;
 - h) gewinnsüchtig → Juden: *christlicher / getaufter / katholischer Jude*;
 - i) begierig auf sexuelle Betätigung → Russen: *spitz wie tausend Russen sein*;
 - j) grausam, unmenschlich → Schweden: *den Schwedentrunk erhalten*;
 - k) stark → *so stark wie ein Türke*.
4. Eigenschaften, die nur in der Phraseologie des Polnischen thematisiert werden:
- a) zärtlich, empfindlich → Engländer, Franzosen: *delikany jak fracuski / angielski piesek*;
 - b) genau, ordentlich → Deutsche, Schweizer: *niemiecka dokładność, chodzi jak w szwajcarskim zegarku*;
 - c) sparsam, geizig → Deutsche, Juden, Schotten: *niemiecki rachunek, liczymy się jak Żydzi, chciwy jak Szkot*;
 - d) prahlerisch, angeberisch → Juden: *chwalić się jak Żyd rodziną*;
 - e) geschäftstüchtig → Juden: *targować się jak Żyd*;
 - f) aufdringlich → Juden: *natrętny jak Żyd*;
 - g) fromm → Juden: *pobożny jak Żyd podrożny*;
 - h) bärtig → Juden: *brodaty jak Żyd*;
 - i) streitsüchtig → Polen: *gdzie dwóch Polaków tam trzy strony, co Polak to zdanie, polskie piekło / piekielko*;
 - j) argwöhnisch → Spanier: *podejrzliwy jak Hiszpan*.

Anhand der Zusammenstellung kann man feststellen, dass man aus unterschiedlichen Motiven anderen Völkern etwas nachsagt. Es können folgende Bereiche des menschlichen Daseins ausgegliedert werden:

1. Aussehen: *goły jak święty turecki, brodaty jak Żyd, wyglądać jak latający Holender*;
2. Politische, wirtschaftliche Situation: *polnische Wirtschaft, austriackie wojsko*;

3. Lebensweise: *cygańskie życie, Leben wie Gott in Frankreich, polnische Ehe, polnisch zusammenleben*;
4. Essgewohnheiten: *brzydzić się jak Żydzi słoniną*;
5. Konfession: *śpieszyć się jak Żydzi na szabas, wierzyć w co, jak Żydzi w Talmud*.

Manche in den Phraseologismen thematisierten Eigenschaften werden auch ironisch gebraucht, d.h. die Eigenschaften kann man gar nicht als negativ bewerten, jedoch der Kontext und oft kommunikative Situation verursachen, dass ihnen negative Bedeutung zukommt, z.B.: *dumny jak niemiecki hrabia, angielska flegma*.

Es werden auch bestimmten Gegenständen und Sachverhalten konkrete Eigenschaften zugeschrieben und dadurch auch auf das ganze Volk übertragen, z.B.: *czeski film* – unverständlich, *chodzi jak szwajcarski zegarek* – genau, *niemiecki rachunek* – geizig, *hinter schwedischen Gardinen sitzen* – im Gefängnis sitzen, *ein Gehirn haben wie ein Schweizer Käse* – dumm.

Man findet sowohl im Deutschen als auch im Polnischen zahlreiche Phraseologismen, welche die Struktur eines Vergleichs haben. Dabei hat man es mit dem direkten Verweis auf bestimmte Völker zu tun und die denen zugeschriebenen Eigenschaften sind leicht identifizierbar, z.B.: *leben wie Gott in Frankreich, durchgehen wie ein Holländer, Zustände wie im polnischen Reichstag, hausen wie die Schweden, voll wie ein Russe / Pole, saufen wie ein Russe / Pole, fluchen wie zwanzig Russen, Lärm wie in einer Judenschule, chudy jak angielska śmierć, podejrzliwy jak Hiszpan, dumny jak Hiszpan, chytry jak Włoch, dumny jak niemiecki hrabia, goły jak święty turecki, bać się jak Żyd święconej wody*.

3. Schlussfolgerungen

Am Beispiel der Ethno-Phraseologismen sieht man, wie stark der Einfluss der mentalen Wirklichkeit⁴¹ auf die Sprache sein kann, dass feste, stabile Einheiten mit stereotypen Inhalten entstehen und aus der Sprache nicht wegzudenken sind.

Aus der Analyse der deutschen und polnischen Ethno-Phraseologismen ergibt sich, dass feste lexikalische Einheiten – Phraseologismen – Träger vieler Informationen über andere Völker sind. Dadurch ermöglichen sie einen Einblick in die andere Kultur und als „Vermittler“ interkultureller Inhalte gelten. Es bleibt aber die Frage offen, ob die in ihnen steckenden „Wahrheiten“ der Wirklichkeit entsprechen und inwieweit sie zur interkulturellen Kommunikation beitragen. Es überwiegen dabei Phraseologismen mit negativer Wertung, in welchen durch Verwendung bestimmter Wörter und Wendungen gewisse Vorurteile aktiviert werden.

⁴¹ Vgl. dazu Studien über die gegenseitige Wahrnehmung der Völker, z.B. Dolińska / Falkowski (2001), Szarota (1996), Dąbrowska (1999), Lück (1943) u.a.

In den meisten Fällen vermitteln sie ein gefälschtes Bild anderer Völker, was sich aus folgenden Aspekten ergeben mag:

- Die Phraseologismen sind stabile und lexikalisierte Einheiten der Sprache, die von den Sprachbenutzern ohne Selbstreflexion nur reproduziert werden. Dadurch tragen sie zur Befestigung der in ihnen enthaltenen Inhalte im Bewusstsein der Sprachbenutzer bei.

- Viele Phraseologismen verdanken ihre Entstehung bestimmten historisch-kulturellen Sachverhalten, an die sie gebunden sind und dadurch einen eher verallgemeinernden Charakter gewonnen haben, der mit der Wirklichkeit nicht konfrontiert wird.

- Die in ihnen enthaltenen Urteile zeugen von der natürlichen Neigung der Menschen, bestimmte unpassende Eigenschaften den anderen sehr gerne zuzuschreiben, ohne darüber selbst zu reflektieren, ob diese Meinungen übereinstimmen.

- Sie sind oft ein Ergebnis verschiedener sozialer, geschichtlich-kultureller und sprachlicher Aspekte. Sie sind auch Zeugnis der Kontakte zwischen den Völkern, die weit über die Grenzbereiche hinausgehen. In vielen Fällen sind es aber individuelle Erfahrungen, die auf ganze Völker übertragen werden.

Die Frage danach, ob die Ethnophraseologismen einen Beitrag zur interkulturellen Kommunikation leisten, müsste man mit jein beantworten, denn einerseits vermitteln sie gewisse Informationen über andere Völker, andererseits aber regen sie durch deren Gehalt zur Überprüfung an und unterstützen die Kommunikation zwischen Völkern, denn „nur vertiefte Sprachkenntnisse, Wissen um Kommunikationsstrategien, Wissen um Land und Wissen um Menschen und ihre Denkweise können die doch existierenden kulturbedingten Unterschiede zwischen den Kommunikations Hintergründen beider Völker begreifen und überbrücken helfen und dadurch dem Sprecher auch eine seiner jeweiligen kommunikativen Intention adäquate Formulierung des Sprechaktes erleichtern“⁴² (Dębski 2006:275).

Literatur

- BORCHARDT Wilhelm / WUSTMANN Gustav / SCHOPPE Georg, 1954, Die sprichwörtlichen Redensarten im deutschen Volksmund nach Sinn und Ursprung erläutert, Leipzig.
- BURGER Harald, 1998, Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen, Berlin.
- DĄBROWSKA Jarochna, 1999, Stereotype und ihr sprachlicher Ausdruck im Polenbild der deutschen Presse, Tübingen.
- DĘBSKI Antoni, 2006, Interkulturelle Kommunikation zwischen Polen und Deutschen?, in: Simmler Franz / Tomiczek Eugeniusz (Hrsg.), Germanistischer Brückenschlag im deutsch-polnischen Dialog, Bd. 1, Wrocław / Dresden, S. 259–276.

⁴² Der Autor formulierte diese Schlussfolgerung in Bezug auf die Kommunikation zwischen Polen und Deutschen, aber sie kann auch auf die Beziehungen zwischen anderen Völkern bezogen werden.

- DOLIŃSKA Xymena / FALKOWSKI Mateusz, 2001, Polska–Niemcy. Wzajemny wizerunek w okresie rozszerzenia Unii Europejskiej, Warszawa.
- DONALIES Elke, 2009, Basiswissen Deutsche Phraseologie, Tübingen.
- DÜRINGSFELD Otto von Reinsberg, 1992, Internationale Titulaturen, Hildesheim / Zürich / New York.
- EISMANN Wolfgang, 1994, Nationales Stereotyp und sprachliches Klischee. Deutsche und Slawen im Lichte ihrer Phraseologie und Parömiologie, in: Sandig Barbara (Hrsg.), *Europhras* 92. Tendenzen der Phraseologieforschung, Bochum, S. 81–103.
- FLEISCHER Wolfgang, 1997, Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache, Tübingen.
- FÖLDES Csaba, 2005, Kulturgeschichte, Kulturwissenschaft und Phraseologie: Deutsch-ungarische Beziehungen, in: Hausner Isolde / Wiesinger Peter (Hrsg.), *Deutsche Wortforschung als Kulturgeschichte*, Wien, S. 323–345.
- FÖLDES Csaba, 2009, Box Interkulturalität: Die unbekannte Bekannte (nicht nur) für Deutsch als Fremd- / Zweitsprache. Rückblick, Kontexte und Ausblick, in: *Wort. Trier* 59, 2009, 3, S. 503–525.
- GONDEK Anna, 2004, in der deutschen und polnischen Phraseologie, in: Bartoszewicz Iwona / Hałub Marek / Jurasz Alina (Hrsg.), *Werte und Wertungen. Sprach-, literatur- und kulturwissenschaftliche Skizzen und Stellungnahmen. Festschrift für E. Tomiczek zum 60. Geburtstag*, Wrocław, S. 66–76.
- GRZEGORCZYKOWA Renata, 1990, Pojęcie językowego świata, in: Bartmiński Jerzy (Hg.), *Językowy obraz świata*, Lublin, S. 41–49.
- HESS-LÜTTICH Ernst, 1983, Kontrastive Phraseologie im DaF-Unterricht – anhand arabischer und niederländischer Brecht-Übersetzungen, in: Hess-Lüttich Ernst (Hrsg.), *Textproduktion und Textrezeption*, Tübingen, S. 25–39.
- HESS-LÜTTICH Ernst, 1984, Phrasen als Kultur-Zeichen. Zur Funktion und Translation sprachlicher Schematismen in der Literatur, in: Hess-Lüttich Ernst (Hrsg.), *Kommunikation als ästhetisches „Problem“*. Vorlesungen zur Angewandten Textwissenschaft, Tübingen, S. 271–299.
- HINNEKAMP Volker, 1994, Schwierigkeiten (mit) der interkulturellen Kommunikation, in: *Sprache und Literatur in Wissenschaft und Unterricht* 74, S. 3–17.
- IVČENKO Anatolij, 1998, Auffassung und Bewertung der Juden in der slawischen Phraseologie (am Beispiel der ost- und westslawischen Sprachen), in: Eismann Wolfgang (Hrsg.), *Europhras* 1994, Bochum, S. 365–376.
- KNAPP Karlfried / KNAPP-POTTHOFF Annelie, 1990, Interkulturelle Kommunikation, in: *Zeitschrift für Fremdsprachenforschung*, S. 62–93.
- KOMENDA Barbara, 2003, Holendrować z angielskim humorem. Słownik znaczeń sekundarnych nazw narodowości i krajów w języku niemieckim i polskim, Szczecin.
- KUCZYŃSKI Krzysztof, o.J., Zwischen den Spiegeln. Polen über Deutsche – Polen über Polen, in: Zimmermann Hans D. (Hrsg.), *Mythen und Stereotypen auf beiden Seiten der Oder*, Berlin.
- LIPPMANN Walter, 1964, *Die öffentliche Meinung*, München.
- LÜCK Karl, 1943, *Der Mythos vom Deutschen in der polnischen Volksüberlieferung und Literatur. Forschungen zur deutsch-polnischen Nachbarschaft im ostmitteleuropäischen Raum*, Leipzig.
- LÜGER Heinz-Helmut, 2004, Idiomatic Competence – ein realistisches Lernziel? Thesen zur Phraseodidaktik, in: Lüger Heinz-Helmut / Rothenhäusler Rainer (Hrsg.), *Linguistik für die Fremdsprache Deutsch*, Landau, S. 121–169.
- LÜSEBRINK Hans-Jürgen, 2008, *Interkulturelle Kommunikation. Interaktion – Kulturtransfer – Fremdwahrnehmung*, Stuttgart.
- MALETZKE Gerhard, 1996, *Interkulturelle Kommunikation. Zur Interaktion zwischen Menschen verschiedener Kulturen*, Opladen.
- MITOSEK Zofia, 1974, *Literatura i stereotypy*, Wrocław.
- NYCZ Magdalena, 2002, Stereotyp, przekład, in: Skibińska Elżbieta / Cieński Marcin (Hrsg.), *Język – Stereotyp – Przekład*, Wrocław, S. 169–178.

- PISARKOWA Krystyna, 1976, Konotacja semantyczna nazw narodowości, in: *Zeszyty Prasoznawcze* XVII, S. 5–26.
- REINSBERG-DÜRINGSFELD Otto von, 1992, *Internationale Titulaturen*, Hildesheim / Zürich / New York.
- SCHOEPS Hans, 1971, ³2005, *Geflügelte Worte. Was nicht im Büchmann stehen kann*, Hildesheim.
- STARKE Günther, 1996, Deutsche Phraseologie in interkultureller und interlingualer Sicht, in: *Germanistyka* XII, Zielona Góra, S. 7–14.
- STEIN Stephan, 1995, *Formelhafte Sprache – Untersuchungen zu ihren pragmatischen und kognitiven Funktionen im gegenwärtigen Deutsch*, Frankfurt.
- SZAROTA Tomasz, 1996, Niemcy i Polacy. Wzajemne postrzeganie i stereotypy, Warszawa.
- SZCZEK Joanna, 2002, Problem przekładu na język polski stereotypów kulturowych utrwalonych w wybranych związkach frazeologicznych języka niemieckiego, in: Skibińska Elżbieta / Cieński Marcin (Hrsg.), *Język – Stereotyp – Przekład*, Wrocław, S. 231–240.
- SZCZEK Joanna, 2005, Obraz Polaków i Niemców w niemieckim i polskim dowcipie etnicznym, in: *Rozprawy Komisji Językowej XXXI*, S. 137–147.
- SZCZEK Joanna, 2006, Kann seine Nachbarn nicht wählen – Deutsche Polenwitze als Träger der Stereotype, in: *Studia Germanica Gedanensia* 14, S. 169–179.
- SZCZEK Joanna, im Druck, Ein deutscher Fuß passt nicht in einen polnischen Schuh – Zur Wahrnehmung der Völker in der multiethnischen deutschen und polnischen Ethnophraseologie und -parömiologie.
- SZILÁGYI-KÓSA Anikó, 2009, Völkernamen und Sprachbezeichnungen in phraseologischen Einheiten. Eine kontrastive Untersuchung: Deutsch-Italienisch-Ungarisch, in: Földes Csaba (Hrsg.), *Phraseologie disziplinär und interdisziplinär*, Tübingen, S. 495–505.
- TOKARSKI Ryszard, 1993, Słownictwo jako interpretacja świata, in: Bartmiński Jerzy (Hrsg.), *Encyklopedia kultury polskiej XX wieku*, Bd. 2., *Współczesny język polski*, Wrocław, S. 335–363.
- ZIELIŃSKI Lech, 2004, Bild der Polen in deutschen Polenwitzen und das Bild der Deutschen in polnischen Witzen über Deutsche, in: Engel Ulrich (Hrsg.), *Sprachwissen in der Hochschulgermanistik. Interkulturelle Kommunikation*, Bonn, S. 274–285.

Quellen

- AGRICOLA Ehrhardt, 1992, *Wörter und Wendungen*. Mannheim / Leipzig / Wien / Zürich.
- BABA Stanisław, 1997, *Podręczny słownik frazeologiczny*, Warszawa.
- BABA Stanisław / LIBEREK Jarosław, 2001, *Słownik frazeologiczny współczesnej polszczyzny*, Warszawa.
- DUDEN. *Redewendungen und sprichwörtliche Redensarten*, 1992, Mannheim / Leipzig / Wien / Zürich.
- DUDEN. *Deutsches Universalwörterbuch*, 2001, Mannheim / Leipzig / Wien / Zürich.
- FRIEDERICH Wolf, 1976, *Moderne deutsche Idiomatik. Alphabetisches Wörterbuch mit Definitionen und Beispielen*, München.
- IPPOLDT Julisz / PIPEK Jan, 1994, *Wielki słownik niemiecko-polski*, Bd. 1, 2, Warszawa.
- IPPOLDT Julisz / PIPEK Jan, 1994, *Wielki słownik polsko-niemiecki*, Bd. 1, 2, Warszawa.
- KRÜGER-LORENZEN Kurt, 1971, *Das geht auf keine Kuhhaut. Deutsche Redensarten und was dahinter steckt*, Düsseldorf.
- KRZYŻANOWSKI Juliusz, 1969, *Nowa księga przysłów i wyrażeń przysłowiowych polskich*, Warszawa.
- KÜPPER Heinz, 1992, *Wörterbuch der deutschen Umgangssprache*, Leipzig.
- MÜLDNER-NIECKOWSKI Piotr, 2003, *Wielki słownik frazeologiczny języka polskiego*, Warszawa.

RÖHRICH Lutz, 1995, Lexikon der sprichwörtlichen Redensarten, Bd. 1–5, Freiburg / Basel / Wien.
SKORUPKA Stanisław, 1993, Słownik frazeologiczny języka polskiego, Bd.1, 2, Warszawa.

Internetquellen

<http://lehrerfortbildung-bw.de/bs/bsa/bgym/lehrgang/stereo/> [Zugang: 2. September 2011].