

Deonymische Phraseologismen aus der Sicht der Kognitiven Linguistik

In der modernen Linguistik betrachtet man die kognitiven Aspekte der sprachlichen Einheiten als grundlegende sprachliche Eigenschaften. Dieses Problem wird bei der Analyse der semasiologischen und onomasiologischen Aspekte der Sprache zunehmend aktueller. Im folgenden befassen wir uns mit der Bedeutungsstruktur der deonymischen Phraseologismen aus der Sicht der Kognitiven Linguistik.

Die Kognitive Linguistik ist ein junger Forschungszeitung, der sich in den letzten zehn Jahren stürmisch entwickelt und bereits jetzt durch seine Arbeiten neue Akzente in der gesamten sprachwissenschaftlichen Forschung gesetzt hat. Die Kognitive Linguistik ist sehr eng mit der Entstehung der Kognitionswissenschaft verbunden, einer interdisziplinären Wissenschaft, die sich mit allgemeinen und spezifischen Fragen der Kognition befaßt. Die Kognitive Linguistik versteht sich selbst als der Bereich innerhalb der Kognitionswissenschaft, der auf die Beschreibung und Erklärung der mentalen Sprachstrukturen und -prozesse ausgerichtet ist. Im Mittelpunkt des Interesses der Kognitiven Linguistik steht die Erforschung der Interaktion zwischen der Repräsentation und der Verarbeitung sprachlichen Wissens¹.

Im Zentrum der neuen Richtung der Sprachwissenschaft stehen also zwei miteinander verbundene Aufgaben:

- 1) die strukturierte Vorstellung des Wissens und
- 2) die Verfahren der konzeptuellen Organisation des Wissens im Verständnisprozeß und der Aufbau der sprachlichen Mitteilung².

In jeder Sprache haben die Onyme spezifische Formen und Besonderheiten. Jeder Name hat in den einzelnen Sprachen eine unterschiedliche Verwendungshäufigkeit. Bei ihrer Anwendung sind Onyme mit verschiedenen Assoziationen verbunden und können dadurch unter Umständen beim Sprecher und beim Hörer unterschiedliche Vorstellungen hervorrufen. Die Besonderheiten der Semantik der Onyme zeigen, daß Onyme immer die nationale Kultur, die Sitten und Gebräuche des jeweiligen Volkes widerspiegeln.

Dabei ist es wichtig zu unterstreichen, daß die Onyme einer Klasse (z.B. die der männlichen Vornamen) eine denotative Gemeinsamkeit haben, nämlich daß alle Onyme dieser Klasse verwendet werden, um verschiedene Denotate einer extralinguistischen Klasse auszudrücken, in diesem Fall der Klasse der Männer³.

In der semantischen Struktur der Onyme sind universelle Begriffsmerkmale enthalten, die in allen Sprachen gleich sind. Dazu gehören Begriffe wie „Lebewesen“, „Mann“, „Frau“, „Kind“, „Land“, „Staat“, „Stadt“, „Dorf“, „Siedlung“ u.a. Die einzelnen Merkmale werden bei der Kognition durch das enzyklopädische Wissen des Menschen konkretisiert und individualisiert.

Vom Standpunkt der Kognitiven Linguistik aus kann man sich die semantische Struktur der onymischen Lexik in der Form einer Implikation vorstellen, da Onyme ein besonders umfangreiches Informationspotential enthalten. Je mehr Informationen die Onyme besitzen, desto besser lassen sich die Implikationen gestalten. In jedem Onym sind implizit Seme (Begriffsmerkmale) enthalten und zwar das Archisem (der Bedeutungskern) und zusätzlich differentielle und potentielle Seme zu seiner Ergänzung⁴. Ihre Gesamtheit bildet das Semem. Jede dieser Sememkomponenten kann neue Bedeutungen im lexikalischen System der Onyme begründen. Der semantische Mehrwert der Onyme beruht also auf einer mehr oder weniger großen Menge von semantischen Merkmalen (den differentiellen und potentiellen Semen).

Bei der Analyse der onymischen Lexik als Bestandteil von Phraseologismen haben wir nach dem Modell einer kognitiven Differenzierung folgende Sachgruppen aufgestellt:

- 1) die materielle Lage des Menschen (Krösus – reich; Lazarus – arm);
- 2) die physische und psychologische Charakteristik (Hans – ein Durchschnittsdeutscher; John – ein Durchschnittsengländer; Ivan – ein Durchschnittsrusse);
- 3) Onyme, die mit Zeitbegriffen verbunden sind (z.B. Altersbezogenheit) (Adam und Eva – die ersten Menschen; Methusalem – ein uralter Mann; Rom, Athen – sehr alte Städte);
- 4) positive und negative Eigenschaften des Menschen (Oskar – frech; Thomas – ungläubig; Foma – hochnäsigt).

Alle diese Merkmale treten als Komponenten der jeweiligen Phraseologismen auf und aktualisieren ihre Bedeutungsstruktur im phraseologischen System. Die Bedeutungsstruktur der Onyme ist entsprechend kom-

pliziert und besteht, wie wir oben gezeigt haben, aus mehreren Sememkomponenten. Die Onomastik stützt sich dabei auf die objektive Realität, auf das Wissen um die bekannten Objekte⁵.

Bei der Phraseologisierung verlieren die Onyme die Funktion der Individualisierung von Personen und Gegenständen. Die Hauptfunktion der Onyme - Konkretisierung und Individualisierung – rückt in den Hintergrund, ihre kognitiv-konnotativen Charakteristika treten in den Vordergrund. Die Spezifik der phraseologischen Bedeutung wird durch das Vorhandensein dieser konnotativen Komponente charakterisiert. Sie steht bei Phraseologismen immer im Vordergrund ihrer Bedeutungsstruktur, d.h., „das Vorhandensein der Konnotation ist ein notwendiger Teil aller sprachlichen Zeichen sekundärer Bildung“⁶.

In der modernen Phraseologieforschung finden sich mehrere Arbeiten, die die Ansicht vertreten, daß sich die Bedeutung von Phraseologismen aus der Bedeutung der einzelnen Konstituenten dieser Phraseologismen erschließen läßt. In der Kognitiven Linguistik wird dagegen angenommen, daß Phraseologismen in letzter Instanz durch unser metaphorisches Wissen motiviert sind⁷. Demnach existieren bestimmte kognitive Mechanismen (metaphorical concepts), die für die Verknüpfung zwischen der wörtlichen (in unserem Fall der onymischen) und der übertragenen (in unserem Fall der phraseologischen) Bedeutung verantwortlich sind. Folglich seien die Idiome durch reguläre Komposition aus einer Menge kognitiver metaphorischer Konzepte zustande gekommen und nicht auf irreguläre Weise, wie früher angenommen wurde⁸.

Auf dieser Basis wird erkennbar, daß die Bedeutung der onymischen Phraseologismen aus zwei Komponenten besteht: die übertragene Bedeutung wird bei ihnen zur Grundbedeutung und die Summe der Bedeutungen ihrer einzelnen Komponenten stellt die lexikalische Bedeutung dar. Man vgl.: „Eulen nach Athen tragen“, „to carry coals to Newcastle“, „echat' v Tulu so svoim samovarovom“, „nach Adam Riese“, „according to Coccer“, „po Malininu i Buriininu“.

In den meisten deonymischen Phraseologismen wird die phraseologische Bedeutung nicht aus der Summe der einzelnen Konstituentenbedeutungen erschließbar, so daß man generell sagen kann, daß die Bedeutung von Phraseologismen nicht aus der Summe ihrer einzelnen Komponenten ableitbar ist. Bei der Rezeption von Phraseologismen kommen uns bestimmte kognitive Mechanismen zu Hilfe, die wir uns über unsere Kenntnis der außersprachlichen Wirklichkeit zunutze machen. Man muß betonen, daß sich in diesem Fall unser enzyklopädisches Wissen aus metaphorischen, symbolischen und alltäglichen Kenntnissen zusammensetzt.

So wird z.B. in der Redewendung „jemanden zur Minna machen“ (= rücksichtslos behandeln) die phraseologische Bedeutung der Wendung in den Vordergrund gerückt, während die wörtliche Bedeutung im Hintergrund steht. Bei der Gleichsetzung der bezeichneten Person mit „Minna“ werden folgende metaphorische Kenntnisse über „Minna“ aktiviert:

- a) „Minna“ ist ein Frauenname;
- b) es ist der Name einer Putzfrau, eines Dienstmädchens;
- c) dazu kommen noch außersprachliche Charaktereigenschaften dieser Frau, ihre Kleidung, ihr Äußeres, ihre Denkweise, ihr Benehmen, das Verhalten anderer Menschen ihr gegenüber u.ä.⁹.

Die Gesamtheit dieser metaphorischen Kenntnisse bildet die Bedeutungsstruktur dieses deonymischen Phraseologismus.

Durch die Analyse der Ableitbarkeit oder Nichtableitbarkeit der deonymischen Phraseologismen werden Wert und semantische Verknüpfbarkeit der Konstituenten hergestellt. Auf dieser Grundlage kann man bei der Phraseologisierung von Onymen mehrere Kognitionstypen unterscheiden:

- 1) den metaphorischen Kognitionstyp,
- 2) den metonymischen Kognitionstyp und
- 3) den rezeptiven Kognitionstyp.

Sehen wir uns diese Kognitionstypen im einzelnen an.

Der metaphorische Kognitionstyp

Der metaphorische Kognitionstyp entsteht bei onymischen Phraseologismen durch Ähnlichkeitsassoziationen, wenn ein Gegenstand metaphorisch dargestellt wird. Die einzelnen Konstituenten deonymischer Phraseologismen charakterisieren zwar den bezeichneten Gegenstand, verleihen aber in ihrer Gesamtheit dem Phraseologismus eine eigene begriffliche Semantik. So entspricht z.B. in dem deonymischen Phraseologismus „Ägyptische Finsternis“, „Egyptian darkness“, „egipetskaja tma“ die Bedeutung der einzelnen Konstituenten nicht der des Phraseologismus, obwohl die lexikalischen Spracheinheiten in ihrer Bedeutung außersprachlich in allen Sprachen zusammenfallen.

Obwohl es natürlich allgemeine logische Kategorien gibt, nach denen sich die konkreten Eigenschaften von Gegenständen und Phänomenen

ausdrücken lassen, muß betont werden, daß die menschlichen Vorstellungen von der Wirklichkeit individuell unterschiedlich sind. Jedes onymische Objekt weist Form und Inhalt auf, hat Eigenschaften und hat eine (benennende) Funktion. Der metaphorische Kognitionstyp funktioniert bei der Phraseologisierung folgendermaßen:

- 1) aufgrund von Formähnlichkeit: „ein Nürnberger Ei“ (= eine sehr alte Taschenuhr), „the tower of Babel“ (= ein sehr hoher Bau), „kolomenskaja versta“ (= ein Mensch von hohem Wuchs);
- 2) aufgrund von Qualitätsähnlichkeit: „ein sanfter Heinrich“ (= ein bescheidener Mensch), „doctor Fell“ (= ein unsympathischer Mensch), „Buridanov osël“ (= ein sehr unentschlossener Mensch);
- 3) aufgrund von Funktionsähnlichkeit: „den Augiasstall ausmisten“, „to clean the Augean stable(s)“, „, istit' Avgievi konju ny“ (= Ordnung schaffen);
- 4) aufgrund der materiellen Beschaffenheit: „ein Onkel aus Amerika“ (= ein sehr reicher Mann), „meet on the Waterloo“ (= besiegt wie Napoleon in Waterloo), „bylo delo pod Poltavoj“ (= ein interessantes Ereignis wie in der Schlacht bei Poltava).

In allen Sprachen charakterisieren die deonymischen Phraseologismen auf diese Weise Objekte und Phänomene der Wirklichkeit und dienen als wichtige Quellen zur Bereicherung des phraseologischen Systems aller Sprachen.

Der metonymische Kognitionstyp

Dieser Typ von deonymischen Phraseologismen entsteht auf der Grundlage metonymischer Assoziationsverbindungen. Die onymische Komponente des Phraseologismus assoziiert ein ansonsten unwichtiges Merkmal einer Spracheinheit, das aber im Phraseologismus in den Vordergrund gerückt wird und damit eine wichtige Rolle in der Semantik des Phraseologismus spielt. Man vgl.: „a Sally Lunn“ (= ein süßes Brötchen, verbunden mit dem Namen einer Bäckersfrau aus dem Ende des 17. Jh), „Bikfordov nur“ (= eine Zeitzündschnur, nach dem Namen ihres Erfinders benannt). Dieser Typ der deonymischen Phraseologismen ist nicht in allen Sprachen gleichermaßen verbreitet.

Der rezeptive Kognitionstyp

Dieser Typ von deonymischen Phraseologismen beruht auf spontaner (willkürlicher) Nomination. Die Spracheinheiten haben keinen übertragenen Sinn, das Onym wird nicht von einem Denotat auf ein anderes übertragen, sondern willkürlich vergeben. Regulierend wirken sich hier die Häufigkeit und die Gebräuchlichkeit aus (nicht jeder dieser Phraseologismen ist in allen Sprachen gebräuchlich). Wir haben allerdings in einer kontrastiven Analyse feststellen können, daß es praktisch in jeder Sprache sehr viele Phraseologismen mit in der jeweiligen Sprache häufig gebrauchten Onymen gibt. So konnten wir z.B. 30 Phraseologismen mit den Namen „Hans“ feststellen, 12 mit dem Namen „Heinrich“, 30 mit dem Namen „Jack“, 20 mit dem Namen „John“, 16 mit dem Namen „Tom“, insgesamt 20 mit den Namen „Ivan“, „Vanja“ und „Ivanovi“.

Bei der Wahl der Onyme spielen auch lautmalersche Faktoren wie Reime, Alliterationen und Wortspiele eine wichtige Rolle, z.B.:

- a) Reime: „aus einem Saulus einen Paulus machen“, „Box and Cox“;
- b) Alliterationen: „von Pontius zu Pilatus schicken / laufen“, „dumb Dora“, „i Foma i Foka – oba s boku pripëka“. Dieser Typ von Phraseologismen ist vor allem im Deutschen und Englischen anzutreffen, im Russischen kommt er seltener vor;
- c) Wortspiele (Kalauer): „Meister Zwirn“, „old Hickory“ (vgl. „Eiche“ als Spitzname des Präsidenten der USA E. Jackson), „Michail Toptigin“ („Meister Petz“).

Durch die auf kognitionswissenschaftlicher Basis durchgeführte Analyse der deonymischen Phraseologismen hat sich gezeigt, daß die traditionelle Ansicht, Phraseologismen würden sich aus der Gesamtheit der Bedeutungen ihrer einzelnen Komponenten erschließen lassen, nicht zutrifft. Phraseologismen nutzen vielmehr das enzyklopädische Wissen des Menschen und entsprechend ist ihre Bedeutung nur aus dem enzyklopädischen Wissen des Menschen erschließbar.

Anmerkungen:

- Deutsche Fassung in Überarbeitung von PD Dr. Ernst Hansack, Universität Regensburg.
- 1 V. A. ZVEGINCEV, Jazyk i znanie. In: Voprosy filosofii, 1982, Nr.1, S.72; M. SCHWARZ, „Einführung in die Kognitive Linguistik“, Tübingen 1992.
 - 2 V. I. GERASIMOV, V. V. PETROV, „Na puti k kognitivnoj modeli jazyka“, in: Novoe v zarubežnoj lingvistike, vypusk XXIII. Moskva 1988, S.7.
 - 3 Eine ausführliche Untersuchung der Semantik der Onyme rückt vor allem die semantischen Besonderheiten dieser Spracheinheiten in den Vordergrund. Siehe dazu die Arbeit des Verfassers: Der Eigenname als Element der Lexik und als Komponente der Phraseologismen. In: Namenkundliche Informationen 34, 1978, S.30-37.
 - 4 Die Terminologie entstammt der Arbeit von V. G. GAK, Sopostavitel'naja leksikologija. Moskva 1997, S.14-15.
 - 5 A. D. REICHSTEIN, Lingvostranovedčeskij aspekt ustojčevych kompleksov. In: Slovarei i lingvostranovedenie. Moskva 1982, S.145-146.
 - 6 I. I. ČERNYŠEVA, Frazeologičeskaja sistema i ego semantičeskaja kategorija. In: Inostrannye jazyki v škole 2, 1973, S.7.
 - 7 R. GIBBS, J. O'BRIEN, Idioms and mental imagery. The metaphorical motivation for idiomatic meaning. In: Cognition 36, 1990, S.35-68.
 - 8 M. NORDEN, Logische Beziehungskonzepte und Interferenzprozeduren (zu einer semantisch-kognitiven Theorie der verbalen Idiome im Deutschen). In: Universitetet i Umeå, 1994, S.35-36.
 - 9 M. SPETTER, Kulturbezogene Bedeutung der Phraseologismen mit Personennamen. In: Das Wort. Germanistisches Jahrbuch 1991, S.87.