

Die stilistische Wirkung der Wortwahl in der Kommunikation im Deutschen und im Aserbaidtschanischen

Ulduz Aslanova , Baku- Aserbaidtschan

 <https://doi.org/10.37583/diyalog.1951606>

Abstract (Deutsch)

Gegenstand des vorliegenden Beitrags ist die stilistische Wirkung der Wortwahl der sprachlichen Ausdrucksmittel im Deutschen und im Aserbaidtschanischen. Die Wortwahl spielt eine entscheidende Rolle für den Erfolg der Kommunikation. Die Wortwahl befasst sich mit den Variationen des Stils einer Sprache und seinem Gebrauch, sowohl in schriftlichen Texten als auch im mündlichen Ausdruck. Das Ziel dieser Studie besteht darin, die semantischen und pragmatischen Aspekte der Wortwahl in den verglichenen Sprachen zu untersuchen und ihren Einfluss auf die Sprechsituation zu bestimmen. In der Untersuchung werden deskriptive und vergleichende Methoden angewendet. Genauer gesagt, methodisch wird so vorgegangen, dass Eigenheiten der Wahl von Phraseologismen und ihre Stilfärbung im Deutschen und im Aserbaidtschanischen in kontrastiver Hinsicht dargelegt werden. Das Korpus der Untersuchung besteht aus Verbphraseologismen der deutschen Sprache und ihren aserbaidtschanischen Äquivalenten. Im methodischen Vorgehen werden die stilistischen Charakteristika der deutschen und aserbaidtschanischen Phraseologismen in kontrastiver Perspektive herausgearbeitet. Die Auswahl der primitiven Phraseologismen beeinflusst den Stil, die Verständlichkeit und die Wirkung der Aussage. Also, eine präzise und angemessene Wortwahl hilft Informationen zu einem Thema klar zu vermitteln, Gefühle und Eindrücke zu erzeugen und zusätzlich auch noch das gewünschte Publikum zu erreichen. Darüber hinaus zeigen die Ergebnisse, dass kulturell geprägte phraseologische Präferenzen in beiden Sprachen wesentlich zur expressiven Nuancierung und zur kommunikativen Wirksamkeit sprachlicher Interaktion beitragen.

Schlüsselwörter: die Wortwahl, die Stilfärbung, der Ausdruckswert, primitive Phraseologismen, die Sprechsituation.

Abstract (English)

The Stylistic Effect of Word Choice in Communication

The subject of this paper is the choice of linguistic means of expression in German and Azerbaijani. Word choice plays a decisive role in the success of communication. It deals with the variations of a language's style and its use, both in written texts and in spoken expression. The aim of this study is to examine the semantic and pragmatic aspects of word choice in the compared languages and to determine its influence on the speech situation. Descriptive and comparative methods were applied in the investigation. More precisely, the study methodologically presents the peculiarities of choosing phraseologisms and their stylistic coloring in German and Azerbaijani from a contrastive perspective. The data basis consists of German verbal phraseologisms and their Azerbaijani equivalents that possess a primitive expressive

value. The selection of privative phraseologisms influences the style, comprehensibility, and impact of an utterance. Thus, precise and appropriate word choice helps to convey information on a topic clearly, to evoke feelings and impressions, and additionally to reach the desired audience. Furthermore, the findings demonstrate that culturally shaped phraseological preferences in both languages significantly contribute to the expressive nuance and communicative effectiveness of verbal interaction.

Keywords: *word choice, stylistic coloring, expressive value, privative phraseologisms, speech situation.*

EXTENDED ABSTRACT

This study explores the role of word choice in linguistic expression in German and Azerbaijani. Word choice plays a decisive role in successful communication, as it reflects the stylistic variation of a language and its use in both written and spoken forms. Stylistic coloration is an essential factor in this process, shaping how meaning and emotional tone are conveyed. In both German and Azerbaijani, the same concept can be expressed through different lexical forms that vary in stylistic, emotional, and cultural nuances. Understanding only the lexical meaning of words or the syntactic structure of a sentence is not sufficient for effective communication. Speakers must also be aware of the stylistic value and expressive potential of the linguistic means they select. The character and quality of word choice from the vast lexical resources of German and Azerbaijani largely determine whether an utterance appears clear or ambiguous, sincere or insincere.

The aim of this study is to examine the semantic and pragmatic aspects of word choice in the two languages and to identify their influence on communicative situations. A combination of descriptive and contrastive methods is applied. Specifically, the study analyzes the peculiarities of phraseological selection and stylistic coloration in German and Azerbaijani within a contrastive framework. The comparative analysis focuses on the stylistic shades of fixed expressions (phraseologisms), based on a corpus of German verbal phraseologisms and their Azerbaijani equivalents possessing distinctive expressive values.

In addition, a survey was conducted among a group of teachers to explore their preferences in using synonymous phraseologisms. This provided insights into the influence of individual and sociolinguistic factors on the stylistic evaluation of phraseological choice.

Fixed expressions, often regarded as the linguistic “treasure” of a language and sometimes described as “fossilized expressions,” occupy an important place in the lexicon. They display great diversity in both structure and stylistic coloration. Although many are rooted in colloquial speech, they also occur in literary, journalistic, and other stylistic domains, imparting a distinctive national and cultural flavor to each language.

For example, a comparison of phraseological units containing the element *Herz* (“heart”) reveals notable differences between the two languages:

1) *jmdm. blutet das Herz* (formal) – *ürəyindən qara qanlar axmaq* (to be filled with hatred/bitterness)

2) *jmds. Herz gehört einer Sache* (formal) – *nədəsə ürəyi olmaq* (to have one’s heart set on something)

Each linguistic expression in German and Azerbaijani can be classified into particular stylistic registers, understood as stratifications of language oriented toward the literary norm. Especially interesting are phraseologisms related to the theme of marriage, which illustrate how stylistic variation reflects cultural perspectives: *unter die Haube kommen* (literary–colloquial) – *başı bağlanmaq* (slang–colloquial, humorous); *in den Hafen der Ehe einlaufen* (formal, poetic, pretentious) – *bir yastığa baş qoymaq* (poetic, colloquial); *die Hochzeitsglocken läuten lassen* (formal, poetic) – *toy zurnası çalınmaq* (poetic, pretentious); *in den heiligen Stand der Ehe treten* (formal, poetic) – *bəylik taxtına oturmaq/çıxmaq* (formal, poetic, colloquial).

The choice of specific phraseologisms also reveals the speaker’s communicative intent. Consider, for instance, the expressions used to refer to death:

(1) *Meine Nachbarin hat gestern die Augen für immer geschlossen.* – *Qonşum dünən gözlərini əbədi yumdu.* - *My neighbour passed away yesterday.*

(2) *Meine Nachbarin ist gestern in die Ewigkeit eingegangen.* – *Qonşum dünən əbədiyyətə qovuşdu.* - *My neighbour entered eternity yesterday.*

The phraseologisms *die Augen für immer schließen* (to pass away) and *in die Ewigkeit eingehen* (to enter eternity) carry an elevated, formal tone, suitable for official or respectful communication, and convey a sense of sympathy or closeness.

By contrast, expressions such as *einen kalten Arsch kriegen* (to kick the bucket) or *den letzten Furz lassen* (to pass away) and their Azerbaijani counterparts (*arxasını yerə qoymaq, çəzmək*) imply a vulgar or coarse register. Their use conveys negative evaluation, mockery, or emotional detachment:

(1) *Meine Nachbarin hat gestern einen kalten Arsch gekriegt.* – *Qonşum dünən arxasını yerə qoydu.* - *My neighbour kicked the bucket yesterday.*

(2) *Meine Nachbarin hat gestern den letzten Furz gelassen.* – *Qonşum dünən çezdi.* - *My neighbour passed away yesterday.*

Such expressions are only acceptable when they serve a specific expressive function, such as conveying deliberate informality, irony, contempt, or despair.

Word choice, as an indicator of stylistic variability at the lexical level, constitutes a fundamental stylistic resource. The selection of phraseologisms significantly influences the style, clarity, and expressive impact of communication. Precise and contextually appropriate word choice enables speakers to convey information clearly, evoke emotions and impressions, and effectively reach the intended audience.

Einleitung

Die deutsche Sprache bietet dem Sprachbenutzer einen unermesslichen Schatz von Ausdrucksmöglichkeiten. Der Sprachbenutzer hat die Wahl und sein Stil beruht auf einer Reihe von persönlichen Entscheidungen. Folglich spielt die Wortwahl sowohl im Deutschen und als auch im Aserbajdschanischen eine zentrale Rolle für die stilistische Gestaltung von Texten und beeinflusst deren Wirkung auf die Rezipienten. Sie ist nicht nur Träger inhaltlicher Information, sondern auch ein wesentliches Mittel zur Erzeugung emotionaler Resonanz. Die Wortwahl dient auch zur Steuerung der Textfunktion. Je nach dem kommunikativen Kontext und Intention des Sprechers oder Schreibers können lexikalische Entscheidungen unterschiedliche stilistische Effekte hervorrufen, die von Sachlichkeit und Neutralität bis zu Expressivität und Subjektivität reichen. Die deutsche Sprache verfügt über einen reichen Wortschatz mit vielfältigen Synonymen und stilistischen Schattierungen. Folglich eröffnet die gezielte Wortwahl ein breites Spektrum stilistischer Differenzierung.

Obwohl die Bedeutung der Wortwahl in der Linguistik vielfach thematisiert wurde, besteht weiterhin Bedarf an einer differenzierten Betrachtung (Untersuchung) ihrer stilistischen Wirkung im Zusammenspiel mit Kontext und Kommunikationsziel. Häufig werden lexikalische Phänomene isoliert analysiert, ohne ihre funktionale Einbettung in konkrete Textzusammenhänge ausreichend zu berücksichtigen.

Problemstellung und Zielsetzung der Forschung

Das Ziel des vorliegenden Beitrags ist es, die stilistische Wirkung der Wortwahl in der Kommunikation anhand der Beispiele des Deutschen und ihre Entsprechungen im Aserbajdschanischen zu analysieren. Dabei wird aufgezeigt, wie die Phraseologismen zur Realisierung kommunikativer Absichten beitragen. Durch die Analyse soll verdeutlicht werden, dass die Wortwahl nicht als zufälliges, sondern als bewusst eingesetztes stilistisches Mittel zu verstehen ist.

Die vorliegende Forschung zielt darauf ab, die Wortwahl als funktionales Stilmittel zu erfassen und ihre Wirkung in der Kommunikation herauszuarbeiten. Im Fokus stehen dabei die Fragen, inwiefern lexikalische Entscheidungen Stilebenen markieren, Bedeutungsnuancen erzeugen und kommunikative Intentionen transparent machen.

Forschungsmethode

Das Forschungsverfahren dieser Studie beruht auf einer linguistischen Analyse. Um die stilistische Wirkung bei der Wahl von Phraseologismen zu erklären, wurden deskriptive und vergleichende Methoden angewendet. Genauer gesagt, methodisch wird so vorgegangen, dass Eigenheiten der Wahl von Phraseologismen und ihre Stilfärbung im Deutschen und im Aserbajdschanischen in kontrastiver Hinsicht dargelegt werden. In der Untersuchung wird die Stilfärbung der festen Wendungen systematisch

gegenüberstellt. Als Datenbasis dienten deutsche Verbphraseologismen und ihre aserbaischischen Äquivalente, die über einen privativen Ausdruckswert verfügen.

Zusätzlich wurde eine Befragung mit einer Gruppe von Lehrkräften durchgeführt, um ihre Präferenzen bei der Verwendung synonymischer Phraseologismen zu erfassen. Dadurch konnte der Einfluss der menschlichen Faktoren auf die stilistische Bewertung der Wahl von Phraseologismen untersucht werden.

Die Untersuchung stützt sich auf Ansätze der Stilistik, der Lexikologie und der Textlinguistik. Stil wird dabei als Ergebnis bewusster oder unbewusster sprachlicher Selektion verstanden, wobei der Wortwahl eine Schlüsselrolle zukommt. Darüber hinaus wird auf funktionale Stilmodelle zurückgegriffen, die Sprache als zielgerichtetes Handeln begreifen. Folglich wird die Wortwahl als Mittel betrachtet, mit dem soziale Beziehungen, Einstellungen und Bewertungen sprachlich realisiert werden.

Die theoretischen Hintergründe

Jeder Text verfolgt ein bestimmtes Ziel: informieren, überzeugen, unterhalten oder zum Handeln anregen. Dabei werden Aspekte wie Wortwahl, Intonation, Rhythmus und Satzbau untersucht, die je nach Kontext, Tradition, Zeitperiode und Genre variieren können. Deshalb sollten die Wortwahl und der Sprachstil immer auf das gewünschte Ergebnis abgestimmt sein. Um das gewünschte Ziel zu erreichen, spielt nicht nur die Wortwahl, sondern auch die Stilfärbung der sprachlichen Ausdrucksmittel eine sehr wichtige Rolle.

Unter dem Begriff Stilfärbung (soziale, geographische, zeitliche, thematische Stilfärbung) kann man eine Art der sprachlichen Gliederung verstehen (Vgl. Kurz/Müller/Pötschke/Pöttker/Gehr 2010: 30). Folglich entsteht die Stilfärbung durch den Gebrauch in bestimmten sozialen Gruppen, durch kulturelle Einflüsse und durch die emotionale Einstellung des Sprechers. Die Stilfärbung kann formell, informell, fachsprachlich, umgangssprachlich, ironisch oder emotional gefärbt sein. Diese Vielfalt macht die Sprache lebendig und ausdrucksstark.

Nach E. Riesel versteht man „unter funktionaler Stilfärbung das spezifische Gepräge der lexikalischen, grammatischen und phonetischen Mittel, das gerade zu einem bestimmten funktionalen Stil zugehört“ (Riesel 1963: 23). E. Riesel spricht auch von zwei Kategorien der Stilfärbungen: “ 1) die funktionale Stilfärbung; 2) die semantisch - expressive Stilfärbung“ (Riesel 1963: 24).

Diese Kategorien stehen in der Sprachwirklichkeit in ständiger Wechselbeziehung zueinander. Deswegen hat die Stilfärbung eine doppelte Funktion: einerseits dient sie der präzisen Bedeutungsvermittlung, andererseits trägt sie zur sozialen und emotionalen Wirkung einer Aussage bei. Jede richtige, sprachlich einwandfreie Rede fügt sich bestimmten Sprach- und Stilmustern. Dabei ist zu berücksichtigen, welche Sprachnormen für diesen oder jenen Stil der schriftlichen und mündlichen Literatursprache zu einem bestimmten Zeitpunkt gültig sind. Folglich sind die Stilmustern die Regeln, nach welchen die Normen der schriftlichen und mündlichen

Literatursprache in den einzelnen Stilen der Sprache gebraucht werden. Also, die Stilnormen differenzieren die Verwendung der allgemeinen Sprachnormen nach funktionalen und semantisch – expressiven Momenten.

Die funktionale Stilfärbung zeigt sich sowohl in den charakteristischen Stilzügen als auch in der sprachlichen Gestaltung einzelner Elemente. So äußert sich etwa Steifheit und Förmlichkeit in der Redegestaltung als funktionale Stilfärbung des Amtsstils; die logische Struktur von Argumentationen kennzeichnet den wissenschaftlichen Stil; der agitatorische Ton einer Darstellung prägt den publizistischen Stil; und Ungezwungenheit, Emotionalität sowie Dynamik sind typische funktionale Stilfärbungen des Alltagsstils.

Phraseologismen als Markierung nationaler Eigenschaften

Der Begründer der philosophischen Sprachschule Wilhelm von Humboldt betrachtete die Sprache als „Ausdruck des Volksgeistes“. Seiner Meinung nach steht jedes Volk durch die Sprache mit der Natur und der Gesellschaft in Verbindung und sieht sie durch das Prisma der Sprache. Er behauptet, dass die Sprache in ihrer abstrakten Form der Ausdruck, die Verkörperung und die Spiegelung des Geistes sei. (Vgl. Adilov 2019: 11).

Unter Bezugnahme auf diese philosophischen Prämissen lässt sich feststellen, dass sich dieser Geist besonders deutlich in phraseologischen Einheiten zeigt, die das Inventar der tiefen Struktur der Sprache bilden. Diese festen Wortverbindungen, die als der Schatz jeder Sprache gelten und auch als „versteinerte Ausdrücke“ bezeichnet werden, nehmen einen wichtigen Platz im Wortschatz ein und sind der Struktur und Stilfärbung nach sehr vielfältig. Solche Ausdrücke, die im umgangssprachlichen Stil weit verbreitet sind, werden in der schönen Literatur, in Presse und Publizistik und generell im gesamten Sprachsystem verwendet. Die Phraseologismen verleihen jeder Sprache eine nationale Färbung und spezifische Bedeutung.

Bei einem kontrastiven Vergleich der phraseologischen Einheiten mit der Komponente „Herz“ im Deutschen und im Aserbaidtschanischen zeigen sich auffällige Unterschiede. Eine Übersicht über diese Unterschiede erfordert eine Betrachtung anhand folgender Beispiele:

jmdm. blutet das Herz (gehoben) (Duden Band 11 2002: 326)	ürəyindən qara qanlar axmaq (umgangssprachlich) (Band IV2006:433)
jmds. Herz gehört einer Sache (gehoben) (Duden Band 11 2002: 326)	nədəsə ürəyi olmaq (umgangssprachlich)(BandIV 2006:432)
jmdm. ist /wird das Herz schwer (gehoben) (Duden Band 11 2002: 327)	qəlbi / ürəyi qana dömmək (literarisch - umgangssprachlich) (Band IV 2006:431)
jmdm. das Herz abdrücken (gehoben) (Duden Band 11 2002: 327)	ürəyi sıxılmaq (umgangssprachlich) (Band IV 2006:432)

jmdm. sein Herz ausschütten (gehoben) (Duden Band 11 2002: 327)	ürəyini boşaltmaq (literarisch - umgangssprachlich) (Band IV 2006:435)
jmdm. das Herz brechen (gehoben) (Duden Band 11 2002: 328)	ürəyini qırmaq /sındırmaq (literarisch - umgangssprachlich) (Band IV2006:435)
das Herz auf der Zunge haben/tragen (gehoben) (Duden Band 11 2002: 328)	ürəyi açıq olmaq (gehoben, literarisch - umgangssprachlich) (Band IV 2006:432)
jmdm. das Herz schwermachen (gehoben) (Duden Band 11 2002: 329)	ürəyini qubarlatmaq (literarisch - umgangssprachlich) (Band IV 2006:435)
jmdm. das Herz stehlen (gehoben) (Duden Band 11 2002: 329)	ürəyini ovlamaq (umgangssprachlich) (Band IV 2006:435)
sein Herz verlieren (gehoben, veraltend) (Duden Band 11 2002: 329)	ürəyi getmək (umgangssprachlich) (Band IV 2006: 435)

Tab.1: Phraseologische Einheiten mit der Komponente „Herz“

Tabelle 1 verdeutlicht, dass die untersuchten Phraseologismen im Deutschen der gehobenen Stilschicht zugeordnet sind. Aber die aserbaidchanischen Äquivalente gehören entweder der umgangssprachlichen oder der literarisch – umgangssprachlichen Stilschicht an.

Stilfärbung der Phraseologismen als Faktor des Kommunikationsprozesses

Der Kommunikationsprozess wird durch verschiedene sprachliche und außersprachliche Faktoren bestimmt. Als einer dieser Faktoren kann die Stilfärbung genannt werden, die sich aus dem Gebrauch sprachlicher Zeichen unter bestimmten kommunikativen Bedingungen ergibt.

In der stilistischen Analyse kommt der lexikalischen Ebene – insbesondere der Wortwahl – eine zentrale Bedeutung zu. Die Wortwahl, das geschickte Handhaben der stilistischen Variabilität auf der Ebene der Lexik, wird als ein sehr wichtiges und grundlegendes Stilmittel angesehen. Arbeit zu Wortwahlfragen nimmt einen wichtigen Platz im Bereich der Sprachpflege ein und fördert erheblich die Kultur der Rede. Durch die Wortwahl stellt es sich heraus, zu welchen sozialen Schichten, Berufsgruppen, Gemeinschaften oder Altersgruppen die Menschen gehören.

Bei der stilistischen Beurteilung der Phraseologismen werden traditionsgemäß ihre unterschiedlichen Konnotationen reflektiert. Die Konnotation der Phraseologismen ergibt sich daraus, dass sie an gewisse Stilschichten gebunden und mit verschiedenen stilistischen Markierungen (Stilfärbungen) verbunden sind, wodurch besondere Affektivität, Emotionalität und Expressivität hervorgerufen werden. (Vgl. Fleischer 1997: 198).

Phraseologismen zur Beschreibung der Eheschließung lassen sich in beiden Sprachen unterschiedlichen Stilschichten zuordnen.

<i>unter die Haube kommen</i> (umgangssprachlich, scherzhaft) (Duden Band 11 2002: 313)	<i>başı bağlanmaq</i> (salopp - umgangssprachlich auch scherzhaft) (Band IV 2006: 234)
<i>im Hafen der Ehe landen</i> (gehoben, poetisch, überhöht) (Duden Band 11 2002: 291)	Bir yastığa baş qoymaq (poetisch, umgangssprachlich) (Band IV 2006: 549)
<i>den Bund fürs Leben schließen</i> (gehoben) (Duden Band 11 2002: 136)	toy zurnası çalınmaq (poetisch, überhöht) (Band IV 2006: 635)
<i>in den heiligen Stand der Ehe treten</i> (gehoben, formelhaft) (Duden Band 11 2002: 680)	bəylik taxtına oturmaq /çıxmaq (gehoben, poetisch, umgangssprachlich) (Band IV 2006: 291)

Tab.2: Die Phraseologismen, die das Konzept der Eheschließung realisieren.

Tabelle 2 veranschaulicht deutlich die Unterschiede in der stilistischen Markierung der untersuchten Phraseologismen, die den Bedeutungsbereich der Eheschließung abdecken, im Deutschen und im Aserbaidschanischen. Wie aus diesen Beispielen ersichtlich, ist die Stilfärbung von Phraseologismen in den gegenübergestellten Sprachen ganz unterschiedlich. Dieser Unterschied erklärt sich durch zahlreiche historische und kulturelle Besonderheiten des Deutschen und Aserbaidschanischen.

Unter den Phraseologismen gibt es eine große Gruppe, die privativen Charakter besitzt. Das sind solche, die eine implizite Negation in der positiven Struktur haben. Privative Phraseologismen bezeichnen in der Sprachwissenschaft feste Wendungen oder Ausdrücke, die eine bestimmte Eigenschaft oder Qualität negieren.

Nach E. Leisi leitet sich der Begriff „privativ“ vom Lateinischen „privare“ ab, was „berauben“ oder „entziehen“ bedeutet. Diese Phraseologismen drücken eine vom Normalen, Erwarteten abweichende Abwesenheit, ein Fehlen aus (Vgl. Leisi 1961: 37-39).

Privative Phraseologismen sind in der Regel negativ konnotiert und betonen den Mangel an das Fehlen einer positiven Eigenschaft. Durch die richtige Wahl der privativen Phraseologismen kann die Rede klar oder verschwommen, wahrheitsgetreu oder verlogen wirken, sie kann auch zünden oder kalt lassen. Anders gesagt: Die stilistische Markierung der ausgewählten privativen Phraseologismen macht deutlich, welches Ziel der Sprecher verfolgt. Sandig beschreibt den Stil als Zeichen der Werteinstellung. Der Stil sei mit seinem Charakteristika Ausdruck von Einstellungen zu Werten (Vgl. Sandig 1986: 323).

Nach H.-W. Eroms hat die Auffassung von Stil als Ergebnis eines Wahl-Aktes eine lange Tradition. Damit wird der Ansicht Rechnung getragen, dass Stil sich nicht gleichsam von selbst einstellt, sondern dass er Ergebnis eines Entscheidungsprozesses ist (Vgl. Eroms 2014: 23).

Die folgenden Beispiele zeigen, wie stilistische Variation semantisch verwandter Phraseologismen unterschiedliche kommunikative Wirkungen erzeugt.

<i>Meine Nachbarin hat gestern die Augen für immer geschlossen.</i>	<i>Qonşum dünən gözlərni əbədi yumdu.</i>
<i>Meine Nachbarin ist gestern in die Ewigkeit eingegangen.</i>	<i>Qonşum dünən əbədiyyətə qovuşdu.</i>
<i>Meine Nachbarin hat gestern einen kalten Arsch gekriegt</i>	<i>Qonşum dünən arxasını yerə qoydu.</i>
<i>Meine Nachbarin hat gestern den letzten Furz gelassen</i>	<i>Qonşum dünən gorbagor oldu.</i>
<i>Meine Nachbarin hat gestern den letzten Schiss getan</i>	<i>Qonşum dünən yatama qaçırdı.</i>

Tab.3: Unterschiedliche kommunikative Wirkung synonymischer Phraseologismen

Die Phraseologismen *die Augen für immer schließen* – *gözlərini əbədi yummaq*, *in die Ewigkeit eingehen* – *əbədiyyətə qovuşmaq* geben dem betreffenden Satz Gehobenheit. Ihre funktionale Stilfärbung lässt auf Anwendung im offiziellen Verkehr schließen. Zugleich wird durch die Stilfärbung dieser Phraseologismen eine gute Beziehung in der Nachbarschaft ausgedrückt. Aber durch den Gebrauch der privaten Phraseologismen, wie *einen kalten Arsch kriegen* – *arxasını yerə qoymaq*; *den letzten Furz lassen* – *gorbagor olmaq*, *den letzten Schiss tun* – *yatğına qaçırmaq*, verrät die Wortwahl eine negative Bewertung in der Nachbarschaft und sie verleihen dem Sprechakt salopp – umgangssprachliche oder mitunter vulgäre Stilfärbung:

Es muss hinzugefügt werden, dass diese Formulierungen in der Rede nur dann zulässig sind, wenn sie eine bestimmte Ausdrucksfunktion ausüben. Das heißt, wenn ihnen ein bestimmter Ausdruckswert so z. B.: bewusste Nachlässigkeit, Verachtung, Verzweiflung innewohnen soll (Vgl. Aslanova 2022: 22).

Die bewusste Auswahl und Verwendung phraseologischer Einheiten beeinflusst Verständlichkeit, Wirkung und emotionale Resonanz sprachlicher Äußerungen maßgeblich. Sanders betont, dass durch den treffenden Ausdruck knapp und gehaltvoll, in der Bedeutung genau, konkret und speziell mitgeteilt wird. (Vgl. Sanders 1996:145) Deshalb hilft eine präzise und angemessene Wahl der treffenden privaten Phraseologismen Informationen zu einem Thema klar, genau und eindringlich zu vermitteln, Gefühle und Eindrücke zu erzeugen und zusätzlich auch noch das gewünschte Publikum zu erreichen

Phraseologismen zum semantischen Feld „Sterben“

Phraseologismen stellen auf Grund der ihnen zugrunde liegenden semantischen Übertragungsprozesse sprachliche Bilder dar. Unter Bildlichkeit versteht man bei Phraseologismen die Übertragung der festen Wendungen. Die dem semantischen Feld des Verbs „Sterben“ zugeordneten privativen Phraseologismen weisen in Abhängigkeit vom Grad ihrer Bildlichkeit sowie ihrer stilistischen Prägung deutliche Unterschiede auf. (Vgl. Aslanova 2012: 102).

Die Stilfärbung der festen Wortverbindungen zum semantischen Feld „Sterben“ verrät die Zugehörigkeit zu einem bestimmten Stil, die zum Ziel des Sprachbenutzers und zugleich dem Kommunikationsprozess dient.

Im Folgenden werden die Stilfärbungen ausgewählter phraseologischer Einheiten zum semantischen Feld „Sterben“ im Deutschen und im Aserbaidtschischen kontrastiv untersucht:

<i>zur ewigen Ruhe eingehen (gehoben)</i> (Duden Band 11 2002: 595)	<i>əbədi sakitliyə qovuşmaq (gehoben)</i> (Band II 2006: 53)
<i>jmds. Augen brechen (gehoben)</i> (Duden Band 11 2002: 62)	<i>gözləri bərəlmək (umgangssprachlich, literarisch)</i> (Band II 2006: 279)
<i>in die Ewigkeit eingehen (gehoben)</i> (Langenscheidt Großwörterbuch 2015: 379)	<i>əbədiyyətə qovuşmaq (gehoben, umgangssprachlich)</i> (Band II 2006: 54)
<i>den letzten Atemzug tun (gehoben)</i> (Duden Band 11 2002: 56)	<i>nəfəsi kəsilmək (salopp - umgangssprachlich)</i> (Band III 2006: 474)
<i>den Arsch zukneifen / zusammenkneifen (grob-umgangssprachlich)</i> (Duden Band 11 2002: 53)	<i>qırağını qatlamaq (poetisch, umgangssprachlich)</i> (ADBFL Band I : 228)
<i>den Löffel abgeben / hinlegen (umgangssprachlich)</i> (Duden Band 11 2002: 460)	<i>çənəsi balanmaq (familiär- umgangssprachlich)</i> (ADBFL Band I : 332)
<i>ins Gras beißen (umgangssprachlich)</i> (Duden Band 11 2002: 273)	<i>yer gəmirmək (literarisch- umgangssprachlich)</i> (ADBFL Band II : 431)
<i>die große Grätsche machen (umgangssprachlich)</i> (Duden Band 11 2002: 274)	<i>ayaqları cütlənmək (salopp – umgangssprachlich)</i> (ADBFL Band I :256)
<i>einen kalten den Arsch haben (umgangssprachlich, derb)</i> (Duden Band 11 2002: 53)	<i>gorbəgər olmaq (grob-umgangssprachlich)</i> (Band III 2006: 479)
<i>die Augen schließen / zumachen / zutun (verhüllend)</i> (Duden Band 11 2002: 63)	<i>gözləri qapanmaq (familiär- umgangssprachlich)</i> (Band II 2006: 286)

Tab.4: Phraseologische Einheiten zum semantischen Feld „Sterben“

Was den semantischen Gehalt der privativen Phraseologismen in den Beispielen der Tabelle 4 betrifft, kann festgestellt werden, dass sie eine besondere Intensität und eine negative Eigenschaft in der positiven Struktur zum Ausdruck bringen.

Der Vergleich der privativen phraseologischen Einheiten zeigt, dass trotz weitgehender semantischer Übereinstimmung deutliche Unterschiede in der stilistischen Färbung bestehen, insbesondere im Aserbaidtschanischen.

Diese Stilschichten beider Sprachen lassen sich in Form von stilistischen Oppositionen beschreiben, d.h. als gegensätzliche Paare von Ausdrucksweisen, die denselben Sachverhalt auf unterschiedlichen Stilebenen formulieren. Diese Phraseologismen spiegeln unterschiedliche Wertungen wider und lassen sich in sogenannte Wertphraseologismen einordnen. Das kann man in den Phraseologismen *in die Ewigkeit eingehen – əbədiyyətə qovuşmaq*, *den Arsch zumachen – qırağını qatlamaq* beobachten. Diese Phraseologismen widerspiegeln gegensätzliche Standpunkte oder Eindrücke, gegensätzliche Wertungen. Denn durch die Phraseologismen werden die Einstellungen des Sprechers gegenüber einem der beteiligten Aktanten oder gegenüber dem gemeinten Sachverhalt ausgedrückt (Vgl. Burger 2015: 194).

Aber die stilistischen Oppositionen sollen nicht als Repräsentanten absolut gegensätzlicher Werte aufgefasst werden, sondern als Ausdruck relativer Polaritäten. Da handelt es sich um einen Kontrast im Allgemeinen, denn die Gegensätzlichkeit kann in einem Satz oder Kontext durch diese Phraseologismen ausgedrückt werden, die kontextfrei nicht in polaren Relationen zueinander stehen.

Im Gegenteil bilden diese privativen Phraseologismen, die mit dem Sterben verbunden sind, eine thematische Gruppe. Historisch wurde das Thema „Tod“ in vielen Kulturen durch euphemistische Umschreibungen sprachlich gemildert. Infolge dessen gibt es in beiden Sprachen zahlreiche Phraseologismen. Innerhalb der thematischen Gruppe „sterben“ lassen sich zahlreiche synonymische Reihen unterscheiden. Diese synonymischen Reihen der Phraseologismen unterscheiden sich voneinander durch Bedeutungsnuancen und Stilfärbung. Die Formulierung der Tatsache, dass jemand gestorben ist, lautet in sämtlichen Stilen der deutschen und aserbaidtschanischen Sprachen unterschiedlich. Bei der Formulierung des Sachverhalts „Tod“ spielt die Wahl der Phraseologismen und ihre Stilfärbung eine große Rolle. Es ist interessant folgende Satzbeispiele miteinander zu vergleichen: *Məşhur Azərbaycan şairi Zəlimxan Yaqub 9 yanvar 2016-cı ildə əbədiyyətə qovuşmuşdur. (die Zeitung: Poliglot“ 11.01. 2016). = Der berühmte aserbaidtschanische Dichter Selimhan Jagub ist am 9. Januar 2016 in die Ewigkeit eingegangen.*

Məşhur Azərbaycan şairi Zəlimxan Yaqub 9 yanvar 2016-cı ildə gözlərini əbədi yummuşdur. = Der berühmte aserbaidtschanische Dichter Selimhan Jagub hat seine Augen am 9. Januar 2016 für immer geschlossen.

Məşhur Azərbaycan şairi Zəlimxan Yaqub 9 yanvar 2016-cı ildə əbədi mənzilinə köçmüşdür. = Der berühmte aserbaidtschanische Dichter Selimhan Jagub hat am 9. Januar 2016 seine ewige Ruhe gefunden.

Die synonymischen Phraseologismen *in die Ewigkeit eingehen – əbədiyyətə qovuşmaq*, *die Augen für immer schließen – gözlərini əbədi yummaq*, *seine ewige Ruhe finden – əbədi mənzilinə köçmək* verleihen den entsprechenden Sätzen gehobene

Stilfärbung. Wie aus den Beispielen ersichtlich ist, können solche Ausdrucksweisen im offiziellen Verkehr in der Todesanzeige in der Presse vorkommen.

Eine familiär – umgangssprachliche Stilfärbung bekommt die Feststellung desselben Sachverhalts, wenn es heißt: *Məşhur Azərbaycan şairi Zəlimxan Yaqub 9 yanvar 2016-cı ildə arılardan canını qurtarmışdır. Der berühmte aserbajdschanische Dichter Selimhan Jagub ist am 9. Januar 2016 von seinem Leiden erlöst. Oder: Məşhur Azərbaycan şairi Zəlimxan Yaqub 9 yanvar 2016-cı ildə aramızdan getmişdir. Der berühmte aserbajdschanische Dichter Selimhan Jagub ist am 9. Januar 2016 aus unserer Mitte gerissen worden. Məşhur Azərbaycan şairi Zəlimxan Yaqub 9 yanvar 2016-cı ildə bizi həmişəlik tərک etmişdir. Der berühmte aserbajdschanische Dichter Selimhan Jagub hat uns am 9. Januar 2016 für immer verlassen.*

Wenn man sagt, *Məşhur Azərbaycan şairi Zəlimxan Yaqub 9 yanvar 2016-cı ildə Yaradanın dərgahına qovuşmuşdur. Der berühmte aserbajdschanische Dichter Selimhan Jagub ist am 9. Januar 2016 im Herrn entschlafen* - klingt diese Formulierung nicht gehoben, sondern in der religiösen Färbung gesalbt. Die semantische Analyse der Beispiele verdeutlicht, dass die Stilfärbung durch die Bedeutungsschattierungen bedingt ist. Um das Ziel einer Aussage zu erreichen, muss man auf die Wahl der synonymischen Phraseologismen und ihre Stilfärbung achten. Man hat oft die Wahl zwischen zwei Ausdrucksmöglichkeiten, d.h. zwischen dem allgemeinen Wort und der besonderen Wortverbindung. Es gibt keinen guten Stil ohne den genauen, treffenden Ausdruck. Die speziellen, besonderen Ausdrücke sind immer anschaulich und zweckentsprechend.

Wie L. Reiners betont: „Wer flüchtig beobachtet und sich schlampig ausdrückt, der wählt immer den allgemeinen Ausdruck. Der allgemeine Ausdruck ist bequem: er passt zur Not immer. Allgemeine Begriffe sind weit, aber leer. Sie sind deshalb auch unanschaulich und langweilig; alles Eigentümliche geht verloren“ (Reiners 1996: 70).

Es ist zu berücksichtigen, dass die semantisch-expressive Kategorie der Stilfärbung den Grad der Expressivität der Rede betrifft. Zum Inhalt der Rede gesellt sich meist eine bestimmte Gefühlswertung, d.h. Bildlichkeit, Emotionalität und Intensität. Diese werden als Expressivität der Rede betrachtet. Zu den expressiven Stilfärbungen gehören die verschiedensten Ausdrucksschattierungen (emphatisch, feierlich, polemisch, sentimental usw.). Die expressive Stilfärbung kann meistens nur im Großzusammenhang erfasst werden.

E. Riesel schreibt: „Unter der Expressivität versteht man im weitesten Sinne des Wortes: 1) emotionale Beteiligung des Sprechenden, 2) Geltungsgrad der Aussage (Überzeugung, Wunsch, Zorn, Zweifel usw.), 3) Steigerung der Aufmerksamkeit oft auch Akzent und Pause“ (Riesel 1963: 83).

Die privativen Phraseologismen, die den Tod bezeichnen, sind in der Regel stark expressiv und weisen eine ausgeprägte emotionale Färbung auf. Folglich sind die oben aufgezählten Phraseologismen außerhalb jeglichen Kontextes stark expressiv und bezeichnen emotionale Beteiligung des Sprechenden.

Zusammenfassung

Der vorliegende Beitrag befasst sich mit der stilistischen Wirkung der Wortwahl in der Kommunikation im Deutschen und im Aserbaidshaischen und zeigt, dass lexikalische Entscheidungen nicht nur den inhaltlichen Gehalt einer Äußerung, sondern auch deren pragmatische, emotionale und soziale Dimension wesentlich beeinflussen. Die Wortwahl fungiert als zentrales Mittel zur Steuerung von Bedeutungen, Einstellungen und Beziehungen zwischen den Kommunikationspartnern.

Im Mittelpunkt der Analyse steht die Annahme, dass die Phraseologismen je nach ihrer stilistischen Färbung unterschiedlichen Wirkungen erzeugen können. Neutrale, gehobene oder umgangssprachliche Phraseologismen tragen zur Markierung von Distanz, Nähe, Höflichkeit, Hassgefühl oder Emotionalität bei. Die Wahl der privaten Phraseologismen beeinflusst den Stil, die Verständlichkeit und die kommunikative Wirkung der Aussage. Eine präzise und angemessene Wortwahl ermöglicht es, Informationen klar zu vermitteln, Emotionen zu wecken und die intendierte Zielgruppe gezielt anzusprechen.

Phraseologischen Einheiten dieser Art treten in den verglichenen Sprachen häufig auf und sind sowohl in literarischen Texten, als auch in Publizistik und Presse weit verbreitet. Folglich sind sie literarisch und literarisch – umgangssprachlich gefärbt. Beim Gebrauch der privaten Phraseologismen werden Gefühle ausgelöst und neue Sprachbilder im Kopf des Lesers oder Hörers erzeugt. Die richtige Wahl der privaten Phraseologismen steigert die emotionale Resonanz eines Textes.

Da die Sprache sowohl mit der objektiven Wirklichkeit als auch mit dem Denken verbunden ist, gibt es im Deutschen und im Aserbaidshaischen ähnliche und manchmal kongruente Erscheinungen, denn Denken und Erkenntnisprozesse beruhen auf universellen kognitiven Mechanismen, obwohl jede Sprache nationale und kulturelle Eigenheiten aufweist.

Obwohl die semantische Übereinstimmung der privaten Phraseologismen häufig ist, unterscheiden sie sich voneinander durch die Stilfärbung. Die Stilfärbung der Phraseologismen ist entscheidend für das Verständnis der Sprecherabsicht. Während eine passende Wortwahl Empathie und Verständigung fördert, kann eine unpassende Stilfärbung Missverständnisse oder negative Reaktionen hervorrufen. Durch Stilfärbung wird deutlich, ob eine Aussage freundlich, ironisch, respektvoll oder beleidigend gemeint ist.

Literaturverzeichnis

- Adilov, Musa** (2019): *Azerbaycan dilinin semasiologiyası*. Bakı: "Elm"
- Aslanova, Ulduz** (2012): *Kontekstual ve sintaktik frazeologizmlerin pragmatikasi*. Bakı: Elm ve tehsil.
- Aslanova, Ulduz** (2022): *Stilistik der deutschen Sprache*. Bakı: Mütərcim.
- Azerbaycan dilinin böyük frazeoloji lüğəti** (ADBFL) 1 - 2 Bände. (2024): Bakı: Elm və təhsil nəşriyyatı.

- Azerbaycan dilinin izahli lüğeti. 1 - 4 Bände.** (2006): Bakı: Şərq – Qərb nəşriyyatı.
- Burger, Harald** (2015): *Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen*. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- Duden Band 11.** (2002): Redewendungen und sprichwörtliche Redensarten. Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich: Dudenverlag.
- Eroms, Hans-Werner** (2014): *Stil und Stilistik. Eine Einführung*. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- Fleischer, Wolfgang** (1997): *Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache*. 2., durchgesehene und ergänzte Aufl. Tübingen: Max Niemeyer.
- Kurz, Josef / Müller, Daniel / Pötschke, Joachim / Pöttker, Horst / Gehr, Martin** (2010): *Stilistik für Journalisten*. 2., erweiterte und überarbeitete Aufl. Heidelberg: www.vs-verlag.de
- Langenscheidts Großwörterbuch.** Deutsch als Fremdsprache. (2015): Langenscheidt KG. Berlin, München, Wien: Langenscheidt GmbH und Co. KG, München.
- Leisi, Ernst** (1961): *Der Wortinhalt. Seine Struktur im Deutschen und im Englischen*. Heidelberg: Quelle und Meyer Verlag.
- Reiners, Ludwig** (1996): *Stilfibel*. München: Verlag GmbH und Co.KG.
- Riesel, Elisa** (1963): *Stilistik der deutschen Sprache*. Moskau: Staatsverlag „Hochschule“.
- Sanders, Willy** (1996): *Gutes Deutsch besseres Deutsch*. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft
- Sandig, Barbara** (1986): *Stilistik der deutschen Sprache*. Berlin / New York: de Gruyter