

Ekaterina DEMIDKINA (Woronesch)

## **„Honig klebt am längsten“ – semantische Aspekte bei der Darstellung moralisch-ethischer Kategorien in den deutschen Sprichwörtern und Antisprichwörtern**

**Zusammenfassung:** Die Varietät und Veränderlichkeit der sprachlichen Einheiten sind wichtige Merkmale der Sprache, die sich auf verschiedenen Sprachebenen offenbaren, darunter auch bei Parömien. In dem vorliegenden Beitrag möchte ich den Zusammenhang der Repräsentation der moralisch-ethischen Werte von den Sprichwörtern und Antisprichwörtern unter dem semantischen Aspekt betrachten. Es wird ein Versuch unternommen, einerseits relevante Merkmale der moralisch-ethischen Kategorien, die von den deutschen Sprichwörtern repräsentiert werden, zu analysieren, andererseits ihre Transformation (Umdenken und Reinterpretation) in den deutschen Antisprichwörtern festzustellen.

**Schlüsselwörter:** parömiologische Einheiten, Veränderlichkeit der sprachlichen Einheiten, kulturelle Universalien, nationale und kulturelle Spezifik der sprachlichen Einheiten, Antisprichwörter

### **„Miód klei się najdłużej” – aspekty semantyczne w przedstawieniu kategorii moralno-etycznych w przysłowia i antyprzysłowia niemieckich**

**Streszczenie:** Różnorodność i zmienność jednostek językowych to ważne cechy języka, które ujawniają się na różnych jego płaszczyznach, także w przypadku paremii. W niniejszym artykule omówiono związek reprezentacji wartości moralno-etycznych w przysłowia niemieckich i antyprzysłowia pod względem semantycznym. Podjęto próbę przeanalizowania z jednej strony istotnych cech kategorii moralno-etycznych reprezentowanych przez niemieckie przysłowia, z drugiej zaś – określenia ich transformacji (przemyslenia i reinterpretacji) w niemieckich antyprzysłowia.

**Słowa kluczowe:** jednostki paremiologiczne, zmienność jednostek językowych, uniwersalia kulturowe, specyfika narodo-kulturowa jednostek językowych, antyprzysłowia

### **“Honey sticks the longest” – semantic aspects in the presentation of moral-ethical categories in German proverbs and anti-proverbs**

**Abstract:** The variability of linguistic units is an important characteristic of the language, which is manifested at its different levels, including the paremiological foundation of the language. The article

discusses the representation of moral standards in German proverbs and anti-sayings in the semantic aspect. An attempt is made to analyse, on the one hand, the relevant characteristics of moral and ethical categories represented by proverbs of German linguistic culture, and, on the other hand, their refraction (decomposition or reconceptualisation) in the anti-proverbs of German linguistic culture.

**Key words:** paremiological units, variability of linguistic units, cultural universals, national-cultural specificity of linguistic units, anti-proverbs

## 1 Einleitende Bemerkungen

In vielen Studien und Abhandlungen wird es hervorgehoben, dass Parömien oder anders gesagt Folkloretexte wichtige Hauptträger des Nationalbewusstseins sind. Sie widerspiegeln die Weltauffassung von der Ethnie, objektivieren geistige Einstellungen, Besonderheiten des Denkens und Handelns, besondere Arten von linguokulturellen Texten, die von den besonderen semantischen, formellen und funktionalen Merkmalen geprägt sind (SAILER 1996, RÖHRICH 1994, BURGER 1982, PERMJAKOW 1988, MOKIENKO 1989, NASARJAN 1987, DOBROVOL'SKIJ 2004 u.a.).

„Sprichwörter sind allgemein bekannte, festgeprägte Sätze, die eine Lebensregel oder Weisheit in prägnanter, kurzer Form ausdrücken“ (RÖHRICH/MIEDER 1977).

L. Röhrich, W. Mieder, A. Potebnja; L. Permjakow und viele andere betonen die Potenz von Parömien als lehrreiche Bezeichnungen der Lebenssituationen zu fungieren. Das sind alltägliche Lebensregeln, Weisheiten, generalisierende Aussagen, die auch eine bestimmte Formalisierung aufweisen.

Es wurde mehrmals über die Spezifik der Sprichwörter und der sprichwörtlichen Redensarten verschiedener Völker geschrieben, aber sie haben so viel Gemeinsames. Grigorij Permjakow erklärt dies durch 1) ethnische und sprachliche Verwandtschaft 2) Entlehnungen aufgrund der Kontakte auf verschiedenen Ebenen 3) Gemeinsamkeit historischer Erfahrungen. Wie G. Permjakow betont, wenn diese Faktoren fehlen, treten semantische Entsprechungen auf, obwohl den Parömien verschiedener Völker verschiedene Bilder zugrunde liegen, die mit ihren Erfahrungen verbunden sind (PERMJAKOW 1988).

Es ist wichtig auf weitere Besonderheiten dieser sprachlichen Einheiten einzugehen. Eine Voraussetzung für die Entwicklung und für das Funktionieren der sprachlichen Zeichen sind ihre Unveränderlichkeit und Veränderlichkeit. Die Sprache ist eine Erbschaft, die von früheren Generationen übernommen wurde. In diesem Sinne muss sie beständig bleiben. Die Unveränderlichkeit beruht auf der Beständigkeit der Bedeutung des Zeichens. Wenn es nicht beständig bleibt, wird das neue Zeichen entstehen. Die Veränderlichkeit des sprachlichen Zeichens zeigt sich in seiner Form. Das kann ein Mittel der Expressivität sein, die neue expressive Schattierungen des Zeichens aktualisiert (MOKIENKO 1989).

In den Parömien kann man auch die Veränderlichkeit der Form feststellen, d.i. die Varietät der Komponenten und der Struktur der Sprichwörter sowie der sprichwörtlichen Redensarten, was zur Veränderung der Bedeutung der Parömien und die Entstehung neuer sprachlicher Einheiten führt.

In seinen Studien über Sprichwörter und Antisprichwörter kommt W. Mieder zur Schlussfolgerung, dass Antisprichwörter aus notwendiger Lösung neuer Probleme und einer anderen Betrachtungsweise entstehen, die nicht nur auf früher erworbener Erfahrung beruhen, sondern auch unter den neuen Bedingungen aus dem Verzicht auf die anerkannten Stereotype und Einstellungen formuliert werden (MIEDER 1985).

Als eine andere Ursache für die Entstehung der Antisprichwörter wird von den Wissenschaftlern die Expressivität der sprachlichen Einheiten genannt. Mit einem scherzhaften Kommentar, einer witzigen Ergänzung, einer Pointe, einem Wortspiel, die oft in den Antisprichwörtern verwendet werden, wird in einer nicht banalen Form erneute Aufmerksamkeit auf früher gut bekannte Wendungen und Aussagen gezogen, indem sie umgedacht und reinterpretiert werden.

In diesem Beitrag möchte ich mich auf zwei Ausgangspunkte stützen.

1. Übereinstimmungen in der Bedeutung ungeachtet der kulturspezifischen Bilder, Metaphern, beschriebenen Situationen, die zugrunde liegen.
2. Varietät der Parömien als sprachlicher Zeichen

W. DUBICHINSKIJ unterteilt die Antisprichwörter in folgende Gruppen:

- 1) Idiome-Definitionen

*Undank ist der Sünder Lohn*

- 2) Sinnsprüche

*Undank ist der einzige Lohn, bei dem nicht ständig eine Erhöhung verlangt wird*

- 3) Paronymisch-honymische und antonymische Idiome, wo entweder das Paronym oder das Homonym ersetzt wird

*Das beste Ruhekissen ein autoritäres Gewissen*

- 4) Zusammengesetzte Idiome, die aus verschiedenen neu vereinigten Teilen oder kompletten Sprichwörtern gebildet werden

*Der Klügere gibt nach, aber nur einer von jenen, die durch Schaden klug geworden sind*

Zu den Antisprichwörtern zählen auch Wellerismen, die Parömien enthalten: *Durch Schaden wird man klug/ sagen die klugen Leute/ Schaden litt ich genug/ Doch bin ich ein Tor noch heute* (DUBICHINSKIJ: 2010).

## 2 Zu inhaltlichen Schwerpunkten

### 2.1 Semantische Analyse deutscher Sprichwörter

Als Forschungsmaterial wurden Sprichwörter und Antisprichwörter gewählt, die moralisch-ethische Werte repräsentieren, weil sie Hauptträger der moralisch-ethischen Werte sind, die die Grundbasis jeder Kultur bilden. Sie gehören dem Komplex an, der mit moralisch-ethischen Normen korreliert, die die Beziehungen und das Handeln der Menschen in der Gesellschaft regulieren. Die Einhaltung dieser Normen wird von der Meinung der Öffentlichkeit durch die in dieser Gesellschaft angenommenen Vorstellungen von Gerechtigkeit, Gutem und Bösem, Tugenden und Sünden usw. gesichert. Es ist interessant, herauszufinden, ob es formellsprachliche oder semantische Varietäten festzustellen sind (LUKASCHEWA 1989).

Zur Analyse wurden 189 deutsche Sprichwörter aus Sprichwörterlexikon entnommen (BEYER/BEYER 1985).

Es wurden folgende moralisch-ethische Kategorien in den Sprichwörtern analysiert – Begehrlichkeit, Dankbarkeit, Ehre, Ehrlichkeit, Eigenliebe, Fleiß, Freigebigkeit, Frömmigkeit, Freundschaft, Geduld, Gewissen, Gnade, Güte, Hochmut, Lüge, Neid, Untreue, Verzeihung.

Eine der dominierenden Gruppen der analysierten Sprichwörter bilden die Sprichwörter mit dem Begriff *Freundschaft*. Die Sprichwörter enthalten die Definition dieses Begriffs, dabei benutzt man Korrelationen mit verschiedenen Bereichen des menschlichen Lebens. Ziemlich oft werden medizinische Begriffe einbezogen. Das ermöglicht einen Vergleich zwischen einigen wichtigen medizinischen Aspekten und dem Begriff Freundschaft zu ziehen, z.B. Freundschaft genauso wie Medizin ist dazu berufen, dem Menschen das Leben zu verlängern, ihr Unvermögen kann einen Schaden anrichten.

Im Sprichwort *Ein guter Freund, ein guter Arzt* geht es um die Heilwirkung des Freundes, obwohl die Heilmethoden nicht immer angenehm sein können.

Im Rahmen des medizinischen Bereichs wird auch der psycho-physiologischer Aspekt betrachtet. Im Sprichwort *Keine größere Wunde als ein falscher Freund* geht es darum, dass seelische Leiden unter anderem zur Verschlechterung des physiologischen Zustandes führen können.

Die anderen Korrelationen sind aus dem psychologischen und intellektuellen Bereich. Das kann man mit folgendem Sprichwort veranschaulichen *Liebe ist Freundschaft mit Verstand*. Hier handelt es sich darum, dass Freundschaft eine Quintessenz der menschlichen Basiskategorien Liebe und Verstand ist. Bindung, Sympathie zu seinem Nächsten, die nicht nur auf Emotionen beruht, sondern auch auf vernünftigen Bewertungen, tragen einem glücklichen Leben bei.

Die Sprichwörter lassen sich nach den dominierenden Archismen bezüglich der moralisch-ethischen Kategorien differenzieren. Es handelt sich um folgende Bereiche:

1. Realisierungsbedingungen der moralisch-ethischen Kategorien
2. Merkmale der moralisch-ethischen Kategorien
3. Relationen zu anderen Kategorien und Erscheinungen

Laut den festgestellten Archismen, die in der Bedeutung der analysierten Sprichwörter aktualisiert werden, wurden Sprichwörter in drei Grundtypen unterteilt: a) klausale Sprichwörter (vom Lateinischen „clausa“ – „Bedingung“), qualitative Sprichwörter (vom Lateinischen „quälitas“ – „Merkmal“), relative Sprichwörter (vom Lateinischen „relatio“ – „Zurücktragen“ steht für: Relation, eine bestimmte Beziehung zwischen Objekten)

In den klausalen deutschen Sprichwörtern werden die Ursachen des Freundschaftsverlustes genannt. Das sind Geld, Spiel, Glück, Eigenlob.

Geld und Freundschaft – das sind zwei nicht vereinbare Dinge. Vgl.: *Beim Geld hört die Freundschaft auf.*

Habgier wird zu einem wichtigen Hindernis für Freundschaft. Zugleich ziehen reiche Leute viele Quasi-Freunde an. Vgl.: *Ein reicher Mann kennt seine Freunde nicht. Wer Pfennige hat, hat auch Freunde.* Dazu noch wird auch hingewiesen, dass arme Leute keine Freunde haben. Vgl.: *Arme Leute haben keinen Freund.*

Die große Rolle der Freundschaft, ihre große Bedeutung, ihre Dominanz über das Geld wird auch in den Sprichwörtern beschrieben. Die Volksweisheit ermahnt *Besser in der Tasche kein Geld als ohne Freund in dieser Welt.*

Das Spiel ist eine der häufigsten Ursachen, warum Menschen keine Freunde werden. Vgl.: *Im Spiel gibt es keine Freundschaft.* Einerseits gerät der Mensch in Spieleifer. Durch seinen Ehrgeiz verblendet, strebt der Mensch seine Freunde-Konkurrenten zu beseitigen. Andererseits kann das Spiel als falsche Beziehungen betrachtet werden.

Als nächste Ursache des Freundschaftsverlustes wird *Glück* genannt. Wie in einem Sprichwort beschrieben wird, das Glück zieht viele Freunde an, das Unglück schreckt sie ab. Vgl.: *Glück erwirbt Freunde, Unglück bewährt sie.* Die Quasi-Freunde, die aus dem Wunsch, einen fremden Erfolg auszunutzen, verlassen die Leute in Not, weil sie die Belastungsprobe nicht aushalten können. Vgl.: *Wen das Glück verlässt, den verlassen auch die Freunde.*

Das *Eigenlob* ist auch eine Ursache, weswegen die Freundschaft zu Ende geht. Die Konzentration nur auf eigenen Leistungen, Verdiensten, Erfolgen und unverhältnismäßig unverdiente Unaufmerksamkeit zu anderen Leuten führen zum Verlust der Freundschaft. Vgl.: *Wer sich selbst lobt, hat gewiss keinen Freund.*

In den analysierten Sprichwörtern werden nicht nur die Ursachen des Freundschaftsverlustes dargestellt, sondern auch die Ursachen ihres Erwerbs. Eine der Ursachen ist die *Not*. Vgl.: *Die alten Freunde halten in der Not, Ein Freund in der Not ist ein Freund in der Tat, Freunde erkennt man in der Not*. Eine wichtige Bemerkung könnte dazu sein, ein guter Freund hilft ohne Bitte, z.B. *Ein guter Freund kommt ungebeten*.

Die Freundschaft kann nicht augenblicklich entstehen, deswegen ist eine weitere wichtige Bedingung für Freundschaft die *Zeit* oder *die Zeitprobe*.

Im Laufe der Zeit erfahren die Menschen allmählich über einander viel mehr, das erlaubt sich zu nähern und einander besser zu verstehen und beste Freunde zu werden. Nach der Zeitprobe wird die Freundschaft stärker, alte Freunde werden in allen Feuern gehärtet. Vgl.: *Ein alter Freund ist besser als zwei neue*.

Als eine der wichtigsten Bedingungen der Freundschaftsaufbewahrung gilt *Nachsicht* mit den Mängeln oder Fehlern von den Freunden. Irren und Täuschungen sind menschlich. Wenn man sie manchmal nicht außer Acht lässt, wird das kaum zu einem friedlichen, glücklichen Leben führen. Das kann man sowohl als ein philosophisches Verhältnis zum Leben bezeichnen, als auch Pragmatismus dieser Nation. Vgl.: *Bei Freunden muss man ein Auge zudrücken, Der Freundes Mängel soll man kennen, aber nicht nennen*.

Eine bedeutende Bedingung in psychisch-emotionellem Bezug ist *Vertrauen*. Das Leben und Freundschaft sind ohne Vertrauen nicht wegzudenken. Vgl.: *Vertrauen macht Freunde*.

Von großer Bedeutung ist auch *Einverständnis*. Gleiche Einstellungen verschiedener Menschen, ihre gleichen Urteile und Bewertungen können sie zu Gleichgesinnten machen, was eine Voraussetzung einer guten Freundschaft ist. Vgl.: *Gleichgesinnt macht gute Freundschaft*.

Neben den universellen Merkmalen der Freundschaft sind kulturspezifische Elemente festzustellen, z.B. *Keine Mühle ohne Mehl, kein Freund ohne Fehl*. Rhythmisierete Gruppe, der Reim *Mehl – Fehl* verleiht dem Sprichwort kulturspezifische Nebenbedeutung. Dadurch wird kulturspezifische Lebenssituation zugrunde gelegt, die den Alltag illustriert.

Das nächste Beispiel veranschaulicht das Antisprichwort *Man muss erst einen Scheffel Salz mit einem essen, ehe man ihn zum Freunde nimmt*.

Um zu verstehen, ob der Mensch ein echter Freund ist, muss man mit ihm zusammen durch viele Schwierigkeiten gehen, zusammen viel Unangenehmes überwinden. Die in diesem Sprichwort verwendete Maßeinheit *Scheffel* verleiht dem Sprichwort seinen kulturspezifischen Klang. In verschiedenen Kulturen werden in solchen Sprichwörtern verschiedene Maßeinheiten verwendet, im deutschen Sprichwort – „alte deutsche Volumeneinheit für trockene Güter, v. a. für Getrei-

de, Mehl und Früchte. Territorial und zeitlich differierte die Größe des Scheffels erheblich (zwischen etwa 23 l und 222 l)“ (BROCKHAUS 2012).

## 2.2 Semantische Analyse deutscher Antisprichwörter

Den zweiten Teil des Untersuchungsmaterials bilden die Antisprichwörter aus dem Sammelband von W. Mieder „Honig klebt am längsten“. Der Analyse wurden 89 Antisprichwörter unterzogen.

In den deutschen Antisprichwörtern ist eine andere Aufteilung der am häufigsten erwähnten moralisch-ethischen Kategorien festzustellen. Es dominieren solche moralisch-ethische Kategorien wie Lüge, Schaden, Freundschaft, Gewissen, Eigenlob, Undank, Treue, Ehrlichkeit, die eingehender erläutert und uminterpretiert werden.

Was Freundschaft betrifft, dann ist eher eine ironische Bemerkung in Bezug auf Freundschaft festzustellen, die zu viel die Menschen kosten wird. Vgl.: *Freundschaft ist ein teurer Schatz; immer hört man davon sagen, selten rühmt sich einer recht, dass er ihn davon getragen.*

Am meisten sind moralisch-ethische Kategorien mit pejorativer Bewertung „Lüge“ und „Schaden“ festzustellen. Durch ihre Bedeutung ergänzen sie die in den Sprichwörtern gegebene Charakteristika, Vorstellungen von den moralisch-ethischen Kategorien, z.B. Lüge, Eigenlob, Undank, Begehrlichkeit, Neid usw. Sie wurden ausführlicher beschrieben.

L. Kisseljeva und W. Mokienko bemerken in ihren Studien, dass Antisprichwörter in den heutigen Medientexten in Funktion der Pragmeme auftreten. Diese sprachlichen Einheiten sind für die Regulation des menschlichen Handelns bestimmt und widerspiegeln Erscheinungen des emotionell-voluntativen Bereiches der Psyche. Als Pragmeme liefern sie keine neuen Informationen. Sie werden ausschließlich als Mittel der Interpretation gebraucht (KISSEJOWA/MOKIENKO 2017).

Die Entstehung der analysierten Antisprichwörter mit der Komponente *Lüge/Lügen* basiert auf der Transformation des bekannten Sprichwortes, seiner Komponente, seiner Struktur oder seinem Einbezug in andere Wellerismen.

- „Lügen haben kurze Beine“; und lange Arme.
- Wer wirbt, hat kurze Beine, ich hab gar keine.
- Liegen haben kurze Beine. Alte Möbelpackweisheit.
- Lügen haben kurzen Atem.
- Geschichte hat kurze Beine.
- Lügen haben kurze Beine. Nicht wenige gehen deshalb auf Stelzen.

Die Lüge wird mit der Werbung, Produktion, ausgedachten Geschichten verbunden. Am meisten werden in den Antisprichwörtern verschiedene Charakteristika von Lügen genannt, d.h. im Forschungsmaterial mehr qualitative Antisprichwörter festgestellt wurden. Die Lüge kann sich schnell anpassen. Dementsprechend kann man mit Lüge vieles erreichen. Vgl.: „*Lügen haben kurze Beine*“; *und lange Arme*. Auf Grund des kulturspezifischen Bildes der Lüge auf kurzen Beinen, das im Sprichwort *Lügen haben kurze Beine* aktualisiert wird, wird auf Kurzlebendigkeit der Lüge hingewiesen und keine Möglichkeit einer schnellen Verbreitung. In den Antisprichwörtern wird manchmal die Behauptung des Sprichwortes ironisch widerlegt. Dabei werden verschiedene Mittel verwendet, z.B.

- paronymisch-homonymische Komponenten – Vgl.. Beine und Arme in dem Antisprichwort „*Lügen haben kurze Beine*“; *und lange Arme*.
- zusammengesetzte Idiome – Vgl. *Lügen haben kurze Beine. Nicht wenige gehen deshalb auf Stelzen* usw.
- Lebensweisheiten – Vgl.: *Liegen haben kurze Beine. Alte Möbelpackweisheit*

Das nächste Merkmal der Lüge ist ihre schnelle Entlarvung. Vgl.: *Wer wirbt, hat kurze Beine, ich hab gar keine*.

Die Kurzlebendigkeit der Lüge kann auch mit einer anderen physischen Charakteristik veranschaulicht werden. Vgl.: *Lügen haben kurzen Atem*.

In einigen Antisprichwörtern kann nur ein Teil des Sprichwortes „haben kurze Beine“ verwendet werden, der auf Lüge aufweist und zur Charakteristik einer anderen Sache werden, z.B. *Geschichte hat kurze Beine*.

### 3 Fazit

Parömien, die moralisch-ethische Kategorien präsentieren, weisen universelle Merkmale der Kategorien auf, z.B. Freundschaft (*eine Quintessenz der menschlichen Basiskategorien; Geld und Freundschaft – das sind zwei nicht vereinbare Dinge; Quasifreunde* usw.), Lüge (*Kurzlebendigkeit, schnelle Entlarvung und Verbreitung, hohe Anpassungsfähigkeit* usw.) usw. Das erklärt sich durch universelle moralisch-ethische Gesetze, die Tätigkeit der Gesellschaft regulieren. Die Kulturspezifik wird durch metaphorische Bilder (*kurzen Atem, kurze Beine haben*), phonetische sprichwörtliche Reime (*Mehl – Fehl*), kulturspezifische Elemente, wie Maßeinheiten (Scheffel) präsentiert. In den Antisprichwörtern richtet sich die Aufmerksamkeit auf ironische Uminterpretation und Umbesinnung der anerkannten Behauptungen, Festlegungen, Vorschriften. In den Antisprichwörtern wird negative Erfahrung der Regelbefolgung, negative gesellschaftliche Erscheinungen dargestellt, dadurch finden sie eine neue Interpretation und ihren neuen Gebrauch. Obwohl die Antisprichwörter in Sammelbänden veröffentlicht werden,



finden sie nicht immer ihren ständigen Gebrauch im Alltag. Trotzdem kann man sie als eine besondere Auffassung der moralisch-ethischen Kategorien zu bestimmter Zeitperiode betrachten.

## Literatur

- BURGER, Harald (ed.) (1982): *Handbuch der Phraseologie*. Berlin; New York.
- BROCKHAUS, Friedrich/EFRON, Ilja (2012): *Enzyklopädie*, <https://slovar.cc/enc/brokhauz-efron/1686062.html>.
- DOBROVOL'SKIJ, Dmitrij (2004): *Reguljarnaja mnogoznachnost' v sfere idiomatiki* [Reguläre Vieldeutigkeit im Idiomenbereich] // *Sokrovennyje smysly. Slowo. Tekst. Kultura* [Geheime Gedanken. Wort. Text.Kultur]. Moskwa.
- DUBICHINSKIJ, Wladimir (2010): *Ot Fraseologii k antiposlovizam (Metodicheskie konspekty)* [Von Phraseologismen zu Antispruchwörtern (Methodische Hinweise)] // *Russkij jazyk v zentre ewropy* [Russische Sprache im Zentrum Europas], Bratislawa.
- LUKASCHEWA, Elena (1986): *Prawo, moral, lichnost* [Gesetz, Moral, Persönlichkeit]. Moskwa.
- MIEDER, Wolfgang (1992): *Sprichwort – Wahrheit!? Studien zur Geschichte, Bedeutung und Funktion deutscher Sprichwörter*. Frankfurt am Main.
- MOKIENKO, Walerij: (1989): *Slawjanskaja fraseologija* [Slawistische Phraseologie]. Moskwa.
- MOKIENKO, Walerij (ed.) (2017): *Die slawische Phraseologie in den modernen Massenkommunikationsmitteln (Publizistischer Diskurs)*. Kollektivmonografie Slawjanskaja fraseologija w sowremennyh SMI (publizisticheskij diskurs). Kollektivmonografie. Greifswald.
- NASARJAN, Armand: (1987): *Fraseologija sowremennogj francuskogo jazyka* [Phraseologie der französischen Gegenwartssprache]. Moskwa.
- PERMAKOW, Grigorij (1988): *Osnovy strukturnoj paremiologii* [Grundlagen der Strukturparömiologie]. Moskwa.
- RÖHRICH, Lutz (1994): *Lexikon der sprichwörtlichen Redensarten*. Freiburg; Basel; Wien.
- RÖHRICH, Lutz/MIEDER, Wolfgang (1977): *Sprichwort*. Stuttgart.
- SAILER, Johann (1996): *Die Weisheit auf der Gasse oder Sinn und Geist deutscher Sprichwörter*. Frankfurt am Main.

## Quellentexte

- BEYER, Harald/BEYER, Annelies (1985): *Sprichwörterlexikon. Sprichwörter und sprichwörtliche Ausdrücke aus deutschen Sammlungen vom 16. Jahrhundert bis zur Gegenwart*. Leipzig.
- MIEDER, Wolfgang (1985): *Honig klebt am längsten. Das Antispruchwörterbuch*. München.