

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**КАФЕДРА НІМЕЦЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ**

**Кваліфікаційна робота магістра з лінгвістики**

**на тему:**

**«Вербалізація концепту GENUSS лексико-фразеологічними засобами  
сучасної німецької мови»**

<p><i>Допущено до захисту</i> <i>«11» листопада 2021 року</i></p> <p><i>Завідувач кафедри</i> <i>німецької філології</i> _____Гамзюк М.В.</p>	<p>студентки групи МЛнім 54-20 факультету германської філології <b>Спеціальність 035 Філологія</b> <b>Спеціалізація 035.043 Філологія</b> Германські мови та літератури (переклад включно), перша – німецька <b>Освітньо-професійна програма</b> Сучасні філологічні студії (німецька мова і друга іноземна мова): лінгвістика та перекладознавство</p> <p><b>АГАПОВА ДАР'Я СЕРГІЇВНА</b></p>
	<p>Науковий керівник: кандидат філологічних наук, доцент <b>ФОРМАНЮК ОКСАНА ЛЕОНІДІВНА</b></p>
	<p>Національна шкала: _____ Кількість балів: _____ Оцінка ЄКТС: _____ Члени комісії:</p>

NATIONALE LINGUISTISCHE UNIVERSITÄT KYJIW  
LEHRSTUHL FÜR DEUTSCHE PHILOLOGIE

**Qualifizierungsarbeit**

**in Sprachwissenschaft zum Thema:**

*„Die Verbalisierung des Konzepts GENUSS mit lexikalisch-phraseologischen  
Mitteln der modernen deutschen Sprache“*

von der Studentin  
des 2. Studienjahres  
des 2. Masterniveaus  
der Seminargruppe MLnim 54-20

**Daria AGAPOWA**

Wissenschaftliche Betreuerin:

Doz., Dr. **Oksana FORMANJUK**

Nationale Bewertungsskala \_\_\_\_\_

Punktzahl \_\_\_\_\_

EKTS-Note \_\_\_\_\_

**Kommissionsmitglieder:**

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

## INHALT

EINLEITUNG .....	3
KAPITEL I. THEORETISCHE GRUNDLAGEN DER FORSCHUNG DES KONZEPTE GENUSS IN DER SPRACHWISSENSCHAFT.....	6
1.1. Konzept als wichtiger Begriff der kognitiven Linguistik und der Linguokulturologie.....	6
1.1.1 Weltbild als Wissen und Erfahrung des Volkes.....	6
1.1.2 Der Begriff „Konzept“.....	12
1.2. Entwicklung des Konzeptes GENUSS in der deutschen Sprache und Kultur.....	21
1.2.1 Sozialkulturelle Darstellung des Konzepts GENUSS.....	27
1.2.2 Psychologische Deutung des Konzepts GENUSS.....	29
Schlussfolgerungen zum Kapitel 1.....	30
KAPITEL II. SPRACHLICHE MITTEL ZUR REPRÄSENTATION DES KONZEPTE GENUSS IN DER DEUTSCHEN SPRACHE.....	33
2.1. Lexikalische Mittel der Repräsentation des Konzepts GENUSS.....	33
2.2. Phraseologische Mittel der Repräsentation des Konzepts GENUSS.....	43
Schlussfolgerungen zum Kapitel 2.....	52
KAPITEL III. WIEDERGABE DER PHRASEOLOGISMEN MIT DER BEDEUTUNGSKOMPONENTE GENUSS INS UKRAINISCHE.....	55
3.1. Besonderheiten beim Übersetzen von Phraseologismen.....	55
3.2. Ukrainische Entsprechungen der deutschen phraseologischen Einheiten mit der Bedeutungskomponente „Genuss“.....	67
Schlussfolgerungen zum Kapitel 3.....	75
ZUSAMMENFASSENDE SCHLUSSFOLGERUNGEN.....	78
PE3IOME.....	83
RESÜMEE.....	84
LITERATURVERZEICHNIS.....	85
ANHANG.....	90

## EINLEITUNG

Die Qualifizierungsarbeit ist der Verbalisierung des Konzepts GENUSS mit den lexikalisch-phraseologischen Mitteln der deutschen Sprache gewidmet.

Das Phänomen Genuss war schon immer und ist das Objekt vieler linguistischer Untersuchungen. In den letzten Jahrzehnten sind viele linguistische Arbeiten dem Konzept GENUSS am Material verschiedener Sprachen gewidmet. Das Konzept GENUSS wird als positive Sinnesempfindung betrachtet, die mit körperlichem und/oder geistigem Wohlbehagen verbunden ist. In der Linguokulturlogie ist das Linguokonzept ziemlich unbestimmt, obwohl es viele Untersuchungen angestellt werden, die das Konzept erforschen. Jeder Sprachwissenschaftler hat seine eigene Vorstellung dieses Begriffs.

Das Problem der Sprache und Kultur nimmt einen wichtigen Platz in den wissenschaftlichen Arbeiten vieler ukrainischer und ausländischer Linguisten, z. B., in den Arbeiten von D. Likhachew, V. Telija, W. Karasik, E.M.Werestschjagin, W.G. Kostomarow, J.M. Lotmann, G.W. Tokarew, W.A. Maslova, I. Sternin. Linguokultureller Ansatz zum Verständnis des Linguokonzepts besteht darin, dass das Konzept als Grundeinheit der Kultur anerkannt wird. Es ist ein „Konzentrat“ der Kultur. Das Volk formuliert die Linguokonzepte und sie haben einen individuellen oder national-kulturellen Charakter. Die Linguokonzepte stellen universelle Kulturkategorien; soziale Kulturkategorien; Kategorien der nationalen Kultur; ethische Kategorien; mythologische Kategorien dar. Die Forschung der Konzepte einer bestimmten ethnischen Gruppe ermöglicht es, die Besonderheiten ihrer Kultur und Mentalität zu erklären und zu bearbeiten.

Die Aktualität der Untersuchung diktiert die Notwendigkeit, die Besonderheiten der Verbalisierung von mentalen Prozessen und Weltanschauungen, die mit ihrem Verständnis verbunden sind, im Rahmen des kognitiven Verfahrens zur Untersuchung des lexikalischen Bestandes der deutschen Sprache zu bestimmen. Die linguokulturelle Forschung von Konzepten ist eine der wichtigsten Richtungen in der modernen Sprachwissenschaft.

*Die Aktualität* der Arbeit ist durch das konstante Interesse der Kognitionswissenschaftler für die Welt eines Menschen und ihrer sprachlichen Verkörperung bedingt. Die kognitionswissenschaftliche Forschung bietet viele Gründe für die Bestimmung des linguokognitiven Repräsentationsvektors der philosophischen und psychologischen Kategorie GENUSS im Weltbild des deutschen Volkes. Obwohl Genuss ein wichtiger Begriff im Leben des modernen Menschen ist, sind aber die Struktur des Konzeptes und die lexikalischen Möglichkeiten für die Bezeichnung des Konzepts GENUSS ungenügend geklärt. Die Verbalisierung dieses Konzepts mit lexikalisch-phraseologischen Mitteln der deutschen Sprache soll ausreichend erforscht werden.

*Das Objekt* der Arbeit ist das Konzept GENUSS im deutschsprachigen Raum.

*Der Gegenstand* der Arbeit sind lexikalisch-phraseologische Mittel zur Verbalisierung des Konzepts GENUSS in der deutschen Sprache.

*Das Ziel* der Untersuchung besteht im Erforschen und in der Analyse von lexikalischen und phraseologischen Einheiten der deutschen Sprache, die das Konzept GENUSS verbalisieren.

Aus dem Ziel ergeben sich die folgenden *Aufgaben*:

- den Begriff Konzept/Linguokonzept zu definieren und seine Rolle in den linguistischen Untersuchungen zu bestimmen;
- die Struktur und die Typen der Linguokonzepte zu beschreiben;
- das Phänomen Genuss als philosophische und psychologische Kategorie zu erläutern;
- lexikographische und phraseologische Quellen zu analysieren, um die Mittel zur Verbalisierung von Konzept GENUSS auszusortieren;
- die Lexeme und Phraseologismen zu analysieren, die das erforschte Konzept verbalisieren;
- die Übersetzungsverfahren von Phraseologismen zu präsentieren;
- die ukrainischen Äquivalente für die ausgesuchten Phraseologismen zu finden;
- zu ermitteln, wie das Wort „Genuss“ ins Ukrainische übersetzt wird;

- die Unterschiede in den Vorstellungen der Deutschen und der Ukrainer über den Genuss aufzudecken.

Für die Lösung der gestellten Aufgaben werden solche Methoden der wissenschaftlichen Forschung verwendet wie Induktion, Deduktion, Analyse und Synthese, um die theoretisch-methodologischen Untersuchungsbasis zu bilden, die Informationen zu systematisieren und zusammenzufassen. Die Hauptmethode der Untersuchung des Sprachmaterials ist die Konzeptanalyse, die die kognitivsemantische Analyse der lexikalischen und phraseologischen Einheiten und die lexikographische Beschreibung der lexikalischen Einheiten beinhaltet, um die gesamtnationalen und spezifischen Komponenten des Konzepts auf der sprachlichen Ebene zu bestimmen. Außerdem werden das Auswahlverfahren und die Komponentenanalyse benutzt, um die Seme der lexikalischen und phraseologischen Einheiten auszusondern, sowie die phraseologische Analyse für die Interpretation der phraseologischen Nomination des Konzepts GENUSS.

*Theoretischer Wert* der Qualifizierungsarbeit besteht darin, dass deren Ergebnisse zur Erweiterung der Erkenntnisse in Lexikologie, Lexikographie, Sprachwissenschaft und Phraseologie beitragen.

*Praktischer Wert* der Qualifizierungsarbeit wird durch ihren Beitrag auf solchen Gebieten der Germanistik wie Lexikologie, Phraseologie und Stilistik bestimmt. Die Ergebnisse können in den Seminaren und praktischen Stunden in den genannten Fächer benutzt werden.

Die Ergebnisse der Untersuchung wurden in Form eines Vortrags bei der Internationalen wissenschaftlich-praktischen Konferenz „Ad orbem per linguas. Durch Sprachen in die Welt“ (KNLU, 13.05.2021) approbiert.

# **KAPITEL I. THEORETISCHE GRUNDLAGEN DER FORSCHUNG DES KONZEPTE GENUSS IN DER SPRACHWISSENSCHAFT**

## **1.1. Konzept als wichtiger Begriff der kognitiven Linguistik und der Linguokulturologie**

### **1.1.1 Weltbild als Wissen und Erfahrung des Volkes**

Sprache ist eine Welt, die nicht nur mit äußeren Phänomenen, sondern auch mit der inneren Welt eines Menschen verbunden ist. Die menschliche Sprachaktivität basiert auf der Kenntnis der sprachlichen Vision der Welt. Es ist sehr wichtig, den Begriff des Weltbildes in den Sprach- und Kulturwissenschaften zu definieren, die diesen Begriff in stärkerem Maße als andere Wissenschaften verwenden.

Das Weltbild ist ein geordnetes Wissen über die Wirklichkeit, die sich im gesellschaftlichen (Gruppen-, Individual-) Bewusstsein gebildet hat. Dank des Weltbildes kann man die Weltanschauungen eines Menschen oder einer ganzen Nation beobachten. Das Weltbild in der Sprache enthält die universellen und spezifischen Teile, während „der spezifische Teil des Weltbildes mit nominativen Besonderheiten von Objekten, Bewertung von Objekten, unterschiedlichen Kombinatoren von Werten verbunden ist“ (Попова&Стернин, 2007, ст.7).

Das Weltbild ist von nationalen und kulturellen Besonderheiten geprägt, daher entsteht es unter dem Einfluss historischer Ereignisse, geographischer Bedingungen und ethnopsychologischer Besonderheiten.

Es gibt einen grundsätzlichen Unterschied zwischen zwei Arten des Weltbilds: Das unmittelbare und das mittelbare Weltbild. Das unmittelbare Weltbild ist ein Bild, das durch direkte Erkenntnis der umgebenden Wirklichkeit gewonnen wird. Die Erkenntnis erfolgt sowohl mit Hilfe der Sinne als auch mit Hilfe des abstrakten Denkens. Das mittelbare Weltbild ist das Ergebnis der Fixierung der Konzeptosphäre mit sekundären Zeichensystemen, die unmittelbares Weltbild materialisieren, z. B. sprachliches Weltbild (Телия, 1998).

Die Definition des sprachlichen Weltbildes wird von dem deutschen Sprachwissenschaftler Leo Weisberger eingeführt. Jede Sprache enthält eine besondere Weltanschauung. Sprachliche Darstellung der Welt ist sprachliches Denken. Die

Repräsentation der Welt ist eine Besinnung der Welt und sie ist sprachlicher Natur. Das sprachliche Weltbild wird in Form miteinander verbundener Werturteile rekonstruiert, die mit rechtlichen, religiösen, moralischen Codes, typischer Folklore und bekannten literarischen Handlungen korrelieren. Nach dem anthropozentrischen Prinzip werden Assoziationen im Weltbild objektiviert (Телия, 1998).

Das sprachliche Weltbild kann als naives Weltbild bezeichnet werden, weil es sich vom „wissenschaftlichen“ Bild unterscheidet. Das sprachliche Weltbild ist mit besonderen Weltbildern (chemischem, physikalischem) nicht verbunden. Das sprachliche Bild ist eine Basis für das wissenschaftliche Weltbild. Das sprachliche Weltbild konstruiert das wissenschaftliche Weltbild. Das sprachliche Weltbild ergänzt die objektive Erkenntnis der Wirklichkeit, aber es kann sie verfälschen. Das naive Weltbild hat einen vorwissenschaftlichen Charakter und wird mit alltäglichem menschlichen Denken gebildet, das nicht tief in die Basis von Gegenständen und Phänomenen eindringen kann (Кузнецов, 2000).

Das naive Weltbild behält archaische Vorstellungen, z. B. die Sonne geht auf, die Sonne geht unter (Серебрянников, 1998). Naive Vorstellungen sind nicht primitiv und sie sind genauso komplex und interessant wie wissenschaftliche Vorstellungen. In einem naiven sprachlichen Weltbild ist es möglich, die Konzepte zu erweitern. Das Wort „Herz“ bedeutet in Redewendungen nicht nur das Kreislauforgan, sondern auch das „Zentrum der Gefühlsregungen“. Das naive Weltbild, in dem die objektive Wahrnehmungsweise vorherrscht, hat interpretatorischen Charakter.

Im sprachlichen Weltbild gibt es objektive und subjektive Momente der Reflexion der Welt. Die Beschreibung des sprachlichen Weltbildes umfasst die Beschreibung der Wirklichkeitsteilung, die sich in sprachlichen Paradigmen widerspiegelt (lexikosemantische und lexikophraseologische Gruppen und Felder); die Beschreibung der nationalen Besonderheiten der Bedeutungen sprachlicher Einheiten; Identifizierung fehlender Einheiten (Lücken) im Sprachsystem; Identifizierung endemischer (nicht gleichwertiger) Einheiten in einer bestimmten Sprache.

Das anthropozentrische Prinzip ist sehr wichtig, um ein Weltbild zu schaffen. Dieses Prinzip ist für die Konstruktion von Stereotypen verantwortlich, die die



Orientierungspunkte sind. Das sprachliche Weltbild entsteht durch die Farben des sogenannten konkreten Vokabulars und die Objektivierung von Bedeutungen sowie durch die Verwendung syntaktischer Konstruktionen, die zunächst die Beziehung zwischen Elementen der objektiv wahrgenommenen Wirklichkeit widerspiegeln. Das sprachliche Weltbild wirkt sich am unmittelbarsten auf den inhaltlichen Aspekt der Darstellung der Wirklichkeit aus. Das Weltbild sollte in keiner Weise eine Kurzaufzeichnung des Wissens über die Welt sein. Es ist kein Spiegelbild der Welt. Jeder Mensch interpretiert die Welt auf verschiedene Weise (Карасик, 2002).

Das sprachliche Weltbild ist ein unvermeidliches Produkt des „Bewusstseins“ für das Denken und die sprachliche Aktivität, die sich aus dem Zusammenwirken von Denken, Wirklichkeit und Sprache ergibt, um Gedanken über die Welt in Kommunikationsakten auszudrücken. Das sprachliche Weltbild legt nahe, dass die verbal-linguistischen und figurativen Assoziationen und technischen Mittel der Sprache, die bei der Bildung von Konzepten verwendet werden, nicht spurlos verschwinden, sondern diese Konzepte eine sprachliche Färbung verleihen. Das sprachliche Weltbild wird in all jenen Bereichen der Darstellung und Bezeichnung der Wirklichkeit verwirklicht, in denen die bereits in der Sprache vorhandenen Mittel zur Bildung neuer Konzepte verwendet wurden (Телия, 1998).

Im sprachlichen Weltbild wird das nationale und kulturelle Erbe in Form von Zeichen, Überzeugungen festgehalten. Das Weltbild ist ein gemeinsames kulturelles Erbe der Nation. Es ist strukturiert und mehrstufig. Es ist das sprachliche Weltbild, das das Kommunikationsverhalten, das Verständnis der Außenwelt und der Innenwelt eines Menschen bestimmt (Маслова, 2001).

Das Individuum hat seine eigenen Konzepte von Wohlstand, Wohlbefinden, Schönheit, Glück, Liebe, Freundschaft und es hat die Illusion, dass das Leben im Allgemeinen so funktioniert. Das sprachliche Weltbild basiert auf den Besonderheiten des Lebens und Arbeitserfahrung jeder Nation. In der Sprache ist die ganze Vielfalt der kreativen kognitiven Aktivität eines Menschen (soziale und individuelle) festgelegt. Darüber hinaus wählt er eine der unzähligen Eigenschaften von Objekten und Phänomenen und deren Verbindungen (Кольшанский, 2013).

Neben dem sprachlichen Weltbild gibt es ein wertbezogenes Weltbild. Das wertbezogene Weltbild in der Sprache besteht aus einem allgemeinmenschlichen und spezifischen Teil. Spezifischer Teil des Weltbildes ist durch Qualifikationen von Objekten und Kombinatorik von Werten gekennzeichnet. Das wertbezogene Weltbild in der Sprache wird in Form von Werturteilen rekonstruiert (Корнилов, 2003).

Das wertbezogene Weltbild weist auf die Werteparadigmen der entsprechenden Kultur hin. Im wertbezogenen Weltbild werden die bedeutendsten Kulturbedeutungen und kulturellen Dominanten dargestellt. Sie bilden eine bestimmte Art von Kultur, die in der Sprache unterstützt und bewahrt wird. Diese Kulturbedeutungen können als Kulturkonstanten bezeichnet werden. Aus der Sicht der Besonderheiten des deutschen Weltbildes sind die Kulturkonzepte relevant, die andere Nationen traditionell mit der deutschen Kultur assoziieren. Dieses Bild darf nicht mit der eigenen Meinung der Deutschen über sich selbst stimmen, deshalb ist es eine Abstraktion (Степанов, 2007).

Das konzeptuelle Weltbild ist weiter und reicher an Bedeutungen als das sprachliche Weltbild. Das sprachliche Weltbild wird durch Gesetze der Sprache geleitet und das konzeptuelle Weltbild orientiert sich an den Gesetzen der physischen Welt. Das Weltbild kann durch räumliche (rechts – links, West – Ost), zeitliche (Tag – Nacht, Sommer – Winter), quantitative, ethnische und andere Parameter dargestellt werden (Постовалова, 1998).

Das bestimmende Element für das sprachliche Weltbild ist das semantische Feld. Für das konzeptuelle Weltbild sind Bewusstseinskonstanten wichtig. Das konzeptuelle Weltbild ist ein Informationssystem über Objekte, die in praktischen Tätigkeiten des Individuums präsentiert sind. Das konzeptuelle Weltbild ist ein grundlegendes kognitives Element der Mentalität. Durch die Assimilation der umgebenden Welt wird das Wissen auf bestimmte Gruppen verteilt und es bildet eine kognitive Basis. Informationsträger sammeln Erfahrungen und transformieren sie in bestimmte Konzepte, die logisch miteinander verbunden sind. Sie bilden ein konzeptuelles System. Es wird von Menschen ständig konstruiert, modifiziert und spezifiziert (Телия, 1998).

Im Prozess der Konzeptualisierung der Realität, die auf bestimmten Modellen, Kategorien und Stereotypen einer bestimmten Sprache basiert, wird das konzeptuelle Weltbild konstruiert. Das konzeptuelle Weltbild wird durch Hintergrundwissen, ethnokulturelles, soziales Umfeld und alle Werterfahrungen bestimmt, die von dieser sprachkulturellen Gemeinschaft angesammelt und von Generation zu Generation weitergegeben werden (Колесов, 2002).

Das konzeptuelle Weltbild kann für verschiedene Menschen unterschiedlich sein. Die Vertreter verschiedener Epochen, verschiedener sozialer Altersgruppen, verschiedener wissenschaftlicher Wissensbereiche können verschiedene Vorstellungen über die Welt haben. Die Menschen, die verschiedene Sprachen sprechen, können ein enges konzeptuelles Weltbild haben. Die Menschen, die dieselbe Sprache sprechen, können ein anderes Weltbild konstruieren. Im konzeptuellen Weltbild wirken das Universelle, Nationale und Persönliche zusammen (Постовалова, 1998).

Auf der Grundlage der Interpretation der erhaltenen Informationen wird das konzeptuelle Weltbild gebildet, das die individuellen und kollektiven Erfahrungen einschließt. Das konzeptuelle Weltbild findet seinen Ausdruck im sprachlichen Weltbild, das mit der Benennung der Hauptelemente der Konzeptosphäre und ihrer sprachlichen Explikation verbunden ist (Кольшанский, 2013).

Das wissenschaftliche Weltbild wird als „ein ganzheitliches Bild der wissenschaftlichen Forschung mit ihren wichtigsten systemischen und strukturellen Merkmalen. Sie wird durch fundamentale Konzepte und Prinzipien der Wissenschaft in jeder Phase ihrer historischen Entwicklung gebildet. Es systematisiert wissenschaftliche Information und kombiniert sie. Dieses Bild objektiviert wissenschaftliche Information und Forschungseinrichtungen. Das wissenschaftliche Weltbild besteht aus Wissen über die Themen der untersuchten Sphäre, die in der Sicht der Wissenschaft liegen. Das wissenschaftliche Weltbild zeichnet sich durch die philosophische Umformung der Kategorien der Wissenschaft in Grundbegriffe und das Fehlen von Erkenntnisgewinnung und -bestreitung aus. Es beschränkt sich auf philosophische Prinzipien nicht (Кубрякова, 1999).

Das nationale Weltbild ist ein ganzheitliches Modell einer bestimmten Kultur und eine bestimmte Invariante, die sich durch wissenschaftliche, religiöse, künstlerische Besonderheiten manifestiert. Die Konzepte des nationalen Weltbildes und des sprachlichen Weltbildes sind verschieden. Im nationalen Weltbild wird das objektive Bild dargestellt und es ändert sich entsprechend dem Wachstum der wissenschaftlichen Erkenntnisse. Das sprachliche Weltbild ist stabil und der Umfang der wissenschaftlichen Erkenntnisse ändert nichts daran. Es hängt von soziokulturellen Faktoren ab (Маслова, 2001).

Die Bildung eines nationalen Weltbildes ist ein direktes Ergebnis der Akkumulationsfunktion der Sprache. Das nationale Weltbild ist eine allgemeine, stabile, sich in den Weltbildern einzelner Volksvertreter wiederholende Erkenntnis der Welt. Das nationale Weltbild ist eine Art der Abstraktion, sowie eine kognitiv-psychologische Realität, die sich in der mentalen, kognitiven Aktivität der Menschen wiederfindet. Das nationale Weltbild ist eine nationale Konzeptosphäre, die mit einer nationalen Mentalität verbunden ist. Das kulturelle Erbe von einem Volk beeinflusst die Sprache und die Sprache beeinflusst die Kultur (Тапасова, 2014).

Das nationale Weltbild ist ein Gruppenbild der Welt. Es gilt nicht nur für ein bestimmtes Individuum, aber für eine bestimmte Gruppe von Menschen, die durch nationales Merkmal vereint ist. Das individuelle Weltbild ist ein Produkt des Bewusstseins von einem Individuum und es ist eine Reihe von stabilen Elementen, da es einerseits auf kollektives (nationales) Weltbild basiert und andererseits ist konkretisiert und lässt sich im Lauf des Lebens ergänzen. Das nationale Weltbild findet sich in der Einheitlichkeit des Verhaltens der Menschen in stereotypen Situationen, in allgemeinen Vorstellungen der Menschen, in Aussagen, in Urteilen über die Realität, Sprichwörtern, Parämien und Aphorismen. Individuelles menschliches Bewusstsein ist eine Projektion des gesellschaftlichen Bewusstseins, aber Bilder des individuellen Bewusstseins können als Bestandteile des öffentlichen Bewusstseins bezeichnet werden (Попова&Стернин, 2007).

In jedem nationalen Weltbild kann man seine eigenen linguokulturellen Konzepte unterscheiden. Auf diese Weise können Assoziationen, Emotionen,

Bewertungen, nationale Bilder und Konnotationen bestimmt werden. Ein bestimmtes Weltbild zeigt, zu welcher kulturellen Gemeinschaft eine Person gehört. Linguokulturelle Konzepte haben kulturelle Bedeutung und werden in Sprache ausgedrückt (Шурыгина, 2014). Dank des Weltbildes kann man in die kulturelle und historische Schicht des mentalen und lingualen Komplexes eindringen. Jedes Weltbild hat seine eigenen grundlegenden Konzepte für das Bewusstsein der Nation (Степанов, 2001).

Daher spielt die Analyse des nationalen Weltbildes eine wichtige Rolle bei der Untersuchung der Weltanschauung eines bestimmten Volkes. Die Merkmale einer bestimmten Sprache bilden kein separates und unabhängiges Weltbild, sondern geben der Wahrnehmung von Phänomenen nur ein bestimmtes Kolorit, das einem bestimmten Volk kulturell nahe steht (Карасик, 2002).

### **1.1.2 Der Begriff „Konzept“**

Der Begriff „Konzept“ wird als Zentralbegriff der Linguokulturologie bezeichnet. Der Begriff „Konzept“ durchläuft seit Anfang der 90er Jahre des 20. Jahrhunderts die Ära der „sprachlichen Renaissance“. Die Linguisten D.S. Likhachew und J. S. Stepanow haben diesen Begriff erklärt. Die schnelle Globalisierung hat die Entwicklung dieser Richtung beschleunigt. Den theoretischen Grund der Linguokulturologie machen die Arbeiten von folgenden Wissenschaftlern: H. Steintal, W. von Humboldt, A.A. Potebnja, R. Jackendoff, E.M. Werestschjagin, W.G. Kostomarow, J.M. Lotmann, N.I. Tolstoi u.a. G.W. Tokarew, W.A. Maslowa, E.I. Sinowjeva haben versucht, „Konzept“ zu definieren und seine Aufgabe zu bestimmen.

Die Linguokulturologie ist der jüngste Zweig der Ethnolinguistik. Sie untersucht und beschreibt die Sprache-Kultur-Beziehung, Sprache-Ethnos-Beziehung, Sprache-Mentalität-Beziehung. Dieser Teilbereich kann durch die Triade „Sprache, Kultur, menschliche Persönlichkeit“ definiert werden. Mit Hilfe der Linguokulturologie kann man die materielle und spirituelle Identität einer ethnischen Gruppe erkennen, deshalb ist das anthropozentrische Sprachparadigma ein wichtiger Forschungspunkt der Linguokulturologie (Воркачев, 1997).

Die Linguokulturologie basiert auf der kumulativen Funktion der Sprache: Wenn eine Sprache und ihre einzelnen Einheiten als Mittel zur Akkumulation und Speicherung kulturell bedeutsamer Informationen dienen können, können sie daher als „Wissensspeicher“ bezeichnet werden. Mit der Linguokulturologie wird die Theorie der Volksstereotypen entwickelt und mit kognitiven Methoden untersucht. Darüber hinaus werden Prototypentheorie und konzeptuelle Analyse entwickelt, um die kulturelle Semantik von Wörtern zu untersuchen (Телия, 1998).

In der Linguokulturologie wird das Konzept als Haupteinheit der Kultur bestimmt. Die Grundlage des kategorialen Apparats der Linguokulturologie sind die Begriffe „sprachliche Persönlichkeit“ und „Konzept“. Das Wort „Konzept“ in der proterminologischen Funktion wird in der russischen linguistischen Literatur seit Anfang der 90er Jahre aktiv verwendet. Das Konzept enthält neben der Sachbeziehung alle kommunikativ wichtigen Informationen. Die semantische Komponente des Konzepts enthält auch alle pragmatischen Informationen des sprachlichen Zeichens, die mit seinen Ausdrucks- und Illokutionsfunktionen verbunden sind, die durchaus mit der „Erfahrung“ und der „Intensität“ von spirituellen Werten übereinstimmt. Eine weitere höchstwahrscheinliche Komponente der Semantik eines sprachlichen Konzepts ist das kognitive Gedächtnis eines Wortes, d.h. die semantischen Merkmale eines sprachlichen Zeichens, das mit seinem ursprünglichen Zweck und dem System der spirituellen Werte von Sprachträgern verbunden ist (Караулов, 2009).

Die Haupteinheit der Linguokulturologie ist das Kulturkonzept. Einige Wissenschaftler (S. G. Workachev, V. I. Karassyk) haben einen neuen Begriff eingeführt – „das linguokulturelle Konzept“. Das linguokulturelle Konzept als „Bündel“ ethnokulturell markierter Bedeutung hat seine eigene Bezeichnung, die mit der Dominanz einer bestimmten Synonymreihe oder mit dem Kern eines bestimmten lexikosemantischen Feldes zusammenfällt. Sprachkulturelle Konzepte werden als mentale Konstruktionen erkannt, die durch sprachkulturelle Besonderheiten objektiviert sind. Sie beziehen sich auf den Ausdrucksplan des lexikalisch-semantischen Paradigmas (Карасик, 2002).

Das Konzept als „Einheit des kollektiven Wissens“ hat einen sprachlichen Ausdruck und ist durch ethnokulturelle Spezifität gekennzeichnet (Воркачев, 1997). Wenn die mentale Konstruktion keine ethnokulturelle Spezifität aufweist, gilt sie nach Ansicht des Wissenschaftlers für Konzepte nicht. Das linguokulturelle Konzept unterscheidet sich von anderen mentalen Einheiten durch die Hervorhebung des Wertelements. Das Zentrum des Konzepts ist ein Wert, da das Konzept der Forschung der Kultur dient. Die Kultur basiert auf den Wertprinzipien. Das Konzept ist eine multidimensionale semantische Bildung, in der wertbezogene, figurative und konzeptuelle Aspekte verbunden sind. Figurative Seite des Konzepts bedeutet, dass das Konzept visuelle, akustische, taktile Eigenschaften von Gegenständen darstellt. Konzeptuelle Seite des Konzepts ist die sprachliche Fixierung, seine Bezeichnung, Beschreibung und kontrastive Eigenheiten. Wertbezogene Seite des Konzepts ist die Bedeutung dieser mentalen Bildung für das Individuum und Gemeinschaft (Попова&Стернин, 2007).

Linguokultureller Ansatz zum Verständnis des Linguokonzepts besteht darin, dass das Konzept als Grundeinheit der Kultur anerkannt wird. Es ist ein „Konzentrat“ der Kultur (Маслова, 2001). Das Kulturkonzept umfasst die ursprüngliche Form (Etymologie), die mit modernen Assoziationen und Bewertungen verbunden ist. In der Linguokulturologie sind die Mehrdimensionalität und diskrete Bedeutungsintegrität für das Konzept wichtig. In kulturellen Konzepten werden mindestens drei Seiten unterschieden: Bild, Begriff und Wert. Die Kulturkonzepte sind ein heterogenes Phänomen, weil Individual-, Gruppen- und Klassenkonzepte verschiedenen sozialen Schichten der Gesellschaft angehören können. Daher gibt es drei Arten von Kulturkonzepten: ethnokulturelle, soziokulturelle und individuell-kulturelle. Es gibt mentale Formationen, die für die Ethnokultur und für eine bestimmte Gruppe im Rahmen einer gegebenen Sprachkultur und schließlich für ein Individuum relevant sind. Das Kulturkonzept kann als Teil des nicht gleichwertigen Vokabulars bezeichnet werden (Ляпин, 1977).

Soziokulturelle Konzepte sind heterogen. Sie identifizieren Alter, Geschlecht, Bildungs-, Klassenmerkmale, Interesse, Familie. In der ukrainischen Kultur hat das

Konzept „Mitleid“ eine andere Bedeutung als in der englischen Kultur. Bei älteren Menschen in der ukrainischen Kultur haben das Konzept „Liebe“ und „Mitleid“ eine Verbindung. In der englischen Kultur ist das Konzept „Mitleid“ mit der Demütigung verbunden (Аскольдов, 1997).

Individuelle Konzepte sind die Konzepte, die einen bestimmten Persönlichkeitspsychotyp bestimmen. Für manche Menschen spielen Frieden, Seelenfrieden eine wichtige Rolle und für andere sind Kampf, Abenteuer, Risiko relevant. Individuelle Konzepte können sowohl soziokulturell als auch ethnokulturell sein, aber sie können im kollektiven Sprachbewusstsein verschwinden (Алефиренко, 2002, S. 18).

In der Linguokulturologie ist das Kulturkonzept eine kulturelle Bildung, die in verschiedenen Sphären (konzeptuellen, figurativen und alltäglichen) des Menschen ausgeprägt ist. Es gibt situative und ethnospezifische Konzepte, z.B. das Konzept „Stern“ hat verschiedene Definition in den konzeptuellen und alltäglichen Sphären (Караулов, 2009, S. 70).

Kulturelle Konzepte können eine direkte sprachliche Projektion haben. Einige kulturelle Konzepte, die mit Tastempfindungen, Geschmacksempfindungen und Geruchsempfindungen verbunden sind, haben keine direkte sprachliche Projektion.

Die Kultur bestimmt die Konzepte im Bewusstsein des Menschen. Die Klassifikation von M.V. Pimenova umfasst Bilder, Ideen und Symbole sowie Konzepte der Kultur. Diese Konzepte sind in folgende Gruppen unterteilt: universelle Kulturkategorien (Zeit, Raum, Quantität, Qualität); soziale Kulturkategorien (Freiheit, Arbeit, Eigentum); Kategorien der nationalen Kultur (Wille, Ehre, Seele, Geist); ethische Kategorien (Wahrheit, Pflicht); mythologische Kategorien (Schutzengel, Hausgeist). In der Linguokulturologie ist es üblich, die Begriffe „Kulturkonzept“, „Konzept des sprachlichen Weltbildes“, „Nationalkonzept“, „kulturelle Dominante“ zu verwenden (Пименова, 2011).

Kulturelle Konzepte sind in autochthone und universelle Konzepte unterteilt. Universelle Konzepte sind von den Bedeutungen ihrer sprachlichen Ausdrücke abstrahiert. Sie enthalten ethnokulturelle Seme. Universelle Konzepte sind von



Sprachrealisierungen abstrahiert. Autochthone Konzepte umfassen zwei Arten von Konzepten: monoglossische (intralinguale) und polyglossische Konzepte. Polyglossische Konzepte sind von lexikalischen Einheiten unterschiedlicher Sprachen abstrahiert (Степанов, 2007).

V. Maslova fügt noch eine Klassifikation von Konzepten hinzu – die Kategorien der nationalen Kulturen: Frieden (Heimat, Winternacht); Gedichte und Natur (Wasser, Feuer, Blumen); moralische Konzepte (Wahrheit, Schande); Menschenbild (Genie, ein Narr in Christo); soziale Konzepte und Beziehungen (Krieg, Freiheit); emotionale Konzepte (Freude, Trauer); Welt der Artefakte (Tempel) usw. Die Linguistin erweitert diese Klassifikation und betrachtet kulturspezifische Konzepte, z.B. Kartoffel (S. 103-104).

Die aktive Forschung kultureller Konzepte ist mit der allgemeinen anthropozentrischen Ausrichtung des wissenschaftlichen Paradigmas verbunden. Sie stellt universelle Grundlagen im naiven Weltbild des menschlichen Bewusstseins fest. Kulturelle Konzepte „erfüllen die Funktion von Vermittler zwischen dem Menschen und der Realität, in der er lebt“ (Арутюнова, 1999, S. 11).

Kulturelle Konzepte fungieren als Haupteinheiten der Wertsphäre der Sprachmentalität und leiten das Selbstbewusstsein der Menschen im Prozess der spirituellen Entwicklung der Welt. Sie können nach den Werten in verschiedene Gruppen eingeteilt werden: philosophische (existenzielle) Konzepte, die mit globalen Kategorien der Weltordnung, Weltanschauung (Gott, Welt), Religion, Mythologie verbunden sind; anthropologische Konzepte, die die Eigenschaften einer Person beschreiben (individuelle, geschlechtliche, eheliche, soziale (Mann/Frau, Geschlecht/Familie)); ethische Konzepte (Schuld/Sühne, Sünde, Heldentat); ästhetische Konzepte (Harmonie, Schönheit); psychologische (charakterologische) Konzepte, die verschiedene Aspekte der inneren Welt eines Menschen und einer Ethnie (Mut, Kummer) reflektieren (Радбиль, 2006).

Kulturelle Konzepte sind national. Das nationale Konzept ist ein maximal abstrahierter Teil des Bewusstseins und eine kognitiv verarbeitete Idee des „Objekts“

in der Gesamtheit aller Valenzbindungen, die durch national-kulturelle Markierung gekennzeichnet sind (Красных, 2002).

Wolf und Arutyunova sind der Meinung, dass es auch notwendig ist, hier über bewertende Konnotationen zu sprechen. Eine solche zwischenmenschliche Beziehung wie Freundschaft kann als „gut“ oder „schlecht“ bewertet werden, aber jede Nation kategorisiert es auf eigene Art. Die „ukrainische“ Freundschaft verpflichtet zum Beispiel zu mehr „Engagement“ als die „französische“ (S. 122).

Das Konzept kann als Bündel der Kultur im Geist der Menschen bezeichnet werden. Es gibt drei Komponente des Konzepts: 1) ein Hauptkennzeichen, das für alle bestimmten Kulturträger relevant ist; 2) ein zusätzliches „passives“ Merkmal, das für einzelne soziale Gruppen wichtig ist; 3) eine interne Form, die normalerweise überhaupt nicht bewusst ist und in äußerer, verbaler Form erfasst wird. Die Erforschung der Konzepte, die die Konstanten einer bestimmten Kultur enthalten, ist „eine Erforschung der Unendlichkeit“ (Степанов, 2007, S.35).

Kultur und Konzepte sind sehr tief verbunden, deshalb sollen introspektive Definitionen, hypothetische Modelle, soziologische, soziolinguistische Experimente sowie die Analyse der Bedeutung von Wörtern, Ausdruckseinheiten, Paremien, künstlerischen und geschäftlichen Texten in Betracht genommen werden (Карасик, 2002).

Das Konzept ist „ein globales Phänomen in seiner Struktur, das aus dem Konzept selbst und der (oft bildlichen) Wertvorstellung besteht. Es schließt eine Subjektzuordnung und kommunikativ aussagekräftige Informationen (Апресян, 1995).

Das Konzept spiegelt das Objekt der realen und idealen Welt wider und wird in einer mündlich festgelegten Form im nationalen Gedächtnis der Sprache gespeichert. Einzelpersonen können unterschiedliche Vorstellungen über diesen oder jenen Wert haben. Elemente, die im Bewusstsein eines bestimmten Individuums/einer bestimmten Gruppe fehlen, sollten nicht in die Struktur des Konzepts eines bestimmten Individuums/einer bestimmten Gruppe einbezogen werden. Das Individuum hat ein reichhaltigeres und vielfältigeres Konzept, weil es auf einer einzigartigen und

persönlichen Erfahrung basiert. Dies ist eine der grundlegenden Eigenschaften des Konzepts – eingeschränktes Bewusstsein der Sprachträger (Телия, 1998).

Laut den wissenschaftlichen Definitionen von S.A. Askoldova, E.S. Kubryakova, S.Kh. Lyapin, O.P. Skidan ist das Konzept ein mehrdimensionales Gedankenkonstrukt, das den Prozess des Verstehens der Welt, die die Ergebnisse menschlicher Aktivitäten, seine Erfahrung und sein Wissen über die Welt widerspiegelt. Diese Definition wird in der kognitiven Linguistik präsentiert.

Es gibt drei Konstituenten des Konzepts: 1) Begriffskonstituente, die die Merkmale und Definitionen bestimmt; 2) bildliche Konstituente, die die sprachliche Reflexion des Konzepts berücksichtigt; 3) Bedeutungskonstituente, die den Platz des Konzepts im lexikalisch-grammatikalischen System mit etymologischen und assoziativen Eigenschaften einer Sprache bestimmt (Воркачев, 1997).

Im sprachlichen Verständnis des Konzepts gibt es drei Hauptansätze. Im weitesten Sinne umfassen die Konzepte Lexeme, deren Bedeutungen den Inhalt des nationalen Sprachbewusstseins und das „naive Weltbild der Muttersprachler“ darstellen. Der Komplex der Konzepte bildet die Konzeptosphäre der Sprache, in der die Kultur der Nation konzentriert ist. Im engeren Sinne sind die Konzepte semantische Konstruktionen, die durch sprachliche Besonderheiten gekennzeichnet sind und Kulturträger einer bestimmten Nation charakterisieren. Der dritte Ansatz lautet so: Konzepte sind semantische Konstruktionen, die begrenzt sind, aber sie sind für Verständnis der nationalen Mentalität entscheidend. Man kann das Konzept als eine Einheit des kollektiven Bewusstseins definieren, die die sprachliche Gestaltung hat und durch ethnokulturelle Besonderheiten gekennzeichnet ist (Степанов, 2007).

Das Konzept ist ein umfangreiches mentales Konstrukt des menschlichen Bewusstseins, sowie eine mehrdimensionale idealisierte Formbildung, die bestimmte semantische Parameter hat (Воркачев, 1997).

Der Begriff des „Konzepts“ hängt von der Erkenntnis der Welt ab. Es gibt drei Arten der Erkenntnis der Welt: wissenschaftliche, künstlerische und alltägliche. Man unterscheidet wissenschaftliche, künstlerische und alltägliche Konzepte. Ein weiteres Kriterium für die Klassifikation von Konzepten ist Zugehörigkeit zu der Sphäre des

Wissens oder Bewusstseins, der sie dienen. Konzepte können nicht nur strukturell-semantic, sondern auch soziologisch typologisiert werden: Universelle Konzepte („Tod“, „Leben“), ethnische Konzepte („Mutterland“), Gruppenkonzepte („Szene“ für den Schauspieler und den Betrachter), individuelle Konzepte (sie hängen von persönlicher Erfahrung, Wertesystem, kulturellem Niveau einer bestimmten Person). Die Konzeptosphäre entwickelt sich auf der Grundlage von Kulturkenntnissen, Bildungsniveau, Erziehung, Intelligenz (Лихачев, 1997).

Es gibt eine andere Klassifikation von Konzepten: lexikalische und phraseologische. Konzepte werden in der Sprache durch akustische Zeichen und phonetische Realisierungen von Wörtern (Lexemen) dargestellt. Phraseologische Konzepte tragen ein einziges Konzept und dahinter sind dieselben Arten von Konzepten wie lexikalische Konzepte. Im lexikophraseologischen System der Sprache unterscheidet man folgende Konzepte: mentale Bilder (eine Reihe von Bildern in dem kollektiven, nationalen oder individuellen Bewusstsein von Menschen); Frames (Schema der im Bewusstsein gespeicherten Szenen), Einsichten (Erfassen bestimmter Beziehungen und der Struktur von Situationen als Ganzes); Szenarien (Ereignisschema, Darstellung von Informationen über Stereotype, ihre Dynamik), kaleidoskopische Konzepte (diese Art von Konzepten wird entweder in Form von mentalen Bildern oder in Form eines Frames, Schemas oder Szenariums eingesetzt) (Бабушкин, 2003).

Die Struktur des Konzepts spielt eine wichtige Rolle. Das Konzept umfasst eine aktuelle Eigenschaft und eine passive Eigenschaft, die nicht mehr relevant, sondern historisch ist. Das Konzept hat eine innere Form, die nicht bewusst ist. Eine aktuelle Eigenschaft des Konzepts ist für alle Sprachträger relevant. Sie ist verbal ausgedrückt und ist ein Kommunikationsmittel für Vertreter einer bestimmten ethnischen Gemeinschaft, Nation, Volk, Nationalität. Eine passive Eigenschaft des Konzepts ist nur für Vertreter einer bestimmten sozialen Gruppe, eines bestimmten Mikrosoziums verfügbar. Die dritte Komponente ist eine etymologische Eigenschaft oder eine innere Form und sie ist für Sprach- und Konzeptträger jeder Kultur am wenigsten relevant,

denn sie ist ein Gegenstand für Wissenschaftler. Konzepte existieren materiell und sind symbolisch gestaltet (Степанов, 2007).

Die Invarianz kognitiver und psychologischer Stereotype spiegelt sich in dem Prozess der Konzeptbildung. Im konzeptuellen System des Menschen wird jeweils das Wissen durch zwei Arten von Konzepten dargestellt: thematische und operationale Konzepte, die die statischen und dynamischen Hauptmerkmale des Systems widerspiegeln. Thematische Konzepte präsentieren Wissensseinheiten als Hauptelemente des konzeptuellen Systems in seinem statischen Aspekt. Operationale Konzepte präsentieren mentale Repräsentationen von Objekten, Ereignissen und ihren spezifischen Eigenschaften als eine Einheit des Wissens (Bedeutungen), die eine Person im Sprachprozess benutzt, um Wissen oder Orientierung in der Welt zu übertragen (Болдырев, 2002).

Thematische Konzepte sind Gedankenkonstrukte und Einheiten des theoretischen Wissens. Sie repräsentieren die ganze kollektive Erfahrung über die Welt. Konzepte dieser Art können als Grundlage für die Kategorisierung angesehen werden. Ihre Forschung setzt eine Analyse der konzeptuellen und thematischen Bereiche, Struktur und Inhalt, z.B. MENSCH, NATUR, TIER, PFLANZE, KUNSTPRODUKT usw. Operationale Konzepte sind spezifische Bedeutungen, die im Verlauf des Sprachdenkens mit folgenden Mechanismen gebildet werden: kognitive (Vergleich, Implikation, Inferenz, konzeptuelle Metapher, konzeptuelle Metonymie usw.) und sprachliche (Nomination, Wortbildung, Kombinierbarkeit, Phraseologisierung, Verwendung der syntaktischen Strukturen, Textkategorien usw.). Sie vermitteln verschiedene Ebenen der gesammelten Erfahrungen. Sie beeinflussen die kognitiv-sprachliche Aktivität (Слышкин, 1997).

Thematische Konzepte sind das Ergebnis des Verstehens von Wissen über die Welt. Sie rekonstruieren das Wissen komplett oder teilweise. Operative Konzepte sind ontologisch orientierte Einheiten des Alltagsbewusstseins, die durch bestimmte Bedeutungen kontextuell und situativ bedingt sind (Воркачев, 2001).

Die Konzepte tragen dazu bei, ethnische Merkmale des Denkstils der Menschen als ein Kulturbild zu identifizieren, was einer der Aspekte der spirituellen Kultur ist.

Die Mentalität der Menschen spiegelt sich in den wichtigsten kulturellen Konzepten wider. Die Konzepte in verschiedenen Sprachen werden spezifisch verbalisiert. Es hängt von sprachlichen, pragmatischen und kulturologischen Faktoren ab. Die Konzepte sind in ethnisch markierten assoziativ-semantischen Netzen organisiert.

Die Forschung der Konzepte einer bestimmten ethnischen Gruppe ermöglicht es, die Besonderheiten ihrer Kultur und Mentalität zu verstehen und zu bearbeiten.

Das Konzept ist eine Konstruktion, die einen Menschen im Laufe der Geschichte ändern und beeinflussen kann.

## **1.2. Entwicklung des Konzeptes GENUSS in der deutschen Sprache und Kultur**

Die Geschichte des Wortes „Genuss“ nimmt eine interessante, fast vergessene Entwicklung. Genuss ist eine positive Sinnesempfindung, die mit körperlichem und/oder geistigem Wohlbehagen verbunden ist. Beim Genießen wird mindestens ein Sinnesorgan erregt. In etwa lassen sich kulinarische Genüsse sowie körperliche Genüsse. Dieser Begriff ist nicht nur in der Linguistik von Interesse, sondern auch in der Psychologie, Soziologie und Philologie. Genuss ist ein Leitwort philosophischer Darlegungen. Genuss hat für Menschen mit Freude und Lust und angenehmen Empfindungen zu tun (Binder, 1973).

Das deutsche Wort „*Genuss*“ hat sich erst seit dem 17. Jh. allmählich für mittelhochdeutsch „*der geniez*“ eingebürgert. Die Urbedeutung des Wortes „*genießen*“ ist weit und umfasst einen Vorgang, der sich durch folgende Verben wiedergeben lässt: *Etwas treffen, ergreifen, in Besitz nehmen, besitzen und gebrauchen*. Die Bedeutung des Wortes hat sich erweitert und hat eine positive Konnotation erworben. Ein spezifischer Begriff „*sich einer Sache freuen*“ hat sich im Deutsch bis heute erhalten (Deutsches Wörterbuch).

Das Verb „*genießen*“ erscheint im Althochdeutschen in der einfachen Form „*niozan*“ und in der Vorsilbenform „*gi-niozan*“. „*Giniozan*“ heißt ursprünglich: Mitgenießen, teilnehmen. Das Substantiv „*Genosse*“ bedeutet das Mitglied einer Gemeinschaft, das etwas nutzt oder einen gemeinsamen Besitz hat. Bis zum

Frühneuhochdeutschen existierte das Verb „nießen“ und ist zum Verb „genießen“ geworden. Das Verb „genießen“ nimmt die Bedeutung über. Der moderne Gebrauch setzt im 18. Jh. Im Hochdeutschen gibt es eine Bedeutungsverengung, deshalb hat das Verb „genießen“ die Bedeutung „*von einer Speise, einem Getränk etwas zu sich nehmen*“, „*mit Freude, Genuss, Wohlbehagen auf sich wirken lassen*“, „*zu seinem Nutzen, Vorteil erhalten, erfahren*“ (Etymologisches Wörterbuch, 1977).

Das Substantiv „Genuss“ ist relativ jung. Bis gegen 1700 gab es das mitteldeutsche „der genieß“, aber es kommt selten vor. Den Begriff *Genuss* verbinden die meisten wie auch seine lexikalische Definition mit dem Essen, Freude und Vergnügen.

Das Konzept GENUSS spielt eine wichtige Rolle in der Philosophie. In der Antike haben sich viele Philosophen mit diesem Thema befasst.

Epikur gilt als Begründer einer Philosophie des Genusses. Seine Ethiklehre charakterisiert Genuss als Lebensfreude, die jeden Moment geschätzt werden muss. Der Genuss ist mit dem Seelenfrieden verbunden. Beeinträchtigungen dieses Seelenfriedens wie Furcht, Schmerz müssen den Genuss nicht beeinflussen. Es gibt einen Zusammenhang mit Lust und Unlust. In der epikureischen Lehre gab es zwei Arten von Genuss: körperliche und seelische. Schmerz, Durst und Hunger ist eine Art von der körperlichen Unlust. Ängste, Beunruhigungen sind eine Art von der seelischen Unlust (Erler, 1994).

In dieser Klassifikation gab es folgende Kategorien wie Genuss in Bewegung und Genuss in Ruhe. Trinken und Essen ist eine Art von dem körperlichen Genuss in Bewegung. Freude und Fröhlichkeit ist ein seelischer Genuss in Bewegung. Körperliche Befriedigung des Bedürfnisses, Ausgleich, Schmerzlosigkeit (a-ponia) gelten als ein Genuss in Ruhe. Friede der Seele, Seelenruhe, Angstfreiheit, Schmerzlosigkeit (a-taraxia) kann als ein körperlicher Genuss in Ruhe bezeichnet werden. Er unterscheidet den katastematischen Genuss (anhaltender Daseinsgenuss) und den kinetischen Genuss (die Genussvariation). Diese Aspekte sind sehr tief verbunden. Die Genussvariation beeinträchtigt den Daseinsgenuss (Hossenfelder, 2006).

Genuss kann mit Glück verbunden sein. In der epikureischen Lehre soll der Vernunft das Streben nach Glück leiten. Die starken Schwankungen, denen das kindliche Lust- und Glücksempfinden ausgesetzt ist, können in der Jugend durch das Hinzukommen vernunftgegründeter Einsicht (Phronesis) unter Kontrolle gebracht und allmählich in stetigere Bahnen gelenkt werden (Lutz, 1983).

Die Erfüllung der Grundbedürfnisse wie Essen, Trinken und Kälteschutz ist für Epikur unabdingbar. Genuss des Daseins ist von der Erfüllung dieser Grundbedürfnisse beeinflusst. Genuss ist ein wesentlicher Bestandteil des Lebens, den Epikur mit dem Seelenfrieden verbindet. Der Genuss im Leben macht die Kunst des epikureischen Weisen aus. Laut Epikur sind die Konzepte ANGST, SCHMERZ und BEGIERDEN diejenigen, die vermieden werden müssen, damit Dasein und Genuss miteinander verbunden werden.

Hedonismus bezeichnet den Genuss als höchstes Gut und Bedingung für Glückseligkeit und gutes Leben. Für Hedonismus ist der Genuss eine angenehme und positive Erfahrung von höchster Qualität. Es gab zwei Theorien des Genusses: Einstellungstheorie und Qualitätstheorie. Qualitätstheorien betrachten Genuss als eine Eigenschaft der angenehmen Erfahrungen. Einstellungstheorien betrachten den Genuss als eine Einstellung des Subjekts zu der Erfahrung. Der psychologische Aspekt der Lehre von Hedonismus ist der Lehre von Epikur ähnlich. Es ist wichtig, den Genuss zu erhöhen und Schmerzen zu vermeiden. Jeder Mensch zielt auf sein eigenes Glück ab. Freude und Genuss sind für das Leben wichtig. Der Genuss ist mit Gesundheit, Selbstverbesserung, Empfindung, Freude, Gut verbunden (Moore, 2014).

Es gab eine axiologische Lehre von Hedonismus, bei dem Genuss einen intrinsischen Wert hat. Laut dieser Lehre sind Genuss und Schmerz die einzigen Bestandteile des Wohlbefindens und diejenige Dinge, die für einen Menschen gut sind. Laut dieser Theorie muss Genuss gestrebt werden.

In der ästhetischen Lehre von Hedonismus kann die Schönheit in Bezug auf Genuss definiert werden. Kant erklärt den Genuss durch einen harmonischen Zusammenhang von Verstand und Einbildungskraft. Der ästhetische Genuss kann mit der Schönheit identifiziert werden. Der ästhetische Genuss ist mit einem schönen Bild,



Musikstück, literarischem Stück, Theateraufführung assoziiert. Für den Hedonismus verdienen es alle schönen Dinge, genossen zu werden. Gegner dieser Theorie argumentieren, dass alle Kunstwerke lustvoll sind. Der Genuss ist ein Phänomen, das Ästhetik und Definition definiert. Der ästhetische Genuss ist die einzige angemessene Reaktion auf die Kunst (Rother, 2010).

In der Barockzeit bestand der Sinn des Menschen darin, sein Leben zu genießen. Es gab eine Einstellung „genieß den Augenblick“. Der barocke Augenblickgenuss bestimmt die Selbsterfahrung der Zeit, die die Bindungen des mittelalterlichen Lebenssystems und Denkweise entlässt. Die Barockdichter haben viele Werke dem Genuss gewidmet und die Hauptidee vorgestellt: „Daß dieser Zeit Geschenke den Augenblick“ (Binder, 1973).

Es gab zwei Arten des Genusses: Das absolute Genießen, das als eine reine, ungegenständliche Daseinsfreude bezeichnet wurde und das innere Genießen, das mit seelischer Zufriedenheit verbunden war. Die Menschen sollten seine eigenen Güter wählen, z.B. Frühling, Jugend, Schönheit, Liebe. In der Barockzeit waren die Menschen keine Subjekte, die sich ruhend eines Seins genossen. Die Menschen sollten metaphysische und physische Kräfte verwenden, um den Genuss zu nutzen oder versäumen. Damals hat die Dichtung solche Ideen lanciert.

Die Vorstellungen des geistlichen Genusses warfen eine Menge Fragen auf Gottesgenuss. Die Frage „Wie kann man Gottes genießen?“ war eine wichtige Frage in der deutschen Kultur. Man sollte ihn ganz und innig ergreifen und mit ihm eins werden. Es wurde als ein existentielles Genießen bezeichnet. Diese Art des Genusses war kein emotionaler Genuss, weil der Mensch „existierend“ in das genossene Gut übergang. Darauf deuteten die Ausdrücke „Gott schmecken“, „Gott essen“, „Gott trinken“, die mit der Vorstellung des Abendmahlgenusses verbunden waren. Man könnte die göttliche Wahrheit empfinden und in seiner Seele schmecken, hören, sehen und genießen. Gottesgenuss bedeutete, dass der Mensch schon die Ewigkeit bekam. Seitdem hat das Essen mit Genuss eine direkte Verbindung.

Nicht nur positive, sondern auch negative Emotionen könnten den Genuss verursachen: Angst, Furcht, Trauer.

Am Anfang des 18. Jahrhunderts wurde der Pietismus entwickelt, deshalb wurde der Ausdruck „Gott genießen“ sehr häufig verwendet. Ein genießendes Auskosten der göttlichen Gegenwart entsprach den Ideen des Pietismus.

In der Zeit des Klassizismus wurde das Konzept GENUSS erwähnt. GENUSS war „eine Freude, welche die Seele in ihren Tiefen erschüttert“. Für den Genuss spielte Totalität der Seele eine wichtige Rolle. Der Genuss galt als „ein Endzweck aller Existenz“ und „die höchste Freiheit“ (Binder, 1973, S. 19).

In der Aufklärungszeit steht das Konzept GENUSS zur Verfügung. GENUSS bedeutete ein Tun, Erfolg oder Misserfolg. GENUSS ist ein Phänomen, dessen Wert man zu beurteilen und dem Spruch der Vernunft zu unterwerfen hat. Bei Gottsched und Lessing hat das Wort „Genuss“ die Bedeutung „reiner Sinnengenuss“. Dieses Wort wird mit Ironie oder Humor gebraucht. Die Vernunft gestattete den Genuss und unterbewertete die Rolle des Genusses: „Die Mäßigkeit ist des Vergnügens Amme“. Die Vernunft beschränkt das Konzept GENUSS und sie lehrte den rechten Genuss. Goethe erweiterte das Konzept GENUSS und entwarf das Konzept SINNESGENUSS (Deutsches Wörterbuch).

Klopstock trug zu einer neuen Bedeutung von Konzept GENUSS bei. Sein Lebensvorbild wird als Beispiel des richtigen Genusses geführt. Er legte einen großen Wert auf Natur-, Kunst- und Menschengenuss. Das Konzept „Genuss des Geistes“ hat sich erschienen und das Medium des Genusses war das Denken. Für Klopstock ist „Genießen“ ein Sinn und Geist (Rother, 2010).

Im 18. Jahrhundert verdeutlichte die Stelle des Konzepts SELBSTGENUSS. SELBSTGENUSS hieß „von selbst, ohne Beihilfe von Gegenständen zu genießen“. „Genießen“ bedeutete nicht „zu wissen und zu fühlen“, sondern „ein absolutes Gefühl des Genusses zu haben“. Die Wissenschaftler haben den Genuss als „der höchste Wert im Dasein“ bezeichnet. Das Konzept GENUSS wurde zum zentralen Thema des 18. Jahrhunderts gemacht. Der Genuss brachte die Existenz und die Existenz komplementiert den Genuss (Lutz, 1983).

Im 19. Jahrhundert verlor das Konzept GENUSS seine Bedeutung. Das Konzept war nicht so romantisiert und idealisiert. Die Konzepte LEBEN, TÄTIGKEIT,

SCHÖNHEIT und SCHÖPFUNG hatten eine direkte Beziehung zum Konzept GENUSS. Der Genuss war ein fester Bestandteil des Lebens. Die Konzepte STREBEN und GENUSS waren miteinander verbunden. Sie wurden als zwei entscheidende Enden der menschlichen Tätigkeit bezeichnet. Am Ende des 19. Jahrhunderts wollte man Genuss als Aktivierungsleistung und ästhetische Aneignung beherrschen.

In der Moderne gibt es viele Forschungen des Konzepts GENUSS. Hedonismus ist eine an materiellen Genüssen orientierte egoistische Lebenseinstellung. Der ästhetische, axiologische, ethnische Aspekt entwerteten sich und sind für einen modernen Mensch unwichtig. Diese Einstellung ist eine gegensätzliche Einstellung zu epikureischer Lehre über den Genuss. Genusssuchendes Verhalten ist ein weit verbreitetes Phänomen und menschliches Verhalten kann in der Tat zeitweise dominieren. Das individuelle Gut ist mit modernem Genuss verbunden. Hedonismus der Moderne legt keine bestimmte Moraltheorie nahe (Binder, 1973).

Vor dem ersten Weltkrieg hatte Genuss in dem Bereich der Ästhetik und Kunstwissenschaft eine wichtige Rolle. Intuitives Erleben und wissenschaftlicher Intellekt haben die Wahrnehmung und Umgang mit Kunst nicht bestimmt. Damals war die Voraussetzung für den Genuss dabei weder ein „Geschmack“ noch ein Bildungswissen, sondern das rezeptive Sensorium. Für die Entwicklung des Genusses wurde die Museumdidaktik und Volksbildung unterrichtet.

Das Konzept GENUSS entstand im Laufe der Geschichte und beeinflusste die deutsche Kultur. Das spiegelte sich im Sprachmaterial wider.

### **1.2.1 Sozialkulturelle Darstellung des Konzepts GENUSS**

GENUSS ist ein Phänomen in der deutschen Kultur. Es ist mit der Psychologie, Soziologie, Philosophie verbunden. In der deutschen Kultur ist der Genuss eine positive Sinnesempfindung. Der Genuss kann unterschiedlich sein. Kulinarische, körperliche, geistige Genüsse sind subjektiv und damit individuell unterschiedlich. Der Genuss wird individuell erlebt, deshalb werden kulturelle und soziale Unterschiede festgestellt. In verschiedenen Kulturen gibt es einige Genussarten. Der Genuss kann einen Bestandteil der Ess- und Trinkkultur. Geistige Genüsse werden durch Hören von

Musik oder Lesen eines interessanten Buches dargestellt. Körperliche Genüsse können als Teil der Sexualität unterscheiden. Kulinarische Genüsse werden im Zusammenhang mit Konsum von Tabak Kaffee, Tee, Schokolade dargestellt. Kaffee, Tee, Schokolade, Kakao, Tabakwaren und alkoholische Getränke bezeichnen als Genussmittel, die die Bedürfnisse befriedigen.

Es gibt auch ungenießbare Nahrungsmittel, die dem Genuss stark widerspricht. Beim Genießen ist einer der fünf Sinne – Sehen, Hören, Riechen, Tasten, Schmecken – angesprochen. In der deutschen Kultur ist der Genuss eine Freiwilligkeit des Konsums oder Tuns, die durch nicht regelmäßige Handlung bezeichnet werden kann. Bei dem Genuss sind es maßvolle Handlungen (Qualität vor Quantität), der Genuss wird durch angenehme Auswirkungen wie Freude, Erleichterung, Glück, Behaglichkeit, Wohlgefühl, rauschhaftes Erlebnis, Erfüllung geistiger Bedürfnisse begleitet. Von Genuss spricht man dann, wenn man etwas konsumiert oder tut, das man nicht unbedingt braucht, das man aber gern hat, weil es den Menschen aufgrund seiner angenehmen Wirkung eine Befriedigung gibt (Menninger, 2000).

Das Konzept des Genusses verändert sich im Laufe der Geschichte und erhält neue Bedeutungen. In dem Mittelalter wird das Konzept GENUSS sakralisiert. Das Konzept deutete auf mystische Teilhabe. Genuss galt als Hauptbezeichnung einer unmittelbaren Beziehung zu Gott. Es gab einen Begriff „Genuss des Göttlich-Ganzen“. Im Medium der Sakralisierung führte die Subjektivierung des Genussbegriffs dazu, dass aus dem „Genuss des Göttlich-Ganzen“ ein gesteigerter Selbstgenuss wurde (Binder, 1973).

Im 18. Jahrhundert erschienen die Postulate „Existenz ist Genuss“ und „inneren Selbst genießen“, die ein bestimmtes Bild des Genusses begründeten.

Die Natur kann ein Objekt des Genusses sein. Sie lässt neue Genießer erwachsen. Die Natur ist auf Genuss gerichtet. In der deutschen Kultur kann die Natur Inspiration geben, um ein Kunstwerk zu schaffen. Sie ist auch eine wahre Quelle des Genusses. Schon im Mittelalter hatte sie eine direkte Verbindung zum Genuss. Die Natur war mit Gott verbunden. Das seelische Leben spielte eine wichtige Rolle.

In der deutschen Kultur gab es ein Dreieck des Konzepts GENUSS: Genuss des innersten Seins, Seelengenuss und Genuss vitaler Freiheit. Diese Teile des Dreiecks haben drei Sonderformen wie der „höhe Selbstgenuss“, der „potenzierte Genuss“ und der „pantheistische Gottesgenuss“ ausgebildet. Der „potentielle Genuss“ bedeutet „der Genuss des Genusses“. Der Empfindsame genießt Freude und Schmerzen und erfährt sie stark und unmittelbar. Der „pantheitische“ Genuss bedeutet, dass die Natur das Wertvollste ist (Lutz, 1983).

Das Konzept GENUSS hat sich mehrmals verändert. Im 19. Jahrhundert bedeutete der Genuss „eine Wirklichkeit aufschließendes und aneignendes Tun, die Gefühle nur begleitet“. Das Phänomen des Konzepts lässt sich in dem Wort „Selbstbemächtigung“ ausdrücken. Es gab einen Parallelismus: Im Geistigen ist innige Vereinigung von Subjekt und Objekt „höchster Genuss“. Im Körperlichen wirken Selbstheit (Egoismus) und Liebe (Vereinigungsstreben) zusammen. So entsteht die geistige Spannung der höheren Genüsse – Freundschaft, Gattenliebe, Religiosität. Neben dem Satz „Existenz ist Genuss“ steht der Satz „Dasein gibt Genuss“ (Etymologisches Wörterbuch, 1977).

Der Genuss galt als „ein sinnlich interessiertes Wohlgefallen“. Der Genuss ist ein Mittelpunkt zwischen Sinnlichkeit und Verstand. Dieses Konzept lokalisiert die Einbindungskraft. Dieses Konzept wird als ein Verhalten betrachtet, welches das Ganze seines Wesens auf humane Weise in Tätigkeit versetzt. Das Konzept gliedert sich in die vier Stufen: „Lebensgenuss“, „Tatengenuss“, „Schönheitsgenuss“, „Schöpfungsgenuss“ (Binder, 1973).

In der deutschen Kultur betrachtet man das Konzept GENUSS mit dem Akzent auf den Begriffen „Befriedigung“, „Freude“, „Glück“, „Spaß“, „Vergnügen“, „Erfüllung“. Das Konzept ist alt und spielt eine wichtige Rolle in der deutschen Kultur. Es kombiniert sprachliche, philosophische und psychologische Aspekte, die sich in der deutschen Kultur widerspiegeln.

### **1.2.2 Psychologische Deutung des Konzepts GENUSS**

Generell steht Genuss mit der Fähigkeit zu Muße und Entspannung in Verbindung. Aus der psychologischen Sicht ist der Genuss Bestandteil eines reifen Erwachsenen-Seins und ein wesentlicher Beitrag zur Gesundheit. Genuss ist lebensnotwendig für Leistung und Wohlbefinden und wird von Gehirn gesteuert. Genuss ist sinnlich, lustvoll und reflexiv. Genuss ist immer an Sinne des Menschen gebunden.

Genuss in der Psychologie kann an Lust grenzen, deshalb ist er nicht immer gesund. Nicht jede Lust ist genießerisch. Beim Genuss gibt es Reflexion und Selbstkontrolle. Die Menschen steuern die Befriedigung der Bedürfnisse bewusst. Lust ist nicht steuerbar und unfrei. Genuss zeigt die körperliche, geistige, seelische Verbindung und innere Ernsthaftigkeit. Außerdem ist Genuss beanspruchendes und rechtfertigendes Tun.

In der Psychologie gibt es die Theorie des Lustprinzips, die von Sigmund Freud gegründet wurde. Diese Theorie bezeichnet das Streben des Es nach Befriedigung der elementaren Bedürfnisse. Das Anstreben von Lust und vernunftgelenktes Meiden von Unlust verkörpern die zwei elementarsten Aspekte des Lustprinzips. Das Lustprinzip wirkt sowohl in dem Bedürfnis nach Nahrungsaufnahme zur unmittelbaren Lebenserhaltung wie auch in der sexuellen Lustbefriedigung zur artverhaltenden Vermehrung, ferner im geistigen Streben nach Lust (Wissensdurst), im Sozialen und in den anderen naturgemäßen Bedürfnissen. Es gibt ein unbewusstes System (Es), ein vorbewusstes System (Ich), bewusstes System (Über-Ich). Lustprinzip bedeutet letztlich, dass die Gesamtheit der psychischen Aktivität zum Ziel hat, Unlust zu vermeiden und Lust zu verschaffen (von Randow, 2001).

Kant fragt, ob Genuss ein mögliches Telos des menschlichen Handelns sei und verneint dies. Kant definiert „genießen“ als „sich freuen“. Das Dasein ist wertvoll, wenn es einen reinen Genuss gibt. Immanuel Kant wurde bei Grimm zitiert mit der Definition: „genießen ist das Wort, womit man das Innere des Vergnügens bezeichnet“ (Rother, 2010).

Aus der psychologischen Sicht ist der Genuss eine Freude, welche die Seele gesund macht. Ästhetische und moralische Eigenschaften sind wichtig. Kultur kann

den ästhetischen Genuss stillen. Kunst ist ein wichtiger Bestandteil der Kultur und ist in erster Linie ein Gegenstand des sinnlichen Genießens. Genuss wird als eine „Einverleibung“ und leibliche Lust des Subjekts bezeichnet. Kunstgenuss ist ein innerlich nachschaffender Genuss. Kunstgenuss kann als ein auf die Erfahrung basierter Reflex, welche Möglichkeiten im bürgerlichen Sinne innerlich nobilitierend und „erhebend“ wirken sollte.

Genuss verklammert nicht nur Psychologie, sondern viele andere Diskursfelder, z. B. Ästhetik, Kunsttheorie, Philosophie. Dieses Konzept kann in diachronaler Perspektive untersucht werden. Viele Erlebnis- und Erkenntnisziele werden an ihn herangetragen. Genuss ist eine Erscheinung, die den Menschen psychologisch stark macht. Genuss soll vernünftig und kontrolliert sein.

### **Schlussfolgerungen zum Kapitel 1**

Die Sprache ist ein Phänomen, das mit äußeren und inneren Phänomenen der Welt tief verbunden ist. Das Weltbild ist eine Reihe von ganzheitlichen und systematisierten Ideen und Meinungen menschlicher Gemeinschaften und des Individuums über die Welt und das Universum, die sich auf den Weltanschauungen und Welteinstellungen basieren.

Verschiedene Arten des Weltbildes zeigen, dass die naiven, nationalen, wissenschaftlichen, konzeptuellen Vorstellungen die Sprache sehr stark beeinflussen. Die Kulturträger sammeln die Erfahrungen und rekonstruieren die Sprache. Das Individuum kann die Sprache selbst bearbeiten, aber die Nation kann sich in individuelle Sprachprozesse einmischen. Die Nation erstellt die Konzepte und das Individuum wählt die passenden Eigenschaften aus und erstellt seine eigenen Konzepte des Wohlstands, Glückes, Genusses, der Gesundheit, Liebe, Höflichkeit.

Die Merkmale einer bestimmten Sprache bilden kein separates und unabhängiges Weltbild, sondern geben der Wahrnehmung von Phänomenen ein bestimmtes Kolorit, das einem bestimmten Volk kulturell nah ist. Das Weltbild kann das kulturelle und nationale Erbe präsentieren. Der Mensch entwickelt sich von

Generation zu Generation, deshalb erweitert sich das Weltbild in Bezug der Wissenschaft und Kultur der Menschen.

Sprache, Wissenschaft, Stereotypen und individuelle Vorstellungen sind die Quellen der Reflexion des Menschen. Das sprachliche Weltbild ist eine Basis für wissenschaftliches, wertbezogenes, nationales, konzeptuelles Weltbild. Es bezieht sich auf naive Einstellungen und Perspektiven. Das naive Weltbild ist sehr tief mit dem sprachlichen Weltbild verbunden. Sie haben eine komplexe und komplizierte Struktur.

Das wertbezogene Weltbild präsentiert kulturelle Dominanten und Paradigmen, deshalb beeinflusst es nationales Weltbild. Diese Arten von Weltbildern stellen die objektive Welt dar und sie orientieren sich nicht nur an den kulturellen, sondern auch an den wissenschaftlichen Besonderheiten. Das wissenschaftliche Weltbild systematisiert die wissenschaftlichen Gesetze und es unterscheidet sich vom sprachlichen Weltbild. Das sprachliche Weltbild ist stabil und völlig unabhängig von den wissenschaftlichen Erkenntnissen.

Das Konzept spielt eine wichtige Rolle in der Linguokulturologie. Das Linguokonzept ist eine mentale Formation, die für die Ethnokultur und für eine bestimmte Gruppe im Rahmen einer gegebenen Sprachkultur und schließlich für ein Individuum relevant ist. Die Konzepte bestimmen ethnische Merkmale des Denkstils der Menschen. Die Mentalität der Menschen spiegelt sich in den wichtigsten kulturellen Konzepten wider. Die Linguokonzepte stellen universelle Kulturkategorien (Zeit, Raum, Quantität, Qualität); soziale Kulturkategorien (Freiheit, Arbeit, Eigentum); Kategorien der nationalen Kultur (Wille, Ehre, Seele, Geist für die russische Kultur); ethische Kategorien (Wahrheit, Pflicht); mythologische Kategorien (Schutzengel, Hausgeist) dar. Die Forschung der Konzepte einer bestimmten ethnischen Gruppe ermöglicht es, die Besonderheiten ihrer Kultur und Mentalität zu erklären und zu bearbeiten.

Das Konzept GENUSS ist tief mit Philosophie und Psychologie verbunden. In der antiken Welt wurde die Philosophie des Genusses von Epikur entwickelt. Der Genuss des Daseins bestand darin, dass der Genuss mit dem Seelenfrieden erfüllt werden sollte.



Das Konzept GENUSS entstand im Laufe der Geschichte und beeinflusste die deutsche Kultur. Im Althochdeutschen hatte das Konzept GENUSS eine Verbindung mit Nutznießung. Im Mittelalter hat dieses Konzept eine positive Färbung erworben. In der Barockzeit bestand der Sinn des Menschen darin, sein Leben zu genießen. Vor dem ersten Weltkrieg hatte Genuss in dem Bereich der Ästhetik und Kunstwissenschaft eine wichtige Rolle.

In der deutschen Kultur betrachtet man das Konzept GENUSS mit dem Akzent auf den Begriffen „Befriedigung“, „Freude“, „Glück“, „Spaß“, „Vergnügen“, „Erfüllung“. Das Konzept ist alt und spielt eine wichtige Rolle in der deutschen Kultur. Es kombiniert sprachliche, philosophische und psychologische Aspekte, die sich in der deutschen Kultur widerspiegeln.

## **KAPITEL II. SPRACHLICHE MITTEL ZUR REPRÄSENTATION DES KONZEPTS GENUSS IN DER DEUTSCHEN SPRACHE**

### **2.1. Lexikalische Mittel der Repräsentation des Konzepts GENUSS**

Das Konzept GENUSS ist ein im Laufe der Geschichte entstandenes Konzept. Das Konzept GENUSS wurde in der antiken Zeit entwickelt. Die Philosophie des Genusses hatte eine tiefe Verbindung mit dem Konzept GLÜCK und SEELENFRIEDEN.

Im Laufe der Geschichte wurde das Konzept GENUSS erweitert und verengt. Im weiteren Sinn bedeutete das Konzept GENUSS ein Gefühl, das Freude, Wohlbehagen und Befriedigung bringt. Im engeren Sinn bedeutete es eine gute Nahrungsaufnahme. In der deutschen Kultur ist GENUSS eine positiv gefärbte Emotion, die die Befriedigung eines oder mehrerer Bedürfnisse begleitet.

Das sprachliche Weltbild ist mit dem konzeptuellen Weltbild verbunden. Sie spiegelt die Ergebnisse kognitiver und sozialer Aktivitäten eines Menschen wider, die sich später in der Sprache niederschlagen. Alle Strukturen werden verbalisiert und alle Erklärungen zu Objekten werden in Form einer verbalen Beschreibung dargestellt (Телия, 1998).

Die Bedeutung von Lexemen beinhaltet ein umfangreiches Informationspotential oder Feld assoziativer Merkmale. Wenn alle Elemente des assoziativen Potentials der Nomination des Grundbegriffs in Nominativeinheiten verbalisiert werden, dann erwirbt man einen ganzen Thesaurus entsprechenden Fachgebietes.

Die Prozesse der Verbalisierung und Entsprechungen zwischen sprachlichen Einheiten und Konzepten sind kontinuierlich. Es werden ständig neue Beziehungen gebildet. Das linguokulturelle Konzept ist eine semantische Bildung mit hohem Abstraktionsgrad. Es ist ein Produkt der Abstraktion von semantischen Merkmalen, die zu einer bestimmten Anzahl signifikanter sprachlicher Einheiten gehören. Das linguokulturelle Konzept wird in den Sprachgebrauch umgesetzt. Die Forschung der Verbalisierung eines Konzepts hilft, sein kulturelles und semantisches Feld zu bestimmen (Савенкова, 2003).

Am häufigsten werden in der modernen Linguistik das Wort und die phraseologischen Einheiten als Mittel zur Verbalisierung von Konzepten betrachtet. Das Problem der Verbalisierung von Konzepten tritt im Prozess der Forschung ihrer Objektivierung durch verbale Mittel hervor (Савенкова, 2003).

Die Rolle der Zeichen als Elemente des sprachlichen Bewusstseins besteht darin, dass sie ein Mittel der Verinnerlichung und Transformation des Äußeren in das Innere sind. Der Schwerpunkt des Prozesses besteht darin, dass die Bilder der Außenwelt nicht nur den kulturellen semantischen Raum erweitern, sondern auch das zuvor gebildete Konzeptssystem stark beeinflussen (Приходько, 2008).

Jedes Konzept als komplexer mentaler Komplex drückt neben dem Inhalt die Bewertungseinstellung des Menschen aus. Bei der Interpretation eines linguokulturellen Konzepts sollen die national-kulturellen und sozialen Komplexe

berücksichtigt werden. Gruppen- und individuell-persönliche Komponenten spielen für das Konzept eine sehr wichtige Rolle (Попова&Стернин, 2007).

Die Forschung des Konzepts GENUSS ist von großem Interesse, da sie ein entsprechendes Fragment des Weltbildes konstruieren kann. Die Forschung von Konzepten und den Merkmalen ihrer Verbalisierung ist die letzten Jahrzehnte in der modernen Linguistik dominierend.

Ein Konzept kann verschiedene Implementierungen in sprachlichen Einheiten haben. Lexikalische Einheiten sowie linguokulturelle Merkmale sind für die Erforschung des sprachlichen Weltbildes von besonderer Bedeutung. Das Konzept gibt die Realität des Sprechens, Denkens und existiert genauso wie eine Sprache, ein Phonem, ein Morphem (Карасик, 1996).

In der deutschen Linguokultur wurde eine Konzeptosphäre entwickelt. Das Konzept GENUSS wurde mit den Konzepten FREUDE, SPAß, VERGNÜGEN, BEFRIEDIGUNG verbunden. Die Bildung der Konzeptosphäre ist von der Literatur, Philosophie und Psychologie abhängig. Das Konzept LUST ist dank der Philosophie von Hedonismus in dieser Konzeptosphäre aufgetreten. In der Philosophie von Epikur sind die Konzepte GLÜCK und SEELENFRIEDEN die Grundprinzipien des Genusses.

Begriffliche Merkmale des Konzepts GENUSS werden auf der höchsten Abstraktionsebene gebildet. Begriffliche Merkmale eines Konzepts werden in lexikalischen Bedeutungen in Form von semantischen Komponenten (Seme/Sememe) eines Wortes aktualisiert. Sie sind Vertreter des Konzepts GENUSS.

Die moderne Bedeutung des Konzepts GENUSS ist 1. Freude, Annehmlichkeit, die jemand beim Genießen von etwas empfindet; 2. Aufnahme von Essen und Trinken, 3. etw. erhalten, bekommen (Deutsches Wörterbuch). Die Nahrungsaufnahme spielt eine große Rolle im Prozess von Genuss, Konsum von Tabak, Kaffee, Schokolade, Tabakwaren, Kakao und alkoholischen Getränken als Genussmittel, bei denen psychotrope Substanzen mehr oder weniger stark am Zustandekommen des Genusserlebnisses beteiligt sind, z.B. der Genuss starker alkoholischer Getränke ist schädlich oder der Genuss von Rauschgift ist verboten. Der kulinarische Genießer wird

oft als Feinschmecker oder Gourmet bezeichnet. Als ungenießbar wird ein Nahrungsmittel bezeichnet, das dem Genuss so stark widerspricht, dass man es vermeidet (Deutsches Wörterbuch).

Genuss ist immer an menschliche Sinne gebunden. Die Menschen schmecken, sehen, hören, riechen oder tasten etwas, das ihnen Genuss bereitet. Genuss ist auch mit Lust verbunden. In der deutschen Kultur ist Genuss mit positiven Empfindungen verbunden. Genuss kann auch die negativen Sucht oder Lust einschließen. Bei solchen Prozessen gibt es keine Eigensteuerung. Das Lustprinzip spielt eine wichtige Rolle. Die Selbstkontrolle und Selbstbewusstsein haben keine Bedeutung. Beim Genuss reflektiert der Mensch über die Quelle des Genusses. Bei der Lust hat der Mensch keine Reflexion, deshalb ist dieser Prozess nicht genießerisch.

Es gibt viele Unterschiede zwischen den Konzepten FREUDE und GENUSS. Freude ist eine Art des Gefühls. Genuss ist eine „positive sensorisch-physiologische Reaktion“. Freude bezieht sich auf die „hohe“, geistige Welt und Genuss bezieht sich auf „niedrige“, körperliche Welt. Konstante der christlichen Kultur ist Gegensatz von Seele und Körper als „hohe“ und „niedrige“ Welt und als „positive“ und „negative“ Erscheinung. Konzeptuell wichtig ist die Gegenüberstellung vom Konzept GENUSS als „körperliche“ Erscheinung und Freude als „geistige“ Erscheinung und ihre Opposition auf der Grundlage von „bodenständig“ – „hochgelegen“ (Попова&Стернин, 2007).

Es gibt eine kanonische Auslegung des Genusses im Christentum und seine Einteilung in körperlichen und geistigen Genuss. Im Christentum wurden solche körperlichen Genüsse wie Völlerei und Begehrlichkeit verworfen und geistige Freuden gepflegt: Glückseligkeit und Freude (Binder, 1973).

Im Konzept GENUSS wird die Hauptgruppe von positiven Bewertungen dargestellt. Sie verkörpern die übliche Vorstellung des Konzepts GENUSS, z.B. Vergnügen, Süße, Freude, Glück, Glückseligkeit, Trunkenheit, Rausch, Reiz, Trost. Langbewährte Konzepte zeigen vier Bereiche des Genusses: mentale (GLÜCK), soziale (FRIEDEN), physische (FREUDE), wahrnehmungsmäßige (VERGNÜGEN) (Приходько, 2008).

Einige moderne Konzepte verknüpfen motivierende Funktionen, z.B. ZUFRIEDENHEIT, SÜßE, GESCHMACK (Essen). Manche Konzepte stammen aus dem Bereich zwischenmenschlicher Beziehungen, z.B. BEFRIEDIGUNG. Eine andere Gruppe von Konzepten drückt die Kategorie der Gefühle aus, z.B. JUBEL, WONNE, EKSTASE, LÜSTE, GLÜCKSELIGKEIT, LABE, WOHLIGKEIT, ERHEBUNG. Die letzte Gruppe von Konzepten wird durch Synonyme mit der Bedeutung von Aktivitäten und damit verbundenen Gegenständen gebildet (SPAß, SPIEL, BELUSTIGUNG) (Etymologisches Wörterbuch).

Wörterbücher bieten mehrere Definitionen des Lexems GENUSS. Ihre Analyse zeigt die folgenden konzeptuellen Merkmale des untersuchten Konzepts: „Gefühl“, „Freude“, „Vergnügen“, „Zufriedenheit“, „Lieblingsbeschäftigung“, „Annehmlichkeit“ (Empfindungen /Erfahrungen/Gedanken), „Streben“, „angenehme Unterhaltung“, „Spaß“, „Freude“, „Leidenschaft“, „Glück“, „Belustigung“, „Zufriedenheit“, „Wunsch“, „Bedürfnis“, „Emotion“.

Definitionswörterbücher der deutschen Sprache berücksichtigen nicht alle begrifflichen Merkmale. Das sprachliche Material zeigt, dass figurative und symbolische Merkmale in Wörterbüchern selten zu finden sind. Die konzeptuellen Merkmale des Begriffs GENUSS, die anhand von Kontexten identifiziert werden, sind: „Verwöhnung“, „Leidenschaft“, „Gewinn“, „Launen“, „Nirvana“, „Ausgelassenheit“, „Nutzen“, „Charme“, „Sucht/Geschmack“, „Wollust“, „Versuchung“, „Trance“, „Euphorie“, „Ekstase“.

Das deutsche Weltbild stellt drei Arten des Genusses: körperlicher, geistiger, sozialer. Das Konzept GENUSS in seinen konzeptuellen Merkmalen enthält eine oder andere Einschätzung. Diese Einschätzung betrifft fast alle Aspekte seines Lebens, mit Ausnahme der funktionellen Bewertungsarten. Genuss ist nicht wirksam oder unwirksam, erfolgreich oder erfolglos. In dieser Hinsicht gehört der Genuss zur Kategorie eines Makrokonzepts, das mit den Konzepten verknüpft ist. Die Konzepte sind in Form der konzeptuellen Kennzeichen und generischen Beziehungen dargestellt (Аскольдов, 1997).

Das Wort GENUSS ist ein abstraktes Substantiv. Die Abstrakta benennen etwas nicht Gegenständliches. Die Menschen können solche Substantive mit verschiedenen Situationen assoziieren. Der Vorteil des individuellen Bewusstseins gegenüber dem kollektiven Bewusstsein bestimmt die semantische Mehrdeutigkeit eines abstrakten Namens. Das rationale Verständnis der Bedeutung eines abstrakten Namens steht im Gegensatz zu einem intuitiven, sinnlichen Verständnis, das auf der Objektivierung spekulativer Phänomene basiert. Die Verbalisierung der Abstrakta kann die tiefen bedeutungsvollen Strukturen des individuellen und kollektiven Bewusstseins erklären. In der Sprache werden die Abstrakta objektiviert. Sie erhalten sinnlich wahrgenommene Zeichen (Чернейко, 1997).

Das Konzept GENUSS umfasst Gruppierungen von Lexemen, die durch ähnliche tatsächliche Bedeutungen und eine oder mehrere Seme verbunden sind. Die einheitliche Natur der Emotionen bestimmt auf sprachlicher Ebene die Gemeinsamkeit der Strukturen aller identifizierten emotionalen Konzepte. In allen Konzepten gibt es große Gruppen mit Bestimmung des „emotionalen Zustands“ einer Person (Слышкин, 2004).

Das Konzept GENUSS umfasst die Gruppe von positiven Bewertungen, die die konventionelle Vorstellung des Gefühls der Zufriedenheit und angenehmer Empfindungen, Erfahrungen verkörpern. Im Konzept GENUSS wird der Grundteil des "emotionalen Zustands" einer Person als „Schmerz“, „Leiden“ definiert. Emotionale Bewertungen des Konzepts GENUSS sind meistens positiv.

Die eigentliche Bedeutung des Konzepts GENUSS wird in der Gruppe „Emotionale Charakterisierung“ realisiert. Sie wird durch folgende Inhaltseinheiten dargestellt: *geschmeichelt, erfreut/zufrieden, unwiederholbar, begeistert oder unzufrieden; zerquetscht*. Das Konzept GENUSS kann die Bedeutung „Ich möchte jmdm gut tun“ oder „Ich möchte j-m etw. recht machen“ haben. Der semantische Raum der Abstrakta ist tief mit Assoziationen verbunden (Савенкова, 2003).

Das Konzept GENUSS ist dreikomponentig. Es beinhaltet wertmäßige, bildliche (emotional-sinnliche und bildlich-metaphorische) und eine begriffliche oder sachliche

Komponente, die im Bewusstsein in der verbalen Wortform bewahrt sind (Аскольдов, 1997).

Das Konzept GENUSS ist vielseitig. Es hängt von der Erfahrung der Menschen ab. Genuss kann positiv und negativ bewertet sein. Der Genuss ist eine kontrollierbare und gesunde Erscheinung. Die Lust ist eine unkontrollierbare und spontane Erscheinung. Im Konzept GENUSS wird der Kernteil des „emotionalen Zustands“ einer Person auch als „Schmerz“, „Leiden“ definiert. Antonymischer Zusammenhang mit positiven Bewertungen spiegelt sich in den Konzepten LEIDEN, QUAL, QUÄLEREI, SCHMERZ oder den Adjektiven „entsetzlich“, „hart“, „unerträglich“, „schmerzhaft“, „unlöslich“, „schwer“, „müde“, „brennend“, „heftig“. Das Konzept GENUSS bedeutet, dass der Mensch Qual, Leiden erleiden und erleben kann.

Das Schlagwort für das deutsche Konzept GENUSS ist das Lexem „Genuss“. Die semantische Struktur des Lexems „Genuss“ kann mit Hilfe von Definitionen aus den Bedeutungswörterbüchern bestimmt werden.

In dem „Wörterbuch der deutschen Gegenwartssprache“ von R. Klappenbach gibt es folgende Definition des Lexems „Genuss“: 1. die Aufnahme von Essen und Trinken: *nach dem G. von Pilzen bekam er eine Vergiftung*; 2. das, was jmdm. Freude, Annehmlichkeit bereitet, die Befriedigung: *ein erlaubter, hemmungsloser, unregelter, ungetrübter, verbotener, wilder Genuss; ein ästhetischer, künstlerischer, literarischer, lukullischer, musikalischer Genuss; das Konzert war ein Genuss*; 3. in den Genuss von etw. kommen etw. erhalten, bekommen: *er war nicht in den Genuss der ihm zustehenden Rente gekommen* (S. 565).

Etymologisches Wörterbuch der deutschen Sprache von Kluge stellt uns die folgende Information über das Lexem „Genuss“ dar: Das Substantiv Genuss kommt vom Mittelhochdeutschen geniezen, Althochdeutschen giniozan, Altsächsischen niotan aus g. \* (ga-)neut-a- stV. 'genießen'. Die zweite Bedeutung ist Genosse, Nießbrauch, nütze, Nutzen. Dieses hat außer naudä 'Nutzen, Vorteil' keine brauchbare Vergleichsmöglichkeit (S. 350).

In dem Wörterbuch Duden Universalwörterbuch hat der Genuss solche Definition: 1. das Genießen (1): *übermäßiger Genuss von Alkohol ist schädlich; jmdm.*

*vom Genuss einer Speise abraten* 2. Freude, Annehmlichkeit, die jmd. beim Genießen (2) von etw. empfindet: *der Kaffee ist ein Genuss*; (bereitet, verschafft Genuß); *eine Quelle des Genusses* (S. 438).

Die Enzyklopädie Brockhaus definiert den Genuss als eine angenehme Empfindung, die bei der Befriedigung eines materiellen oder geistigen Bedürfnisses auftritt (S. 356).

Im Langenscheidt Wörterbuch gibt es solche Definition des Wortes Genuss: Die Freude, die man empfindet, wenn man etwas Angenehmes erlebt (etwas mit Genuss essen, hören, ansehen): *Die Lektüre dieses Romans ist wirklich ein großer literarischer Genuss*. Der Genuss ist nur Singular für Essen oder Trinken, z.B. *Vor dem Genuss dieser Pilze wird gewarnt, in den Genuss kommen etwas* (Angenehmes) bekommen, das man gerne haben möchte oder worauf man einen (rechtlichen) Anspruch hat (in den Genuss einer Vergünstigung, einer Wohltat kommen) (S. 478).

Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache bietet eine solche Deutung an: die Aufnahme von Essen und Trinken, 2. das, was jmdm. Freude, Annehmlichkeit bereitet, die Befriedigung, 3. *(in den Genuss von etw. kommen)* etw. erhalten, bekommen.

Jedes Wörterbuch definiert das Lexem „Genuss“ als die Aufnahme von Essen und Trinken. Der Genuss ist mit gastronomischer Befriedigung verbunden. Dann kommt ein ästhetischer, künstlerischer, literarischer, musikalischer Genuss. Am häufigsten kommt das Lexem *Genuss* vor: 1) mit einem Verb; 2) mit einem Adjektiv oder Partizip, das die Funktion des Attributes erfüllt; 3) mit einem anderen Substantiv in Genitiv (Genitivattribut) oder in Dativ (in verschiedenen Funktionen); 4) mit Präpositionen.

Die lexikalische Bedeutung ist kulturell geprägt. Sie hat „eindeutige denotative, signifikante und konnotative Merkmale des Referenten, die durch die ethnokulturellen Besonderheiten seiner Wahrnehmung und Reproduktion im Wort erzeugt werden“.

Die Kombination von Lexemen, die im Sprachfluss erfolgt, ist mit der Bedeutung austauschbar und liegt der Bedeutung zugrunde, da sie der wichtigste sprachliche Bedeutungsindikator ist. Lexikalische Kompatibilität ist die Fähigkeit eines Lexems, mit anderen Lexemen im Text zu kommunizieren. Durch die



lexikalische Bedeutung ist es möglich, die Bedeutung des in der Wortbildung gebildeten Konzepts im Bewusstsein einer bestimmten Sprachkultur festzustellen.

Das Konzept GENUSS spielt in der deutschen Kultur eine wichtige Rolle. Im Wörterbuch der deutschen Gegenwartssprache von Klappenbach beobachtet man solche Synonymreihe von Lexemen, die das Konzept GENUSS darstellt. Die erste Synonymgruppe ist Freude, Lust, Spaß, Vergnügen, Wohlgefallen, Bock (ugs.), Fun (ugs., engl., Jargon). Die zweite Synonymgruppe ist mit Essen und Trinken verbunden: Köstlichkeit, (lukullischer) Hochgenuss, Delikatesse, Gaumenfreude, Gaumenkitzel, Gaumenschmaus, Hochgenuss, Leckerbissen, Leckerli (beim Sprechen über Tiere), Spezialität, kulinarische Offenbarung. Die dritte Gruppe wird durch Synonymreihe *Befriedigung, Beglückung, Erfüllung, Pläsier, Zufriedenheit* repräsentiert.

Das wortbildende Feld in der Struktur des Nominativfeldes des Konzepts GENUSS besteht aus drei Mikrofeldern: Genuss als Phänomen, Genuss als Prozess, Genuss als Zeichen. Relevante Zeichen des Konzepts GENUSS sind die dadurch verursachten Phänomene: *Genusssucht, Genussliebe, Genussfreude, Genusssucht, Genusssucht, Genussgier; Wege zum Genuss: Genussgift, Genussmittel, Genussware; Eigenschaften von Menschen: Genussmensch, Genüßling, Genusspecht, Genießer; Genuss als alltäglicher Prozess: Alkoholgenuss, Hochgenuss, Kunstgenuss Musikgenuss, Sinnengenuss.*

In der Klasse von Adjektiven besteht das Konzept GENUSS aus folgenden Mikrofeldern: Genuss als Fähigkeit, z. B. *genussfähig, genießerisch, genussdurstig*; Genuss als positive Erscheinung z.B. *genüßlich, genussfreudig, genussfroh*; Genuss als negative Erscheinung, z.B. *genussgierig, genuss süchtig, genussdurstig*; Genuss als Zustand, z.B. *genussvoll, genussreich.*

In der Klasse von Verben ist das Konzept GENUSS durch die Verben genießen, sich freuen, sich wohl fühlen, Spaß haben, auskosten, sich begeistern, sich vergnügen, Gefallen finden an, sich erfreuen, schmecken lassen.

Durch die Analyse der lexikalischen Einheiten, die laut DWDS-Korpus am häufigsten mit dem Nomen „Genuss“ schön übereinstimmen, lässt sich feststellen,

welche kulturellen Besonderheiten in bestimmten Redewendungen aktualisiert werden.

In der deutschen Kultur ist das Konzept GENUSS mit der Kochkunst und Geschmackssinn verbunden, z.B. *mit Genuss essen, mit Genuss verspeisen, Genuss auskosten, sich dem kulinarischen Genuss hingeben, mit Genuss verzehren*. Die Redewendung *sich dem kulinarischen Genuss hingeben* und dieses kulturelle Merkmal wird in diesem Beispiel der Publizistik aktualisiert: „*Jedes Dorf hatte so eine Kneipe, wo die Männer Apfelwein tranken, sich kulinarischen Genüssen hingaben und über die neuesten Nachrichten diskutierten*“ (Berliner Zeitung, 17.03.2005).

Es gibt verschiedene Genussarten, die süchtig machen können. Genuss ist ein Phänomen, das aufgegeben oder vernachlässigt werden kann, z.B. *Genuss abneigen, Genuss trüben, Genuss schmälern, um den Genuss bringen, Genuss verschmähen*. Diese Besonderheit wird durch die folgenden Beispiele aktualisiert: „*Das trübt den Genuss des Schauens, bricht es doch in einem einzigen Augenblick das aufwändig erzeugte Gefühl scheinbar realer Abbildung*“ (Die Welt, 31.07.2003). Das folgende Beispiel zeigt auf den Alkoholgenuss als „*der Genuss von Spirituosen*“, den verzichtet werden kann: „*Einer kreativen Band, die „auf den richtigen Genuss von Spirituosen verzichtet“ nicht ganz abgeneigt ist, könnte das womöglich zu Schaffen machen*“ (Der Tagesspiegel, 07.12.1999).

Der Genuss ist ein Phänomen, das sich zum Schlechteren ändern kann, z.B. *Genuss verderben, Genuss vergällen*. Der ästhetische Genuss kann sehr leicht verdorben werden: „*Die Ausstellung bietet ungewollt einen beinahe surrealistischen Kontrast zwischen der ausgebreiteten Luxusgalerie und den erschütternden Dokumenten, die einem den rein ästhetischen Genuß der dargebotenen Artefakte eigentlich vergällen müßten*“ (Berliner Zeitung, 10.10.1997).

Der Genuss ist eine Erscheinung, die Zufriedenheit, seelische Befriedigung, Jubeln und positive Emotionen bereitet, z.B. *sich den Genuss gönnen, den Genuss zelebrieren*. Das folgende Beispiel stellt die Aktualisierung der Seme „zufrieden“, „angenehm“, „fröhlich“ dar: „*Wo früher einmal das karge Mahl für die Mönche eines einstigen Benediktinerklosters zubereitet wurde, zelebriert ab sofort der vom Gault*

*Millau ausgezeichnete österreichische Kochkünstler Rudolf Grabner kulinarische Genüsse“* (Die Welt, 03.08.2001).

Der Genuss ist eine Empfindung, die sich in der inneren Welt eines Menschen befindet und von diesem Menschen, seinem Wunsch und Willen abhängig ist, z.B. *den Genuss untersagen, den Genuss mindern, den Genuss abrunden, dem Ruf des Genusses folgen.*

Das Konzept GENUSS wird in den Köpfen der Muttersprachler durch die Lexeme *Genuss* und *genießen* objektiviert. Die Verbindungen des Lexems *Genuss* mit einem Adjektiv oder einem Verb (Prädikat) werden analysiert. Es gibt zusätzliche Seme, die diese Verbindungen in der semantischen Struktur des Lexems *Genuss* hereinbringen: 1. Die Komponente der positiven und angenehmen Gefühle, die keine Lücken haben: *ungetrübter, reiner Genuss, heller Genuss, großer Genuss, uneingeschränkter Genuss, reichlicher Genuss, purer Genuss, unbeschwerter Genuss, raffinierter Genuss, verfeinerter Genuss, wahrer Genuss, sublimer Genuss, herzhafter Genuss*, 2. Die Komponente der negativen und unangenehmen Gefühle, die sehr stark den Menschen beeinflussen können: *ausgiebiger Genuss, fleischlicher Genuss, übermäßiger Genuss, exzessiver Genuss.*

Das Sem „gesellschaftliche Aktivität“ wird durch die Adjektive realisiert: *künstlerischer Genuss, ästhetischer Genuss, musikalischer Genuss, literarischer Genuss, weltlicher Genuss, irdischer Genuss.* In den angeführten Beispielen realisiert sich dieses Sem auch durch Adjektive, z.B. „*Und danach geben sie sich nach Art der verschworenen Fress- und Saufgemeinschaft des Mittelalters ungehemmt irdischen Genüssen hin*“ (Der Tagesspiegel, 30.03.2002).

Das Sem „Teil des kompletten Lebens“ wird durch die Nomen realisiert: *Gipfel des Genusses, Krönung des Genusses, Moment des Genusses, Reich des Genusses, Welt des Genusses.*

Die Verbindungen, wo das Lexem *Genuss* im Dativ mit den Adjektiven oder Partizipien I/II gebraucht wird, charakterisieren sich durch ein positives oder negatives Sem: *stumm vor Genuss, verrückt vor Genuss, betrunken vor Genuss, benommen vor*

*Genuss, aufgewühlt vor Genuss, beflügelt von dem Genuss.* Diese Verbindungen beziehen sich auf den physischen und psychologischen Zustand.

Das Sem „alltägliches Gefühlerlebnis“ wird durch die Akkusativ/Dativ-Objekte realisiert, z. B. *Ansehen genießen, Ruf genießen, Vertrauen genießen, Schutz genießen, Freiheit genießen, Leben genießen, Ruhe genießen.*

Das Konzept GENUSS kann mit dem Adjektiv *genießbar* dargestellt werden. Das Adjektiv bezieht sich auf gastronomische Ebene des Genusses, z.B. *genießbares Trinkwasser, genießbares Lebensmittel, genießbare Frucht, genießbarer Pilz.*

## **2.2. Phraseologische Mittel der Repräsentation des Konzepts GENUSS**

Der Phraseologismus ist ein wichtiges Mittel zur Verbalisierung des kulturellen Konzepts. Phraseologismus ist eine feste Wortverbindung, die eine ganzheitliche Bedeutung ausdrückt und seiner Funktion nach einem bestimmten Wort zugeordnet ist. Wort, Wortverbindung und Phraseologismus sind verbreitetste Mittel der Verbalisierung von Konzepten (Алефиренко, 2002).

Die Phraseologismen benennen und verarbeiten, was Menschen täglich erleben und was in der Welt geschieht. Personen, Gegenstände, Emotionen, Einstellungen, Eindrücke, Erfahrungen, (negative) Verhaltensweisen, Urteile und Vorurteile werden durch sie auf prägnante Weise fixiert. Laut A. M. Babkin gelten Phraseologismen als „national- und kulturspezifisch“, in der Phraseologie „manifestiert sich der Geist und die Eigenart jeder Nation“. Aus dieser Sicht ist eine Nation identisch mit einer Sprache sowie einer Kultur (Бабкин, 1999).

V. N. Telija konzentriert sich darauf, wie wichtig es ist, die Phraseologismen unter dem Aspekt der Kultur zu untersuchen, um eine jeweilige Kultur aufzudecken und die kollektive Denkweise der Sprachgemeinschaft zu erforschen. Die Volkserfahrung und Umweltvorstellung entwickeln sich in einem Menschen bei seinem Kontakt mit der Welt. Der Mensch erforscht die Welt und subjektiviert die objektiven Erscheinungen. Die Phraseologie beinhaltet zusätzliche semantische, emotional wertvolle Stilelemente, die den fachbegrifflichen Inhalt einer Spracheinheit ergänzen (S.346).

Die Phraseologismen bilden eine neue semantische Einheit. Das Merkmal der Lexikalität meint also die Tatsache, dass Phraseologismen als relativ feste syntaktisch-semantische Einheiten im Lexikon einer Sprache ganzheitlich geprägt sind und dass die Mehrheit der Sprecher dieser Sprache sie als solche erkennt (Palm, 2001).

Die phrasenbezogene Zusammensetzung der Sprache ist „das markanteste Phänomen“. Kultur- und Landesspezifika bestimmen die Phraseologismen, weil sie universelle Erfahrungen wiedergeben. Die interkulturell orientierte Phraseologie untersucht landeskundliche Sachgebiete wie Religion, Volks- und Aberglaube, volkstümliche Traditionen und kulturspezifische Gruppen der Phraseologismen. Phraseologismen drücken die Identität des Volkes aus und sie sind ein Komplex, der mit der materiellen, sozialen oder spirituellen Kultur einer bestimmten Sprachgemeinschaft verbindet und kann daher auf ihre kulturelle und nationale Erfahrung hinweisen (Földes, 1996).

Diachronische und synchronische Anschnitte sollen ebenfalls gleichwertig betrachtet werden. „Gewöhnliche“ Muttersprachler kennen den historischen und etymologischen „Hintergrund“ der Bedeutung von Ausdruckseinheiten nicht. Die Erklärung der kulturell-nationalen Bedeutung des Phraseologismus wird auf der Grundlage der reflektierten – unbewussten oder bewussten Korrelation dieser lebendigen Bedeutung mit den dem Sprecher bekannten „Codes“ der Kultur erreicht (Школяренко, 2012).

Als Lexikoneinheiten sind die Phraseologismen nach praktischen Gesichtspunkten geordnet unter einem oder mehreren ihrer einzelnen lexikalischen Elemente in phraseologischen Wörterbüchern zu finden. Der Phraseologismus hat eine strikte Konstruktion einzelner lexikalischer Komponenten und die Gesamtbedeutung des Phraseologismus ist an die Konstruktion gebunden (Fleischer, 1997).

Die phraseologische Stabilität betrachtet die Erscheinung phraseologisch gebundener Wörter („unikaler Komponenten“), syntaktische und morphologisch-flexivischen Anomalien, die Stabilität nichtidiomatischer Komponenten (Häusermann, 1977).

Der Begriff GENUSS wird im Deutschen durch das Substantiv *Genuss* und das Verb *genießen* erläutert. Unter den analysierten Phraseologismen, die zur Verbalisierung des Konzepts GENUSS dienen, enthalten die meisten von ihnen die Komponente „Genuss“. Der Genuss wird von der Erfahrung der Selbstzufriedenheit und der Welt begleitet. Offensichtlich ist dies Hauptunterscheidungsmerkmal des Konzepts, daher wird Genuss als starkes Vergnügen definiert. Viele Phraseologismen beherbergen positive Bewertung, z.B. *im siebten Himmel sein; vor Freude Luftsprünge machen*. Der Phraseologismus *im siebten Himmel sein* beruht auf antiken, jüdischen und frühchristlichen Vorstellungen. Dieser Phraseologismus ist erst seit dem 19. Jahrhundert belegt (Prorotschenko, 1982).

Als Beschreibung eines positiven Gefühlszustandes gibt es solche Phraseologismen, die den Genuss als eine unkontrollierbare Erscheinung beschreiben, z.B. *sich vor Genuss nicht halten können; sich vor Genuss gar nicht zu lassen wissen*.

Wenn wir das Konzept GENUSS betrachten, wird das Lexem *Herz* als die Konzentration menschlicher Emotionen angesehen. Das ist ein Organ, das auf starke Erfahrungen reagiert. Es gibt viele phraseologischen Einheiten, in den dieses Lexem auftritt, z.B. *jemandes Herz macht einen Sprung; das Herz im Leib will j-m zerspringen; jemandem lacht/hüpft das Herz im Leib; das Herz erfreuen; jemandes Herz lacht, jemandem wird es (ganz) warm ums Herz*. Die Lexeme *Herz* und *Leib* sind mit den Konzepten GENUSS, FREUDE, GLÜCK verbunden.

Diese Phraseologismen bestehen aus einer Beschreibung von körperlichen Merkmalen, die sich bei bestimmten Erregungszuständen und Gefühlen einstellen. Die Lexeme *Herz* und *Leib* etablieren sich im 18. Jahrhundert. *Leib* und *Seele* bezeichnen die körperliche und geistige Einheit des Menschen. Schlagen des Herzens ist ein Zeichen der Aufregung. Die positive Veränderung des Herzschlagens ist ein Zeichen des Genusses. Der Phraseologismus *jemandem wird es (ganz) warm ums Herz* wird das Angenehme und Wohlige, das die Wärme symbolisiert, mit der Emotionalität des Herzens verbunden. Insbesondere in der Literatur ab den 1770er Jahren ist dieses Phraseologismus häufig zu finden, so bei Vertretern des Sturm und Drangs (Goethe, F. M. Klinger, H. L. Wagner), eine literarische Strömung, die der Rationalität und

Vernunft der Aufklärung eine ausdrucksstarke Emotionalität entgegensetzte. Das Konzept GENUSS war ein fester Bestandteil der Literatur des 20. Jahrhunderts. Das Herz gilt in vielen Sprichwörtern und Redensarten als Mittelpunkt des menschlichen Lebens und als Sitz aller Lebenskraft (Binder, 1973).

Essen und Trinken sind eine Quelle des Genusses. Die Redensart „*Essen und Trinken hält Leib und Seele zusammen*“ ist uralt. Der Mensch kommt als Ganzes ohne Essen und Trinken nicht aus. Es wird meist zur Aufmunterung zum Genuss verwendet. Martin Luther hat einen großen Wert auf Essen und Trinken gelegt. Er ist für seine Tischreden bekannt: „Auff einen guten bissen gehört ein guter trunck/da kömpt Leib und Seel zusammen“ (Deutsches Wörterbuch).

Das Essen und Trinken sind mit dem Konzept GENUSS verbunden, z.B. die Phraseologismen *jemandem den Mund wässerig/wässrig machen, sich an etwas gütlich tun, (sich) zu Gemüte führen, jmdm. ein Festessen sein, etwas auf der Zunge zergehen lassen*. Der Phraseologismus *sich gütlich tun* hat sich daraus entwickelt über "seinem Körper gütlich tun". Dieser Phraseologismus bedeutet, dass Essen und Trinken auf freundlicher Weise genossen werden muss. In der deutschen Kultur soll ein lukullischer Genuss gelegen sein. Der Phraseologismus *etwas auf der Zunge zergehen lassen* leitet sich ab von einer Köstlichkeit (Bonbon, Eis o.ä.), die auf der Zunge ihren Geschmack entfaltet, den man genüsslich auskostet. Dieser Phraseologismus kann eine übertragene Bedeutung haben. Man kann die misslungenen Wörter oder Sätze auf der Zunge zergehen lassen (Німецько-український фразеологічний словник).

Die Phraseologismen mit der Komponenten von anderen Körperteilen können das Konzept GENUSS verbalisieren, z.B. *das Auge erfreuen; keinem Esel ins Ohr schütten (ugs); sich den Mund lecken; jmdm. alle zehn Finger (nach dem Essen) lecken*. Im Phraseologismus *jemandem steht der Kopf nach etwas* wird die Stellung des Kopfes mit dem Sinn und dem Interesse einer Person verglichen. Im 18. Jahrhundert können wir die erste Erwähnung dieses Phraseologismus finden (Phraseologisches Wörterbuch)

Die Bezeichnungen von Tieren können als die Komponente der Phraseologismen mit der Bedeutungskomponente „Genuss“ betrachtet werden, z.B.

*sich freuen wie ein Schneekönig* – задоволений як слон; *wie ein Honigkuchenpferd strahlen* – посмiхатися до вух. Schneekönig ist ein kleinster Singvogel. Dieser Begriff stammt aus dem 16. Jahrhundert. Er wurde früher auch als Spottname des Königs von Schweden, Gustav II. Adolf (1594–1632) gebraucht. In Sachsen und Thüringen wird dieser Begriff verwendet. Der Phraseologismus *wie ein Honigkuchenpferd strahlen* kann eine negative Konnotation erwerben, weil er das dämmliche Grinsen eines naiven, einfältigen Menschen bezeichnet (Deutsches Wörterbuch).

Das Konzept GENUSS kann als eine Quelle des kompletten Lebens bezeichnet werden, z.B. *sich einen Bunten machen, leben wie Gott in Frankreich, den Himmel auf Erden haben, für jmdn. hängt der Himmel voller Geigen*. Der Phraseologismus *leben wie Gott in Frankreich* bezieht sich auf das luxuriöse Leben der Geistlichkeit und/oder des Adels in Frankreich vor der Revolution 1789. Frankreich galt als „Land des unbeschäftigten Gottes“. Im Phraseologismus *den Himmel auf Erden haben* ist Himmel tief mit dem Genuss verbunden. Himmel und Paradies gelten gleichermaßen als Aufenthaltsorte der Seligen und sorgenfreie Stätten des höchsten Genusses. Der Phraseologismus *für jmdn. hängt der Himmel voller Geigen* findet sich bereits im 15. Jahrhundert. Er bezieht sich auf Bilder von Engelschören und einen himmlischen Genuss (Binder, 1973). Die Konzepte LEBEN und GENUSS haben eine negative Konnotation im Phraseologismus *die Blumen des Vergnügens pflücken*. Der Ausdruck wird in der Literatur verwendet. Das bedeutet, dass der Mensch die Unannehmlichkeiten des Daseins hat und genießt das Leben sorglos und egoistisch (abwertend).

Das Konzept GENUSS kann als ein Grund des kompletten Glücks bezeichnet werden, z.B. *etwas in vollen Zügen genießen, sich wie im Paradies fühlen/ sich wie im Himmel fühlen, sich wie im siebten/siebenten Himmel fühlen, wie ein Vollmond strahlen, über das/übers ganze Gesicht strahlen*. Der Phraseologismus *sich wie im siebten/siebenten Himmel fühlen* hat eine biblische Herkunft. Wenn man nur die sieben Planetenhimmel zählt, ist der siebte Himmel der höchste und damit die höchsten erreichbaren Glück und Genuss. Zuerst wurde die Komponente „bis zum dritten



Himmel“ verwendet. Diese Komponente stammte die aus dem Neuen Testament. Die Phraseologismen *wie ein Vollmond strahlen, über das/übers ganze Gesicht strahlen* (lachen) beruhen auf einem Vergleich mit den Sonnenstrahlen. In einem frühen Beleg aus dem 18. Jahrhundert kommt das direkt zum Ausdruck: „Die Freude stralte aus ihren Gesichtern, wie die Sonn aus dem Teich“. Der Genuss kann Freude und Glück bereiten (Etymologisches Wörterbuch).

Das Konzept GENUSS kann als eine Quelle der alltäglichen oder öffentlichen Zufriedenheit bezeichnet werden, z.B. *Achtung genießen, einen guten Ruf haben/genießen, jemandes Gunst genießen/in jemandes Gunst stehen*. Der Phraseologismus *jemandes Gunst genießen/in jemandes Gunst stehen* hat einen antiken Ursprung. In der Antike glaubte man, dass ein Sieg bei den Wettkämpfen in Olympia der Gunst der Götter zuzuschreiben war, und dass der Sieger in deren Gunst stand. Dieser Phraseologismus hatte einen tiefen Zusammenhang mit den Göttern (Etymologisches Wörterbuch).

Das Konzept GENUSS ist eine der höchsten Erscheinungen im Leben des Menschen. Die Phraseologismen *es herrscht eitel Sonnenschein/Wonne, gut Wetter machen, in (eitel) Wonne schwimmen*. beziehen sich auf die Harmonie und Genuss in der inneren Welt des Menschen. Seit dem 16. Jahrhundert stehen Ausdrücke wie schlechtes/gutes/schönes Wetter im übertragenen Sinn für negative oder positive seelische Empfindungen. Die ständigen Schwankungen des Wetters eignen sich zum Vergleich mit Stimmungsschwankungen (Prorotschenko, 1982).

Der Begriff findet sich erstmals 1520 bei Luther, der auch für seine weitere Verbreitung sorgte, ebenso wie für das Bild von der Wetterfahne.

Der Genuss ist ein unbegrenzter Spaß. Die Phraseologismen *etwas macht einen Heidenspaß* hat eine komplizierte Etymologie. Das Wort „Heide“ hat eine sehr komplizierte Etymologie, seit 368 ist es im Gebrauch. Die Christen grenzten sich damit von den nichtchristlichen Religionen ab. Die Christen hielten die Heiden für ungezügelte, wilde Menschen, die keine Kultur hatten. So wurde das Wort „Heiden“ zum verstärkenden Bestimmungswort, wenn man einen Ausdruck kräftig steigern wollte. Der Phraseologismus *Spaß in den Backen haben* bezieht sich auf die

verzogenen Wangen des Lachenden. Sie kam um die Jahrtausendwende auf, der erste Beleg ist im Jahr 1997 zu finden (Etymologisches Wörterbuch).

Der Phraseologismus *auf seine Kosten/Rechnung kommen* hat eine lateinische Herkunft. Das mit lat. „constare“ (zu stehen kommen) verwandte Wort „etwas (Geld) kosten“ ist in ähnlicher Lautform auch in den romanischen Sprachen vorhanden. Es verbreitet sich um 1200 in Deutschland und wird in verschiedenen Ableitungen (kostbar u. a.) ein ritterliches Wort. Dabei erweitert dieses Wort seine Bedeutung und der von lat. Gustus (Geschmack) abgeleitete Begriff etwas kosten bezieht sich auf dem Wort kosten im Sinne von prüfen, abschmecken (köstlich schmecken). Dieser Phraseologismus kommt in der deutschen Literatur vor (Duden: Deutsches Universalwörterbuch, 2016).

Das Konzept GENUSS hat eine weitergehende Bedeutung im Sinne von „etwas nutzen“ oder „etwas benutzen“. Das mittelhochdeutsche „geniesz“ bezeichnete die „gemeinsame nutznieszung“. Die Phraseologismen *in den Genuss von etw. kommen*, *j-n um den Genuss bringen* beziehen sich auf den Genuss als eine Erscheinung, die man sich nicht nur leicht aneignen, sondern auch leicht nehmen kann.

Der Genuss kann auch von Schwierigkeiten begleitet werden, z.B. *Willst du Genuss, so nimmst auch den Verdruss, Gestohlene Brocken schmecken wohl – man verdaut sie aber schwer, Verbotenes Obst ist süß. In verbotenem Teiche fischt man am liebsten, Der Apfel schmeckt süß, um den man den Wächter betrügt*. Diese Sprichwörter zeigen, dass man den Genuss schwer erwirbt. Einige Sprichwörter haben eine biblische Herkunft. Verbotenes Obst bezieht sich auf den Apfel vom Baum der Erkenntnis. Der Genuss war die treibende Kraft in der Geschichte von Adam und Eva. Es war ein Genuss, dass sie dazu veranlasste, eine Sünde zu begehen. Das Konzept GENUSS ist mit den Konzepten VERBOT und GEFÄHR verbunden. Um Genuss zu erwerben, muss der Mensch durch Gefahren und Verbote gehen. Der Genuss ist mit der verbotenen Frucht – Apfel verbunden. Der Apfel ist ein Symbol für Verbot und Gefahr. Einige Sprichwörter stammen indirekt aus der Bibel (Wörterbuch des Christentums, 1995).

Die Sprichwörter zeigen, dass es notwendig ist, ein Hindernis zu überwinden, um Genuss zu haben, z.B. *Je näher dem Bein, je süßer das Fleisch, Das Letzte ist das Beste, Der Rest ist für die Gottlosen*. Diese Sprichwörter haben eine biblische Herkunft. Das Sprichwort *Der Rest ist für die Gottlosen* geht auf die Bibel zurück. Im Psalm 75,9 heißt es: „...der Herr hat einen Becher in der Hand und mit starkem Wein voll eingeschenkt ...; aber die Gottlosen müssen alle trinken und die Hefen aussaufen.“ Auf diesen Trinkrest bezogen ist wohl die heute gebräuchliche Wendung entstanden, die nur noch vom „Rest“ spricht, den ja (z. B. beim Essen) oft niemand mehr haben will. Aus Psalm LXXIII, 25. 26 stammt das Sprichwort *Das Letzte ist das Beste*. Je länger ein Mensch zum Ziel geht, desto angenehmer ist es, alles im letzten Moment zu erhalten (Etymologisches Wörterbuch).

Das Sprichwort *Je näher dem Bein, je süßer das Fleisch* ist ein altes Sprichwort, das schon um 1600 in verschiedenen Ländern dazu gebraucht wurde, um zu rechtfertigen, den armen und unterprivilegierten Menschen nur die Reste zu geben. Das bedeutet auch, umso dünner ein Mensch ist, umso näher ist das Fleisch/Haut des Beins. In Deutschland stand das Sprichwort schon 1616 im Buch „Teutsche Sprach und Weisheit Thesaurus Germanicae“ von Georg Henisch, Doktor der Medizin (1549 - 1618). Dort steht es in Spalte 1137 in Verbindung mit dem Glauben: „Fleisch und Blut können das Reich Gottes nicht erben. Gott wechselt mit uns wunderbar unser Fleisch, nimmt er an und gibt uns in sein Himmelreich die klare Gottheit darein. Je geringer Glaube, je stärker Fleisch und Blut und je weniger ihm abgebrochen wird. Je näher dem Bein, je süßer Fleisch.“ (Duden: Redewendungen und sprichwörtliche Redensarten, 1998).

Dies zeigt, dass das Konzept GENUSS ein altes Konzept ist, der bis in biblische Zeiten zurückreicht. Der Genuss war sehr gefährlich. Gleichzeitig wurde Genuss als Sünde empfunden. Das war der Grund, warum Eva und Adam aus dem Paradies vertrieben wurden.

Das Konzept GENUSS ist eine Erscheinung, die in die feine Gesellschaft geht. Der Genuss ist die Besonderheit der feinen Gesellschaft. Die Sprichwörter *Was die Fürsten geigen, das müssen die Untertanen tanzen, Wenn die Herren sich raufen,*

*müssen die Bauern die Haare lassen, Großer Herren Streit geht über Land und Leute, Der Herren Sünde, der Bauern Buße* zeigen, dass das Beste von den höchsten Rängen empfangen wird und das Schlechteste wird von den einfachen Leuten empfangen (Бойко, 2002).

Die Sprichwörter *Wenn die Herren sich raufen, müssen die Bauern die Haare lassen, Der Herren Sünde, der Bauern Buße* zeigen, dass die Führungsspitze die Dinge untereinander regeln, und sie leiden unter ihren Ambitionen nicht. Die unteren und ärmeren Schichten der Bevölkerung leiden unter die Ambitionen der Führungsspitze. Der Genuss ist ein Los der feinen Gesellschaft. Das Sprichwort *Der Herren Sünde, der Bauern Buße* hat eine ähnliche Bedeutung. Die unteren und ärmeren Schichten der Bevölkerung ist verantwortlich für die Handlungen und Sünden der feinen Gesellschaft. Diese Sprichwörter beziehen sich auf den Genuss als ein Prärogativ der feinen Gesellschaft (Duden: Redewendungen und sprichwörtliche Redensarten, 1998). Das Sprichwort *Was die Fürsten geigen, das müssen die Untertanen tanzen* hat eine ähnliche Bedeutung. Alles Gute geht den Fürsten, und die Untertanen sollen nach ihrer Pfeife tanzen. Diese Sprichwörter zeigen, dass das Konzept GENUSS auch eine Art Hierarchie ist. Derjenige, der in der sozialen Hierarchie höher steht, bekommt das Beste im Leben (Boyko, 2012).

Das Konzept GENUSS ist mit den Konzepten BESESSENHEIT und LEIDENSCHAFT verbunden, z. B. *vom (Spiel)Teufel besessen sein, eine Sünde wert sein*. Der Genuss kann so groß sein, dass man auch einmal etwas tun kann, was man eigentlich nicht tun sollte. Diese Phraseologismen haben eine biblische Herkunft und es gibt einen tiefen Zusammenhang zwischen diesen Phraseologismen und der Geschichte von Eva und Adam. Menschen können dem Genussgefühl so stark erliegen, dass es zu einer Sucht und mit der Zeit zu einer Krankheit werden kann. Der Genuss kann nicht nur positiv und frei sein, sondern stellt erwiesenermaßen auch eine Gefahr für die Kontrollierbarkeit und seinen richtigen Einfluss auf die Menschen.

Die Besonderheiten des Konzepts GENUSS sind in der deutschen Phraseologie manifestiert. Die deutsche Phraseologie betont, dass der Genuss sowohl positive als auch negative Folgen hat.

## **Schlussfolgerungen zum Kapitel 2**

Das Konzept GENUSS hat sich im Laufe der Geschichte entwickelt. Die Basisschicht des Konzepts bildet ein sinnliches Bild, das das Konzept als geistige Einheit kodiert. Für das Konzept GENUSS ist die Basisschicht das Bild einer positiven Erscheinung, die mit kulinarischen, ästhetischen und körperlichen Tätigkeiten verbunden ist. Das Schlagwort für das deutsche Konzept GENUSS ist das Lexem „Genuss“. Das Wort „Genuss“ ist ein Abstraktum. Für einige Wissenschaftler sind Abstrakta denotatlose Wörter. Die abstrakten Nomina bezeichnen keine Sachen, sondern sie sind die Namen der komplizierten Situationen.

Das Konzept GENUSS wurde in der antiken Zeit entwickelt. Im Laufe der Geschichte wurde das Konzept GENUSS erweitert und verengt. Die moderne Bedeutung des Konzepts GENUSS ist 1. Freude, Annehmlichkeit, die jemand beim Genießen von etwas empfindet; 2. Aufnahme von Essen und Trinken, 3. etw. erhalten, bekommen, 3. Nutznießung, Nutzung.

Jedes Wörterbuch bietet seine eigene Definition des Wortes „Genuss“, aber alle diese Definitionen widerspiegeln das Resultat des philosophisch-ethischen Überdenkens vom Phänomen Genuss. Wörterbücher bieten mehrere Definitionen des Lexems GENUSS.

Die Analyse zeigt die folgenden konzeptuellen Merkmale des untersuchten Konzepts: „Gefühl“, „Freude“, „Vergnügen“, „Zufriedenheit“, „Lieblingsbeschäftigung“, „Behaglichkeit“, „Annehmlichkeit“ (Empfindungen/Erfahrungen/Gedanken), „Streben“, „angenehme Unterhaltung“, „Spaß“, „Freude“, „Leidenschaft“, „Glück“, „Belustigung“, „Zufriedenheit“, „Wunsch“, „Bedürfnis“, „Emotion“.

Das wortbildende Feld in der Struktur des Nominativfeldes des Konzepts GENUSS besteht aus drei Mikrofeldern: Genuss als Phänomen, Genuss als Prozess, Genuss als Zeichen. Relevante Zeichen des Konzepts GENUSS sind die dadurch verursachten Phänomene. Die Ableitungen des Lexems „Genuss“ dienen zur Charakterisierung der Menschen oder der menschlichen Handlungen.

In der deutschen Kultur ist das Konzept GENUSS mit der Kochkunst und Geschmackssinn verbunden. Im Konzept GENUSS realisiert sich die Komponente der negativen und unangenehmen Gefühle, die sehr stark den Menschen beeinflussen können.

Das Konzept GENUSS ist eine Empfindung, die sich in der inneren Welt eines Menschen befindet und von diesem Menschen, seinem Wunsch und Willen abhängig ist.

Die Phraseologismen beherbergen die ähnlichen Seme. Das sind nämlich: Eine positive Empfindung; eine negative Empfindung, die Gefahr bereitet; Teil des kompletten Lebens/Glücks; Auswirkung auf den Genuss eines anderen Menschen; Erscheinung, die in die feine Gesellschaft geht; Erscheinung, die mit Besessenheit und Leidenschaft verbunden ist; Nutznießung der Güter; der Genuss ist etwas Wichtiges für das gute Leben; ein physisches Organ, das in der inneren Welt jedes Menschen existiert.

## **KAPITEL III. WIEDERGABE DER PHRASEOLOGISMEN UND SPRICHWÖRTER MIT DER BEDEUTUNGSKOMPONENTE GENUSS INS UKRAINISCHE**

### **3.1. Besonderheiten beim Übersetzen von Phraseologismen**

Phraseologismen sind mentale Einheiten, die sich unter Wortverbindungen durch Idiomatizität, Stabilität, Lexikalisierung und Reproduzierbarkeit auszeichnen. Das Problem beim Übersetzen der Phraseologismen besteht darin, dass sie „kulturspezifische“ Besonderheiten des Volkes darstellen. Die Basis jedes phraseologischen Wörterbuchs sind formale interlinguale Korrespondenzen, die Gemeinsamkeit der Konzeptssysteme in verschiedenen Sprachen zeigen. Ein bedeutender Teil solcher Korrespondenzen hat sich historisch im Verlauf der Kontakte zwischen den Völkern entwickelt (Fleischer, 1997).

Die umgangssprachliche Färbung, aphorismenartiger Charakter, Bildhaftigkeit und Lakonismus neben der nationalkulturellen Spezifik sind für phraseologische Einheiten typisch. Diese Besonderheiten machen die authentische Übersetzung schwieriger. Die Schwierigkeit besteht darin, dass derselbe sprachliche Ausdruck sowohl feststehend als auch frei sein kann (Пророченко, 1982)

Die Wahl einer geeigneten Übersetzungsmethode eines Phraseologismus hängt von der Komplexität seiner semantischen Struktur, bildlichem Charakter, nationalen und kulturellen Besonderheiten seiner Bedeutung. Die Forschung der Phraseologie verschiedener Sprachen und ihre vergleichende Analyse machen es möglich, nicht nur idioethnische Merkmale einer Nation, die Besonderheiten ihrer Weltanschauung, aber auch ein tiefes, universelles Verständnis und Grundlagen der Weltanschauung und Leitlinien der Menschheit zu bestimmen.

Phraseologismen im engeren Sinne sind durch das Merkmal der Idiomatizität gekennzeichnet, während bei den Phraseologismen im weiteren Sinne Kollokationen, Sprichwörter und formelhafte Texte mit einbezogen werden; gelegentlich gelten als Phraseologismen im engeren Sinn (Телия, 1998).

Beim Übersetzen von Phraseologismen beachtet man vier Kriterien, die sie identifizieren. Diese vier Kriterien setzen sich aus der Polylexikalität, Idiomatizität, Stabilität sowie Lexikalisierung und Reproduzierbarkeit zusammen. Polylexikalität ist innere Struktur des Phraseologismus. Der Übersetzer achtet darauf, aus welchen Autosemantika also Hauptwortarten wie Substantive, Verben, Adjektive, Adverbien und Numeralia und Synsemantika, also grammatische Wörter wie Pronomen, Präpositionen, Konjunktionen und Artikel, der Phraseologismus besteht. Als Lexikoneinheiten sind die Phraseologismen nach praktischen Gesichtspunkten geordnet unter einem oder mehreren ihrer einzelnen lexikalischen Elemente in phraseologischen Wörterbüchern zu finden (Fleischer, 1997).

Bei der Idiomatizität sind zwei Unterasspekte „Metaphorisierung“ und „phraseologische Bedeutung“ vorhanden. Der Aspekt „Metaphorisierung“ bedeutet, dass die phraseologische Bedeutung durch ein Bild vermittelt wird. Die phraseologische Bedeutung bedeutet, dass hinter dem Phraseologismus eine überführte Bedeutung steckt. Dieser Begriff „umfasst“ einerseits die strukturellen Anomalien, die einen Aspekt der „Festigkeit“ ausmache, andererseits die spezifisch semantischen Besonderheiten, die viele Phraseologismen von freien Wortverbindungen abheben“ (Burger, 1998).

Die Phraseologismen sind relativ stabile sprachliche Ganzeinheiten. Das Kriterium der Festigkeit ist abhängig vom Grad der Idiomatizität. Der Phraseologismus hat eine strikte Konstruktion einzelner lexikalischer Komponenten und die Gesamtbedeutung des Phraseologismus ist an die Konstruktion gebunden. Die phraseologische Stabilität betrachtet die Erscheinung phraseologisch gebundener Wörter („unikaler Komponenten“), syntaktische und morphologisch-flexivischen Anomalien, die Stabilität nichtidiomatischer Komponenten (Виноградов, 1986).



Aus der Sicht der bestimmten Prinzipien sind Phraseologismen im Deutschen und Ukrainischen die unterschiedlichsten sprachlichen Einheiten hinsichtlich der Semantik und der Struktur. In der phraseologischen Struktur der modernen deutschen und ukrainischen Sprachen unterscheidet man zwei große strukturelle und semantische Gruppen: Phraseologische Einheiten, die strukturell mit dem Satz und prädikativen Wortkombinationen korreliert sind; phraseologische Einheiten, die strukturell mit den Redewendungen korreliert (Пророченко, 1982).

Aus der Sicht der Bedeutung, die sich durch das Zusammenwirken von Struktur, Kompatibilität und semantischer Transformation der Komponenten im Deutschen und Ukrainischen ergibt, unterscheidet man phraseologische Einheiten, phraseologische Verbindungen und phraseologische Zusammenbildungen. Phraseologische Einheiten kennzeichnen sich durch die einheitliche umgedeutete Gesamtbedeutung der festen Wortverbindungen und bezeichnen ebenso einen einheitlichen Begriff (Burger, 1998). Phraseologische Verbindungen unterscheiden sich von den phraseologischen Zusammenbildungen und Einheiten dadurch, dass sie nicht umgedeutet werden und folglich sind ihre Gesamtbedeutung aus den Bedeutungen ihrer Komponenten erschließen lässt.

Phraseologische Zusammenbildungen kennzeichnen sich als feste Wortbildungen durch die vollständige Umdeutung, durch die völlige semantische Unzerlegbarkeit und folglich durch die Unableitbarkeit der Gesamtbedeutung der Wortverbindungen aus den Bedeutungen ihre Komponenten.

Für einen Angehörigen einer anderen Kultur kann es schwierig werden, diese kulturhistorischen und gesellschaftlichen Unterschiede nachzuvollziehen bzw. zu verstehen. Hier muss der Übersetzer vermitteln und auswählen, wie er den Phraseologismus soweit wie möglich mit gleichwertigen Mitteln übersetzt. Dies stellt den Übersetzer vor verschiedene Anforderungen: Der Phraseologismus sollte inhaltlich und formal möglichst getreu, aber doch verständlich wiedergegeben werden, wenn möglich mit gleichwertigen Mitteln, d.h. mit einem anderen Phraseologismus. Im Allgemeinen beinhalten phraseologische Übersetzungen zwei Schritte: 1. Erkennen der Bedeutung des Phraseologismus in der Ausgangssprache und Durchführen einer

„innersprachlichen Übersetzung in ein Lexem oder eine Wortverbindung“, 2. Suchen von Lexemen oder Wortverbindungen mit der gleichen Bedeutung in der Zielsprache und in der Folge Auffinden von Phraseologismen mit gleicher Bedeutung, die eine verständliche Übersetzung in Bezug auf Inhalt und Form erlauben. Die Voraussetzung dafür ist, dass solche existieren (Hansen, 2001).

Spannungsfelder treten durch die bildhafte, expressive und mehrgliedrige Sprache und durch den Umstand auf, dass Phraseme meist auf Grund eines spezifischen nationalen Hintergrundes bzw. Bildes entstanden sind – ihrem nationalen Charakter.

Ein weiteres Problem bei der Übersetzung von phraseologischen Einheiten ist die Umgebung. Es kann beispielsweise der deutsche Phraseologismus in dieser syntaktischen Umgebung nicht mit dem ukrainischen Phraseologismus gleichgesetzt werden, da diese Verbindung zwischen phraseologischer Einheit und Nebensatz nicht geläufig ist (Gläser, 1986).

Die Übersetzung eines Phraseologismus in eine andere Sprache kann durch folgende Mittel erfolgen: Derivat, Wort, Wortverbindung, Umschreibung, Phraseologismus. Der Übersetzer soll verschiedene Möglichkeiten der Übersetzung von Phraseologismen berücksichtigen. Man unterscheidet volle Übersetzbarkeit, teilweise Übersetzbarkeit, Nulläquivalenz und Pseudoäquivalenz (Kammer, 2000).

Ein Versuch ihrer wörtlichen Übersetzung führt zu Ungenauigkeiten und manchmal zu Inkonsistenzen und kann sogar die Harmonie der Rede stören. Die Lehnübersetzung kann eine Verzerrung des Inhalts der Phraseologie provozieren und zum Verlust ihrer Originalität und Authentizität führen. Es ist sehr wichtig, eine stilistische Funktion des Phraseologismus zu bewahren.

Die phraseologische Semantik ist in der Kultur der jeweils untersuchten Sprache verwurzelt. Bei der Übersetzung von Phraseologismen muss ihre Form berücksichtigt werden, da die Form des Phraseologismus eine bestimmte Färbung hat und bestimmte Informationen trägt. Sie bestimmt den Phraseologismus. Informationen in dem Phraseologismus kann manchmal nur durch die Form selbst wahrgenommen werden. Der Übersetzer muss den Phraseologismus nicht nur aus Sicht der kommunikativen

Aufgabe, sondern auch in Bezug auf seine formale Struktur analysieren. Der Übersetzer soll die Besonderheiten der übersetzten Informationen bestimmen (Пророченко, 1982).

Phraseologismen gehören zu solchen sprachlichen Einheiten, die schwer oder überhaupt nicht in eine andere Sprache übertragbar sind. Das Ziel der kontrastiven Untersuchung von phraseologischen Einheiten ist die Suche nach den äquivalenten Entsprechungen der Zielsprache für Phraseme der Ausgangssprache. Dementsprechend kann man verschiedene Strategien der Translation von Phraseologismen unterscheiden. Wörtliche Übersetzung ist in solchen Fällen möglich, wenn sie einen bedeutungsäquivalenten und relevanten Phraseologismus ergibt (Koller, 1997).

Das Übersetzungsverfahren „sinnentsprechende Interpretation“ ist eine Substitution durch einen fest zugeordneten Phraseologismus oder eine relativ sinnentsprechende Wendung. In der Zielsprache kann der Übersetzer keine direkte phraseologische Entsprechung finden, deshalb verwendet er nichtphraseologische Umschreibung des Phraseologismus in der Ausgangssprache. Dieses Verfahren kann bei den lexikalischen Paraphrasen und „Schein-Phraseologismen“ (Neuschöpfungen), die aufgrund ihrer besonderen Form wie sprichwörtliche Redensarten klingen, verwendet werden (Hansen, 2001).

Das Übersetzungsverfahren hängt von der Art des Phraseologismus und seiner Entsprechung in der Zielsprache. Man unterscheidet direkte phraseologische Äquivalente und analoge phraseologische Äquivalente. In der Zielsprache lassen sich nichtphraseologische Entsprechungen wie Einwortlexeme, freie Sätze, stabile und feste Wortfügungen finden (Worbs, 1994).

Für die Übersetzungsproblematik müssen vor allem Teiläquivalenz und Nulläquivalenz berücksichtigt werden. Diese zeigen die spezifischen Unterschiede zwischen zwei Sprachen. Die Phraseologismen in der Ausgangs- und Zielsprache haben vollständige Äquivalenz, partielle Äquivalenz, Nulläquivalenz. Vollständige Äquivalenz setzt eine Übereinstimmung zwischen Ausgangs- und Zielsprache (Gercken, 1999).

Partielle Äquivalenz beruht an inhaltlicher Übereinstimmung auf der Nichtübereinstimmung in einem bzw. mehreren, meist miteinander zusammenhängenden verbundenen Faktoren. Nulläquivalenz ist keine systemhafte phraseologische Entsprechung für ein Ausgangsphraseem und sie lässt sich nur auf lexikalischer Ebene herstellen (Worbs, 1994).

Bei der Übersetzung von Phraseologismen sollte zuerst berücksichtigt werden, was der eigentliche Zweck der Übersetzung ist, denn das ist ausschlaggebend für die Definition einer geglückten Übersetzung von Phraseologismen. Hierbei stellt sich die Frage, ob der Übersetzer die größtmögliche Annäherung an den Ausgangstext erzielen möchte, oder ob der Übersetzer dem Empfänger der Zielsprache die kulturellen und sprachlichen Besonderheiten der Ausgangssprache näher bringen möchte. Man muss ein richtiges Äquivalent finden (Koller, 1997).

Man unterscheidet folgende Gruppen der Phraseologismen in der deutschen Sprache: Phraseologismen, die in der ukrainischen Sprache phraseologische Äquivalente haben; Phraseologismen, die keine phraseologischen Äquivalente in der ukrainischen Sprache haben. Es gibt nichtphraseologische Äquivalente, d.h. einzelne Wörter oder Wendungen nichtphraseologischen Charakters, die der deutschen Phraseologismen entsprechen oder deren Bedeutung darstellen. Im Neudeutschen gibt es eine Vielzahl von feststehenden Redewendungen, die in bestimmten Sprachsituationen in fertiger Form wiedergegeben werden und nicht aus vorhandenen Sprachelementen gebildet werden (Пророченко, 1982).

Spezifische prädikative Kompatibilität, spezielle syntaktische Verbindungen, phonetische Besonderheiten feststehender Phraseologismen spielen eine wichtige Rolle. Die Phraseologismen sind durch „eine Kombination aus Standardsprachgebrauch und Unkonventionalität des sprachlichen Ausdrucks“ gekennzeichnet. Diese Besonderheiten der Phraseologismen erschweren die Übersetzung verschiedener deutscher Phraseologismen ins Ukrainische.

Eine adäquate Übersetzung der deutschen Phraseologismen ins Ukrainische beinhaltet die Erhaltung der referentiellen Bedeutungen und der stilistischen Färbung. Bei der Übersetzung der Phraseologismen müssen folgende Aspekte übermittelt

werden: 1) der Hauptinhalt des Phraseologismus, 2) der zusätzliche Inhalt des Phraseologismus; 3) aktualisierter Inhalt; 4) emotional gefärbter Inhalt; 5) Genre- und Stilzugehörigkeit des Phraseologismus; 6) der Grad der Sprachstandardisierung (Sprachgebrauch) (Телия, 1998).

Die Übersetzung des deutschen Phraseologismus ins Ukrainische ist kompliziert. Sie hängt von der Anzahl dieser Aspekte, die bei der Übersetzung übertragen werden müssen. Phraseologische Einheiten können sich in der Rolle einzelner Aspekte und in ihrer allgemeinen semantischen und stilistischen Eigenschaften unterscheiden.

Es gibt zwei Hauptschwierigkeiten beim Übersetzen von Phraseologismen: Die oft sehr spezifischen Bedingungen von Phraseologismen; die Doppeldeutigkeit der meisten Phraseologismen. Die Phraseologismen können sowohl eine wörtliche als auch eine phraseologische Bedeutung haben. Bei alltäglicher Verwendung stellen die Phraseologismen die Übersetzungsprobleme dar. In einem literarischen Kontext können mehrere Schwierigkeiten beim Übersetzen von Phraseologismen in stilistisch markierten Kontexten entstehen (Albrecht, 2005).

Der Übersetzer soll sein literarisches, soziokulturelles und landeskundliches Hintergrundwissen benutzen, um die inhaltliche Invarianz des Phraseologismus zu wahren.

Beim Übersetzen von Phraseologismen soll der Übersetzer die Resemantisierung oder die semantische Wiedergabe und Polysemantisierung. Der Übersetzer soll mehrere Bedeutungsebenen in gleichem Maße entwickeln und aktualisieren. Der Sinn des Phraseologismus soll mit sonstigen sprachlichen Mitteln wiedergegeben werden. „Phraseologismen stellen Sinneinheiten dar, die als Ganzes wiedergegeben werden müssen; am besten wiederum durch einen Phraseologismus der Zielsprache dessen Bedeutung ungefähr der des ausgangssprachlichen Phraseologismus entspricht“ (Koller, 1997).

Es gibt auch Beispiele für inadäquate oder falsche Wiedergaben, die als unzureichende „phraseologische Kenntnisse“ bezeichnet werden. Neben den oben genannten Fehlerquellen gibt es auch „falsche Freunde“ des Übersetzers. Die

Phraseologismen oder „falsche Freunde“ sind Wendungen, die der Zielsprache inhaltlich nicht entsprechen. Die Phraseologismen können die gleichen Bestandteile oder eine ähnliche Form haben. Der Übersetzer kann beim Übersetzen die Paraphrasierung verwenden, um die Bildlichkeit und phraseologische Bedeutung zu entschlüsseln (Burger, 1998).

Phraseologismen sind ein Sonderfall bei der Übersetzungstätigkeit. Die Phraseologismen können feste Äquivalente in den verschiedenen Sprachen zugeordnet werden. Der Übersetzer kann solche Probleme bei Lehnphraseologismen aus der antiken Literatur oder der Bibel, die in die europäische Sprache übernommen wurden. Der Übersetzer soll den Phraseologismus analysieren und danach einen stilistisch und inhaltlich äquivalenten Ausdruck suchen. Der Lebens-, Sach- und Assoziationsbereich muss beim Übersetzen von Phraseologismen berücksichtigt werden. Feste Äquivalente bezeichnen sich durch sinnentsprechende Interpretation (Koller, 1997).

Der Übersetzer kann beim Übersetzen von Phraseologismen die Probleme mit der Rezeption, Äquivalenz und Produktion haben. Der Ausgangstext muss vom Übersetzer gelesen und verstanden werden (Rezeption) und ein abhängiger Zieltext soll vom Übersetzer verfasst werden (Produktion). Der Übersetzer soll ein theoretisches Bewusstsein oder eine Sensibilität gegenüber der Existenz von Phraseologismen haben. Die Produktionsprobleme bestehen darin, dass der Übersetzer die Phraseologismen der Zielsprache unnatürlich formuliert (Hansen, 2001).

Der Übersetzer soll die Ausdrücke finden und auswählen, die der Mehrschichtigkeit des Phraseologismus in der Ausgangssprache gerecht werden.

Die Äquivalenzprobleme können beim Übersetzen der Phraseologismen auftreten. Die Äquivalenzprobleme sind Übersetzungsprobleme, die andere Gründe als Rezeptions- und Produktionsprobleme haben. Äquivalenzprobleme sind oft mit der scheinbaren Äquivalenz (falsche Freunde) verbunden. Wenn sich der Übersetzer diesen Problemstellungen bewusst ist, dann bieten sich ihm verschiedene Übersetzungsmöglichkeiten für Phraseologismen an (Worbs, 1994).

Rezeptionsprobleme treten auf, wenn der Übersetzer kein theoretisches Bewusstsein oder keine Sensibilität gegenüber der Existenz von Phraseologismen hat, oder wenn die Phraseologismen nicht im mentalen Lexikon gespeichert sind.

Bei der Produktion soll ein Ausgangsphraseologismus nicht verstanden werden, sondern dass es dem Übersetzer nicht gelingt sich von der Bildlichkeit oder der Struktur desselben zu lösen. Der Übersetzer soll natürliche Formulierungen beim Phraseologismus in der Zielsprache formulieren (Hallsteinsdóttir, 1997).

Bei der Übersetzung der Phraseologismen soll der Übersetzer formal-stilistische und inhaltlich-semantische Ebene richtig wiedergeben. Verschiedene sprachliche und stilistische Möglichkeiten der Zielsprache helfen damit, dass der Übersetzer dem Leser der Übersetzung einen richtigen Gesamteindruck verschafft.

Der Übersetzer hat eine Vielzahl von Wiedergabemöglichkeiten. Phraseologismen können wie folgt übersetzt werden: 1) Volle oder annähernde Übersetzung bei internationalen Phraseologismen, die im Ukrainischen und Deutschen die gleiche oder annähernde Bedeutung haben. Die Phraseologismen haben vollständige Äquivalenz; 2) Ähnliche Metaphorisierung bei Phraseologismen im Ukrainischen und Deutschen, die annähernde Bedeutung haben. Dieses Verfahren tritt bei der partiellen Äquivalenz auf. Oft gibt es keinen äquivalenten Phraseologismus. Dann wird von einer Nulläquivalenz gesprochen. Hier bieten sich dem Übersetzer verschiedene Übersetzungsmöglichkeiten an: Suche nach einem Phraseologismus, dessen Bedeutung der des Ausgangsphraseologismus möglichst nahe kommt; Suche nach einem einfachen Wort, das der Bedeutung des Phraseologismus möglichst nahe kommt; Suche nach einer Umschreibung durch mehrere Wörter (Burger, 1998).

Bei der Nulläquivalenz unterscheidet man vier Möglichkeiten. Der Übersetzer verwendet die Umschreibung, aber der Phraseologismus verliert seinen phraseologischen Charakter. Der Übersetzer kann die Ausdrücke finden, die wie Phraseologismen klingen und den Sinn des Phraseologismus in der Zielsprache wiedergeben. Die naheliegenden Phraseologismen können vom Übersetzer gewählt werden. Solche Phraseologismen haben nicht genau den gleichen Sinn. Die wörtliche

Übersetzung ist auch möglich und dieses Verfahren gibt eventuell den Sinn des Phraseologismus in der Zielsprache nicht wieder (Koller, 2002).

Beim Übersetzen der Phraseologismen hängt ihr sinnbildlicher Gehalt nicht von der Analyse der Bedeutung ihrer einzelnen Komponenten, sondern von der Synthese ab. Die Synthese führt zu einem Sinngehalt. Die Summe der Einzelbedeutungen ergibt eine stilistisch-semantische Ebene.

Bei partieller Äquivalenz kann der Übersetzer einen ähnlichen Phraseologismus mit gleicher denotativer Bedeutung, ähnlicher Bildsphäre und unterschiedlicher Form finden. Ein Phraseologismus in der Zielsprache kann gleiche denotative Bedeutung aber eine andere Bildlichkeit haben. Der Phraseologismus in der Ausgangssprache kann durch einen Phraseologismus mit ähnlicher Bedeutung, Funktion und ähnlicher Bildlichkeit. Bei Nulläquivalenz wird der Phraseologismus in der Ausgangssprache durch ein Wort in der Zielsprache substituiert (Hallsteinsdóttir, 1997).

Der Phraseologismus in der Ausgangssprache wird durch mehrere Wörter in einer freien Wortverbindung in der Zielsprache paraphrasiert. Einzelne Bestandteile des Phraseologismus in der Ausgangssprache können wörtlich übersetzt werden, aber es wird ein spontaner Phraseologismus aufgebaut, der ein stilistisches Bild überträgt und somit wie ein Phraseologismus wirkt. Einzelne Bestandteile des Phraseologismus in der Ausgangssprache können wörtlich übersetzt werden. Es wird ein spontaner Phraseologismus aufgebaut, der eine markierende Beschreibung hat und der Übersetzer kann ein phraseologisches Material wiedergeben. Der Übersetzer kann die Bildsphäre des Phraseologismus in der Ausgangssprache übertragen. Die assoziativen Elemente können eingebaut werden, die zu einem Phraseologismus mit gleicher oder ähnlicher Bedeutung führen können.

Phraseologische Übersetzung wird dann verwendet, wenn keine Bildungen von neuen, früher nicht bekannten standfesten Ausdrücken notwendig sind. Oft existieren in anderer Sprache schon solche oder ähnliche Phraseologismen, die denselben Sinn haben. Die phraseologische Übersetzung nimmt das phraseologische Äquivalent und das phraseologische Analogon auf. Hauptsächlich verwendet man das phraseologische Äquivalent beim Übersetzen der Phraseologismen (Gläser, 1986).



Der Übersetzer kann das Verfahren „phraseologische Verlagerung“ verwenden. Ein Phraseologismus im ZIELTEXT wird eingefügt, um einen Phraseologismus an einer anderen Textstelle in der Ausgangssprache, der nicht übersetzt werden konnte, zu ersetzen. Die Bildhaftigkeit des Phraseologismus in der Zielsprache bleibt erhalten. Eine freie Wortverbindung in der Ausgangssprache kann mit einem Phraseologismus in der Zielsprache übersetzt und ersetzt werden, wenn eine Aussage im Zielsprache emotional ausgedrückt werden soll. Der Übersetzer sollte immer ein Äquivalent finden sollte, weil es vor allem beim Deutschen und Ukrainischen viele Äquivalente gibt. Die Paraphrase von Phraseologismen ist angebrachter als die Erfindung von neuen Phraseologismen (Albrecht, 2005).

Die erfolgreiche Übersetzung des Phraseologismus kennzeichnet sich dadurch, dass der Phraseologismus in der Ausgangssprache durch einen äquivalenten Phraseologismus in der Zielsprache wiedergegeben wird. Ein Phraseologismus in der Ausgangssprache kann in der Zielsprache paraphrasiert werden. Er kann eine phraseologische Entsprechung haben, aber die Paraphrase als ein Übersetzungsverfahren mehr geeignet ist.

Bei der Paraphrasierung ist die Bildlichkeit des Phraseologismus geringer oder die wörtliche Übersetzung ist schwer verständlich. In solchen Fällen soll ein Phraseologismus der Zielsprache in seiner Bedeutung der des Phraseologismus in der Ausgangssprache entsprechen. Phraseologismen stellen Sinneinheiten dar, die als Ganzes wiedergegeben werden müssen (Koller, 2002).

Der Übersetzer soll eine vergleichende Analyse deutscher und ukrainischer Phraseologismen durchführen. Im Hinblick auf die lexikalische Struktur ermöglicht solche Analyse es, von bestimmten interlingualen Übereinstimmungen und Unterschieden im Ukrainischen und Deutschen zu sprechen. Das Vorhandensein interlingualer Zufälle im Bereich der Phraseologie zweier nicht verwandter Sprachen ist ein natürliches Phänomen. Dieses Phänomen wird durch die Interaktion von Faktoren intra- und extralingualer Natur erklärt. Phraseologismen, die für vergleichende Sprachen isomorph sind, zeugen vom materiellen Wesen des menschlichen Denkens, das den allgemeinen Gesetzen der Logik und Psychologie

unterliegt. Diese Kategorie der Phraseologismen bestätigt auch die Existenz ständiger Kontakte zwischen den Völkern (Пророченко, 1982).

Im Deutschen und Ukrainischen gibt es solche Phraseologismen, in denen nationale Besonderheiten nach ihren Merkmalen, materiellen, historischen und kulturellen Lebensbedingungen der Träger dieser Sprachen verdichtet werden. Die deutschen und ukrainischen Phraseologismen spiegeln unterschiedliche Beziehungen zur objektiven Realität wider. In zwei Sprachen gibt es eine beträchtliche Menge an internationalen Phraseologismen. Dies sind Phraseologismen, die zum allgemeinen etymologischen Fundus mehrerer Sprachen gehören und sich durch die Identität der Semantik, die Ähnlichkeit der morphologischen Struktur, der phonetischen Besonderheiten und der grafischen Eigenschaften auszeichnen. In der phraseologischen Struktur der ukrainischen Sprache wird ein bestimmter Platz durch Übersetzungen von Fremdwörtern, Kalkierung und Halbkalkierung eingenommen (Koller, 2002).

Der Übersetzer muss die Besonderheiten einer bestimmten Sprache erkennen und alle national-kulturellen und materiellen Beziehungen in phrasenbezogenen Einheiten richtig wiedergeben.

Durch die Äquivalenzbeziehungen ergeben sich unterschiedliche Übersetzungsstrategien. Der Übersetzer sollte jedoch immer die Wiedergabe durch ein Äquivalent in der Zielsprache anstreben.

Der Übersetzer sollte jedoch immer die richtige Wiedergabe durch ein Äquivalent in der Zielsprache finden. Bei vollständiger Äquivalenz ist es leichter, den Phraseologismus richtig wiederzugeben, da der Übersetzer den Ausgangssprachephraseologismus mit einem Äquivalent in der Zielsprache übersetzen kann. Bei vollständiger Äquivalenz ist die Paraphrasierung nicht angebracht, da dadurch der phraseologische Charakter des Phraseologismus verloren geht. Bei partieller Äquivalenz und Nulläquivalenz ist es wichtig, die Paraphrasierung oder Substitution zu verwenden, um die Bildsphäre, Bildlichkeit des Phraseologismus in der Zielsprache zu bewahren (Hansen, 2000).

### 3.2. Ukrainische Entsprechungen der deutschen phraseologischen Einheiten mit der Bedeutungskomponente „Genuss“

Jede Sprache spiegelt national-kulturelle Stereotype und Erscheinungen wider. Jede Nation hat ihre eigenen Vorstellungen über das Leben und Kultur. Die Sprache und Kultur korrelieren durch das Zusammenwirken von sprachlichen und ethnokulturellen Faktoren und mit Rücksicht auf ihre Rolle im Funktionieren und in der Evolution der einen oder anderen Sprache. Das Alltagsleben, Mentalität, Glauben und Weltanschauungen beeinflussen die Sprache und formen das Weltbild des Menschen und des Volks. Das Weltbild spielt eine wichtige Rolle bei Wiedergabe des Konzepts „Genuss“. Genuss ist ein abstrakter Konzept, der auf verschiedene Weise interpretiert werden kann. Das Konzept kann auf verschiedene Weise wahrgenommen werden.

In dem zweiten Kapitel haben wir die Seme des Lexems „Genuss“ analysiert. Dieses Lexem hat folgende Synonyme: Freude, Spaß, Vergnügen, Erleichterung, Glück, Behaglichkeit, Wohlgefühl. In der ukrainischen Sprache kann das Wort „Genuss“ auf verschiedene Weise übersetzt werden, darunter werden „насолада“, „задоволення“ am häufigsten gebraucht.

Wir versuchen phraseologische Äquivalente zu finden, um die Struktur der Phraseologismen in der deutschen und in der ukrainischen Sprache zu vergleichen und die Unterschiede zwischen Vorstellungen im Deutschen und im Ukrainischen zu analysieren, die sprachlich fixiert sind.

Das große deutsch-ukrainische Wörterbuch bietet die folgenden Übersetzungen an: *reiner Genuss* – *чиста насолода*; *purere Genuss* – *чиста насолода*; *Genuss auskosten* – *насолодитися в повній мірі*; *sich dem kulinarischen Genuss hingeben* – *віддаватися насолоді*; *sein Genuss erleichtern* – *заспокоїти, розважити насолоду*; *sich freuen wie ein Schneekönig* – *задоволений як слон*; *in den Genuss von etw. kommen* – *користуватися благами (насолоджуватися)*. Das Wort „genussfreudig“ übersetzt man als „приємний“, aber das Wort „Genussfreude“ bedeutet „насолада“ (Великий німецько-український словник, 2012).

Für die Komposita mit dem Lexem „Genuss“ findet man folgende Übersetzungsmöglichkeiten: *Genussgift* – наркотик; *Genusssucht* – ласолюбство; *Genussuntauglichkeit* – непридатність (про їжу); *Genussgier* – жага до задоволення (Великий німецько-український словник, 2012).

Das andere Übersetzungswörterbuch „Німецько-український, українсько-німецький словник: 75 000 слів та словосполучень“ gibt die folgenden Varianten der Übersetzung: *Genuss* – задоволення, втіха; *genussvoll* – той, що смакує, перехоплений втіхою (Німецько-український словник, 2012).

Das kleinere deutsch-ukrainische, ukrainisch-deutsche Wörterbuch führt solche Übersetzungen an: *jmdm. alle zehn Finger (nach dem Essen) lecken* – аж губи злипаються; *sich vor Genuss gar nicht zu lassen wissen* – бути надзвичайно задоволеним (не знати, куди дітися від задоволення). Die ukrainischen Äquivalente werden richtig wiedergegeben, weil die kulturellen Besonderheiten berücksichtigt werden (Німецько-український словник, 2012).

Das Lexem „genussfreudig“ übersetzt man als „приємний“ und „радісний“. Hier kann man sagen, dass je größer das Übersetzungswörterbuch ist, desto mehr Übersetzungsmöglichkeiten es anbietet.

Das deutsch-ukrainische, ukrainisch-deutsche Wörterbuch von W. Busel enthält mehrere Äquivalente zu deutschen phraseologischen Einheiten mit der Komponente „Genuss“. Das Lexem „Genuss“ wird als „задоволення“ übersetzt, z.B. *raffiniertes Genuss* – вишукане задоволення; *verfeinerter Genuss* – вишукане задоволення; *sublimier Genuss* – піднесене задоволення; *herzhafter Genuss* – справжнє задоволення. Man kann sehen, dass den Lexikographen der Genuss mit höheren Gefühlen verbindet (S.346).

Das deutsch-ukrainische, ukrainisch-deutsche Wörterbuch von W. Busel bietet auch die Übersetzung von Komposita mit Komponente „Genuss“ an. Das sind: *Genussmensch* – сластолюбець (ласолюбець); *Genüssling* – споживач; *Genussspecht* – гурман; *Genussdurst* – *Genussgier* – *Genießer* – споживач, поціновувач. Das Konzept GENUSS ist mit der Nutznießung tief verbunden. Das Wörterbuch von W. Busel bietet solche Bedeutungen in der ukrainischen Sprache:

*genüsslich–анетитний; genussfroh – приємний; genussüchtig – сластолюбний (ласолюбний); genussdurstig – спраглий до задоволення; genussreich – приємний, той, що приносить задоволення (S. 347).*

Das Konzept GENUSS kann den psychischen und physischen Zustand beeinflussen, z.B. *stumm vor Genuss – втратити дар мови від задоволення; verrückt vor Genuss – з глузду з'їхати від задоволення; betrunken vor Genuss – п'яний від задоволення; benommen vor Genuss – приголомшений від задоволення; aufgewühlt vor Genuss – схвилюваний від задоволення, beflügelt von dem Genuss – окрилений задоволенням. Diese Redewendungen werden nicht nur wörtlich, sondern auch idiomatisch übersetzt. Man kann die verbalen Redewendungen benutzen, um Partizip II auszudrücken. Partizip II ist in der ukrainischen Sprache nicht weit verbreitet und andere grammatikalische Strukturen ersetzen ihn (Німецько-український фразеологічний словник, 2005).*

Es gibt noch Beispiele: *Herz erfreuen – тішити серце; Auge erfreuen – тішити око. In der ukrainischen Kultur gelten die Augen und das Herz als Organe des Genusses. Damit ist solche Variante der Übersetzung verbunden. Wenn man ein Genuss hat, kann man positive Gefühle im Herz spüren und die Augen befriedigen.*

Die Komplexität des Übersetzungsproblems der Phraseologismen besteht darin, dass es sich beim Übersetzen nicht um Sprachen als abstrakte Systeme handelt, sondern um spezifische sprachliche Werke (Texte), in denen es eine komplexe Verflechtung und Interaktion qualitativ heterogener sprachlicher Mittel gibt. Diese Mittel stellen die Bedeutung der Phraseologismen dar, z.B. Wörter, grammatikalische Formen, syntaktische und suprasegmentale Mittel, die zusammen diese oder jene semantische Information übermitteln (Koller, 2002).

Man unterscheidet verschiedene Übersetzungsverfahren bei den lexikalischen und phraseologischen Einheiten mit der Bedeutungskomponente „Genuss“. Darunter sind die folgenden: Vollständige phraseologische Äquivalente, die in lexikalischer und phraseologischer Bedeutung, grammatischem Aufbau, lexikalischer Zusammensetzung, stilistischer Färbung sowie Verwendbarkeit in der Sprache übereinstimmen, z.B. *. etwas in vollen Zügen genießen – насолоджуватися чимось*

на повну; *sich wie im Paradies fühlen/ sich wie im Himmel fühlen* – відчувати себе як у раю; *im siebten Himmel sein* – бути на сьомому небі (Німецько-український фразеологічний словник, S. 67).

Das Konzept „Genuss“ wird auch durch komparative Phraseologismen repräsentiert: *wie sich freuen wie ein Schneekönig* – задоволений як слон; *wie ein Honigkuchenpferd strahlen* – посміхатися до вух; *wie ein Vollmond strahlen* – сяяти як мідний п'ятак. Häufig gehören vergleichende Phraseologien zur Gruppe von vollständigen phraseologischen Äquivalenten. Beim Konzept GENUSS unterscheiden sich die vergleichenden Phraseologismen der deutschen und der ukrainischen Sprache. Der Übersetzer wählt das richtige Äquivalent entsprechend den kulturellen Besonderheiten der ukrainischen Sprache (Німецько-український фразеологічний словник, 2005).

Phraseologische Ausdrücke (Sprichwörter, Parämien und internationale Phraseologismen) werden in die Gruppe von vollständigen phraseologischen Äquivalenten aufgenommen, z.B. *Verbotenes Obst ist süß* – заборонений плід солодкий; *Das Letzte ist das Beste* – наслідок найкраще/найсмачніше; *Je näher dem Bein, je süßer das Fleisch* – Коло кістки м'ясо солодке (Deutsche Sprichwörter und sprichwörtliche Redensarten, 2002).

Einige Verbalgruppen gehören auch zu vollständigen phraseologischen Äquivalenten. Volläquivalenz ist für den Übersetzer verfügbar und solche sprachliche Ausdrücke können nahe an der Bedeutung in der ukrainischen Sprache übersetzt werden, z.B. *sich vor Genuss nicht halten können* – не могли стримати задоволення; *jemandes Herz macht einen Sprung* – серце стрибає від радості; *vor Freude Luftsprünge machen* – стрибати від радості (Deutsche Sprichwörter und sprichwörtliche Redensarten, 2002).

Beim Übersetzen der Phraseologismen mit der Bedeutungskomponente „Genuss“ unterscheidet man partielle phraseologische Äquivalente. Phraseologismen im Deutschen und Ukrainischen können lexikalische, grammatikalische und lexikogrammatistische Unterschiede mit gleicher Bedeutung und gleicher stilistischer Färbung aufweisen. Zu den partiellen phraseologischen Äquivalenten gehören

ukrainische phraseologische Äquivalente der deutschen Phraseologismen, die in Bedeutung, stilistischer Färbung, in der inneren Form nahe bei ihnen liegen, aber sie haben gewisse lexikalische Unterschiede, z.B. *über das ganze Gesicht strahlen (lachen)* – *розливатися у посмішці*; *den Himmel auf Erden haben* – *мати рай на Землі*.

Ukrainische phraseologische Äquivalente der deutschen Phraseologismen, die in Bedeutung, innerer Form und stilistischer Färbung übereinstimmen, aber sie haben gewisse grammatikalische Unterschiede, z.B. *in den Genuss von etw. kommen* – *насолоджуватися*, *sich zu Gemüte führen* – *пригощатися (літ.)* (Німецько-український фразеологічний словник, 2012).

Ukrainische phraseologische Äquivalente der deutschen Phraseologismen, die in Bedeutung, stilistischer Färbung übereinstimmen, aber sie haben gewisse lexikalische und grammatikalische Unterschiede, z. B. *jmdm. ein Festessen sein* – *служувати комусь задоволення*.

Die meisten deutschen Sprichwörter und Parämien, die mit Hilfe von partiellen phraseologischen Äquivalenten übersetzt wurden, behalten die nationale Färbung der Sprache.

Es gibt eine andere Möglichkeit, Phraseologismen zu übersetzen: Kontextuelle phraseologische Äquivalente. Diese Methode wird bei der Übersetzung von Sprichwörtern, Phraseologismen und Ausrufesätzen verwendet. Die Übersetzung mit kontextuellen phraseologischen Äquivalenten beinhaltet die Einbeziehung von Komponenten, um die Bedeutung der deutschen Phraseologismen angemessener zu vermitteln. z.B. *leben wie Gott in Frankreich* – *сир (вареник) у маслі (як понів кіт на печі)*; *жарт., в золоті (у розкошах, в достатку) купатися*; *купатися в молоці, жити в своє задоволення* (Німецько-український фразеологічний словник, 2012). Transformation kann sich auf alle Wortarten in der Phraseologismen auswirken. Einige Forscher bezeichnen die kontextuellen Äquivalente als solche phraseologischen Äquivalente, die in verschiedenen Kontexten ihre phraseologische Bedeutung realisieren.

Beim Übersetzen der Phraseologismen kann man die Methode der variablen Phrasen verwenden. Es wird darauf zurückgegriffen, wenn es in der ukrainischen Sprache kein phraseologisches Äquivalent gibt. Man unterscheidet beschreibende Paraphrasierung, wörtliche Übersetzung und Kalkierung.

Beschreibende Übersetzung wird durch eine variable Phrase ohne spezifische formale Genre- und Stilmerkmale der Phraseologismen übertragen. Beschreibung wird dann verwendet, wenn in der ukrainischen Sprache ein vollständiges oder partielles Äquivalent der deutschen Phraseologismen fehlt und eine verbale Übersetzung dieser Phraseologismen unmöglich ist. Eine solche Übersetzung bedeutet die Übertragung der allgemeinen Bedeutung einer deutschen feststehenden Wortverbindung ein gebräuchliches Wort oder eine Wendung, die keinen phraseologischen Charakter hat. Das deutsche Phraseologismus verliert ihre Bildhaftigkeit und nur ihre allgemeine Bedeutung wird weitergegeben. So werden Phraseologismen übersetzt, die nicht übersetzt werden können, z.B. *keinem Esel ins Ohr schütten* – *не приносити задоволення*.

Wörtliche Übersetzung bedeutet die wörtliche Übertragung der deutschen Phraseologismen in die ukrainische Sprache. Der Übersetzer verwendet diese Übersetzungsmethode, wenn der Phraseologismus für die deutsche Sprache charakteristische Realien enthält. Wörtliche Übersetzung wird in Fällen benutzt, in denen das dem Phraseologismus zugrunde liegende Bild für das Verständnis des Textes wichtig ist und seine Ersetzung hat keine ausreichende Wirkung. Wörtliche Übersetzung erklärt auch die Bedeutung der deutschen Phraseologismen durch einzelne Wörter oder variable Phrasen, z.B. *vom (Spiel)Teufel besessen sein* – *бути опанованим дияволом*, *eine Sünde wert sein* – *коштувати гріха* (Німецько-український фразеологічний словник, 2005).

Der Übersetzer verwendet Kalkierung beim Übersetzen nicht-äquivalenter Phraseologismen, wenn diese nicht anders übersetzt werden können. Mit dieser Methode kann man nationale Färbung des Phraseologismus beibehalten, z.B. *es herrscht eitel Sonnenschein/Wonne* – *тут панує радість*.



Kombinierte Übersetzung bedeutet, dass Phraseologie sowohl durch Phraseologismus als auch durch das verbale Äquivalent übersetzt wird. Es gibt sowohl im Deutschen als auch im Ukrainischen fremdsprachige unübersetzte Phraseologismen, z. B. *jemandes Gunst genießen/in jemandes Gunst stehen* – *насолоджуватися (користуватися) чиеюсь прихильністю*.

Sprichwörter und Parämien sind auch kulturelles Material, das die Besonderheiten der Entwicklung einer Nation und nationalen Eigenschaften dieser Nation widerspiegelt. Der Übersetzer muss das nationale Kolorit der Sprache bewahren. Sprichwörter formulieren die Lebensweisheit und Lebenserfahrung der Menschen – der Sprachträger. Sprichwörter fassen die Erfahrungen der Menschen zusammen, die aus der gesellschaftlichen Erfahrung abgeleitet werden. Der Übersetzer muss sich an die sprachliche Form der Sprichwörter, folkloristischen Herkunft halten. Er muss den alltäglichen Einsatzbereich der Sprichwörter richtig definieren (Пророченко, 1982).

Im System der Übersetzung von Sprichwörtern unterscheidet man vollständige, partielle und kontextuelle Äquivalente. Das Wörterbuch „Deutsche Sprichwörter und sprichwörtliche Redensarten“ von N.W. Bojko bietet mehrere ukrainischen Entsprechungen zu deutschen Sprichwörtern und Phraseologismen an. Die folgenden Sprichwörter „*Verbotenes Obst ist süß*“, „*Je näher dem Bein, je süßer das Fleisch*“. Diese Sprichwörter haben in der ukrainischen Sprache solche Entsprechungen „*Заборонений плід (овоч) солодкий*“, „*Коло кістки м'ясо солодке*“ (S. 211).

Die Sprichwörter „*Der Apfel schmeckt süß, um den man den Wächter betrügt*“, „*Gestohlene Brocken schmecken wohl – man verdaut sie aber schwer*“ haben eine gemeinsame Bedeutung in der ukrainischen Sprache „*Заборонений плід (овоч) солодкий*“. Der Übersetzer soll diese Sprichwörter nicht wörtlich übersetzen. In diesem Fall stimmen diese Sprichwörter in Bedeutung und stilistischer Färbung überein, aber sie haben bestimmte grammatikalische Unterschiede. Die meisten der auf diese Weise übersetzten Sprichwörter bewahren die nationalen Merkmale der ukrainischen Sprache und Kultur (Deutsche Sprichwörter und sprichwörtliche Redensarten, 2002).

Die Sprichwörter „*Das Letzte ist das Beste*“, „*Der Rest ist für die Gottlosen*“ haben eine gleiche Bedeutung in der ukrainischen Sprache: „*Напоследок смачніше*“. Die lexikalische Bedeutung ist gleich, aber es gibt grammatikalische Unterschiede.

Die obengenannten Sprichwörter bestimmen die Verbindung des Genusses und der biblischen Geschichte. Im Ukrainischen gibt es viele phraseologische Einheiten über den Genuss, die mit der Bibel korrelieren. Das Konzept GENUSS ist nicht nur ein angenehmes, sondern auch ein gefährliches Phänomen, das negative Folgen haben kann. Man kann sagen, dass der Genuss ein System der Verhältnisse ist, sogenannter Anzeiger, der den Lebensweg des Menschen beleuchtet.

Für zwei ukrainische Sprichwörter „*Пани б'ються, а в мужиків чуби тріщать*“, „*У лісі дрова рубають, а до села тріски падають*“ gibt es eine ganze Reihe von deutschen Entsprechungen an, z.B. „*Was die Fürsten geigen, das müssen die Untertanen tanzen*“, „*Wenn die Herren sich raufen, müssen die Bauern die Haare lassen*“, „*Großer Herren Streit geht über Land und Leut*“, „*Der Herren Sünde, der Bauern Buße*“. Der Genuss wird in der ukrainischen Sprache als Los der feinen Gesellschaft bewertet (Deutsche Sprichwörter und sprichwörtliche Redensarten, 2002).

Bei der Übersetzung von Sprichwörtern werden häufig kontextuelle phraseologische Äquivalente verwendet. Der Übersetzer kann verschiedene Komponenten hinzufügen, um die nationale Färbung der Sprache zu demonstrieren. Das Sprichwort „*Willst du Genuss, so nimmst auch den Verdruss*“ hat einen Äquivalenz in der ukrainischen Sprache: „*Любиш їздити, люби й саночки возити*“. Der Genuss ist eine Erscheinung, die Schwierigkeiten bereitet.

Der Genuss ist mit dem kulinarischen Vergnügen verbunden. Das Essen und Trinken sind ein wichtiger Teil des Genusses. Für einige deutsche phraseologische Einheiten findet man solche ukrainische Entsprechungen, z.B. *jemandem den Mund wässrig/wässrig machen* – *слина тече, потекла; слина котиться; etwas auf der Zunge zergehen lassen* – *танути у роті, sich den Mund lecken* -- *облизувати губи (в передчутті чогось смачного, ласощів)*. Diese Phraseologismen haben Teiläquivalenz in der ukrainischen Sprache. Die grammatikalische Struktur und die

stilistische Färbung sind gleich (Німецько-український фразеологічний словник, 2005).

Der Genuss ist in der ukrainischen Sprache: 1) innere Zufriedenheit, die körperlichen und geistigen Zustand beeinflusst; 2) positive Erscheinung, die mit ästhetischen und gesellschaftlichen Tätigkeiten verbunden ist; 3) Teil des kompletten Glücks; 4) negative Erscheinung, die Gefahr und Mühe bereitet; 5) Nutznießung, Erhalt von etwas.

Wir können sehen, dass ukrainische und deutsche Vorstellungen über Genuss ähnlich sind. In der deutschen und ukrainischen Kultur korreliert der Genuss mit solchen Begriffen wie Freude, Glück, Lust, Vergnügen. Ziemlich oft spricht man über Gefahr und Mühe in Bezug auf Genuss, was in der deutschen und ukrainischen Phraseologie vorkommt.

Nach der Analyse der Phraseologismen kommen wir zum Schluss, dass es in der ukrainischen Sprache nur für wenige deutsche Phraseologismen volle Äquivalente gibt. Gleichzeitig greifen die Lexikographen zu der phraseologischen oder nichtphraseologischen Umschreibung sogar in den Fällen, wo man partielle Äquivalente finden kann.

### **Schlussfolgerungen zum Kapitel 3**

Die Übersetzungsmethoden der Phraseologismen spielen eine wichtige Rolle in der Sprachwissenschaft. Unter Berücksichtigung dieser Spezifik und der Form von phraseologischen Einheiten sind sie schwer zu übersetzen und schaffen viele Schwierigkeiten und Probleme für den Übersetzer.

Die Übersetzung der Phraseologismen bereitet Schwierigkeiten, weil die Phraseologismen durch umgangssprachliche Färbung, aphorismenartigen Charakter, Bildhaftigkeit und Lakonismus geprägt sind. Der Phraseologismus sollte inhaltlich und formal möglichst getreu, aber doch verständlich wiedergegeben werden, wenn möglich mit gleichwertigen Mitteln, d.h. mit einem anderen Phraseologismus.

Es ist wichtig, die Bedeutung des Phraseologismus in der Ausgangssprache zu erkennen und einer „innersprachlichen Übersetzung in ein Lexem oder eine

Wortverbindung“ zu durchführen. Der Übersetzer muss die Lexeme oder Wortverbindungen mit der gleichen Bedeutung in der Zielsprache suchen und in der Folge die Phraseologismen mit gleicher Bedeutung finden. Die Übersetzung muss eine verständliche Übersetzung in Bezug auf Inhalt und Form erlauben. Das Übersetzungsverfahren hängt von der Art des Phraseologismus und seiner Entsprechung in der Zielsprache. Man unterscheidet Volläquivalenz, Teiläquivalenz (partielle Äquivalenz) und Nulläquivalenz. Die Äquivalenzprobleme können beim Übersetzen der Phraseologismen auftreten. Die Äquivalenzprobleme sind die Übersetzungsprobleme von Phraseologismen, die andere Gründe als Rezeptions- und Produktionsprobleme haben. Äquivalenzprobleme sind oft mit der scheinbaren Äquivalenz (falsche Freunde) verbunden. Wenn sich der Übersetzer diesen Problemstellungen bewusst ist, dann bieten sich ihm verschiedene Übersetzungsmöglichkeiten für Phraseologismen an.

Werner Koller bietet auch drei Übersetzungsmethoden an, die wörtliche Übersetzung, sinnentsprechende Interpretation und nichtphraseologische Umschreibung des Ausgangssprachphraseologismus umfassen. Im dem dritten Fall treten lexikalische Paraphrasen auf (S. 67).

Man muss in Betracht ziehen, dass „falsche Freunde“ beim Übersetzen von Phraseologismen nicht verwendet werden sollen. Der Übersetzer soll den Phraseologismus analysieren und danach einen stilistisch und inhaltlich äquivalenten Ausdruck suchen. Der Lebens-, Sach- und Assoziationsbereich muss beim Übersetzen von Phraseologismen berücksichtigt werden.

Die Rezeptions- und Reproduktionsprobleme bestehen darin, dass der Übersetzer den Phraseologismus richtig erkennen muss. Beim Übersetzen der Phraseologismen ist das Verstehen sehr wichtig (Rezeption). Der Übersetzer soll den Phraseologismus richtig wiedergeben (Produktion). Der Übersetzer soll ein theoretisches Bewusstsein oder eine Sensibilität gegenüber der Existenz von Phraseologismen beherrschen.

Der Übersetzer hat eine Vielzahl von Wiedergabemöglichkeiten. Phraseologismen können wie folgt übersetzt werden: Volle oder annähernde

Übersetzung bei internationalen Phraseologismen (gleiche Bedeutung); ähnliche Metaphorisierung bei Phraseologismen im Ukrainischen und Deutschen. Oft gibt es keinen äquivalenten Phraseologismus. Dann wird von einer Nulläquivalenz gesprochen. Hier bieten sich dem Übersetzer verschiedene Übersetzungsmöglichkeiten an: Suche nach einem Phraseologismus, dessen Bedeutung der des Ausgangsphraseologismus möglichst nahe kommt; Suche nach einem einfachen Wort, das der Bedeutung des Phraseologismus möglichst nahe kommt; Suche nach einer Umschreibung durch mehrere Wörter.

Der Übersetzer soll eine vergleichende Analyse deutscher und ukrainischer Phraseologismen durchführen. Im Hinblick auf die lexikalische Struktur ermöglicht solche Analyse es, von bestimmten interlingualen Übereinstimmungen und Unterschieden im Ukrainischen und Deutschen zu sprechen.

Im Ukrainischen gibt es nicht so viele volle und partielle Äquivalenten. Die modernen Übersetzungswörterbücher bieten viele Umschreibungen an.

Der Übersetzer verwendet die Übersetzungsmethode „wörtliche Übersetzung“, wenn der Phraseologismus für die deutsche Sprache charakteristische Realien enthält.

Man verwendet kombinierte Übersetzung. Der Phraseologismus wird sowohl durch Phraseologismus als auch durch das verbale Äquivalent übersetzt. Es gibt sowohl im Deutschen als auch im Ukrainischen fremdsprachige unübersetzte Phraseologismen.

Sprichwörter und Pärämien mit der Bedeutungskomponente „Genuss“ können mit denselben Übersetzungsmethoden wiedergegeben werden. Bei der Übersetzung von Sprichwörtern werden häufig kontextuelle phraseologische Äquivalente verwendet. Das Sprichwort „Willst du Genuss, so nimmst auch den Verdruss“ hat einen Äquivalenz in der ukrainischen Sprache: „Любиш їздити, люби й саночки возити“. Der Genuss ist eine Erscheinung, die Schwierigkeiten bereitet.

Nach der Analyse aller gefundenen Phraseologismen kommen wir zum Schluss, dass es in der ukrainischen Sprache nur für wenige deutsche Phraseologismen volle Äquivalenten gibt. Gleichzeitig greifen die Lexikographen zu der phraseologischen

oder nichtphraseologischen Umschreibung sogar in den Fällen, wo man partielle Äquivalente finden kann.

Im Allgemeinen ist das Konzept GENUSS in dem deutschen und ukrainischen Verständnis nicht so verschieden. Z.B., die Deutschen und die Ukrainer verbinden den Genuss am häufigsten mit Freude, Glück und Leidenschaft. Für die beiden Kulturen ist es typisch, den Genuss mit Lust und Besessenheit zu assoziieren.

Sprache ist eine Welt, die nicht nur mit äußeren Phänomenen, sondern auch mit der inneren Welt eines Menschen verbunden ist. Die innere Welt des Menschen entwickelt durch die nationalen und kulturellen Erscheinungen. Die menschliche Sprachaktivität basiert auf der Kenntnis der sprachlichen Vision der Welt. Der Mensch formuliert sein sprachliches, naives, konzeptuelles Weltbild. Die Linguokulturologie ist der jüngste Zweig der Ethnolinguistik. Die Linguokulturologie untersucht die kulturellen Eigenheiten der Menschen. Sie beschreibt die Sprache-Kultur-Beziehung, Sprache-Ethnos-Beziehung, Sprache-Mentalität-Beziehung. Die zentrale Kategorie der Linguokulturologie ist das linguokulturelle Konzept. Wir haben die Deutungen des Begriffs „Linguokonzept“ von den Wissenschaftlern M. Schwarz-Friesel, W. Karasik, I. Sternin u.a. erläutert. Die Wissenschaftler betrachten Konzept als eine mentale Einheit unseres Bewusstseins.

Den theoretischen Grund der Linguokulturologie machen die Arbeiten von folgenden Wissenschaftlern: H. Steintal, A.A. Potebnja, E.M. Werestschjagin, W.G. Kostomarowa, J.M. Lotmann, G.W. Tokarew, W.A. Masslova, E.I. Sinowjeva haben versucht, „Konzept“ zu definieren und seine Aufgabe zu bestimmen.

Das Linguokonzept ist eine mentale Formation, die für die Ethnokultur und für eine bestimmte Gruppe im Rahmen einer gegebenen Sprachkultur und schließlich für ein Individuum relevant ist. Die Linguokonzepte stellen universelle Kulturkategorien (Zeit, Raum, Quantität, Qualität); soziale Kulturkategorien; Kategorien der nationalen Kultur; ethische Kategorien; mythologische Kategorien dar.

In der Linguokulturologie ist das Linguokonzept eine kulturelle Bildung, die in verschiedenen Sphären (konzeptuelle, figurative und alltägliche) des Menschen ausgeprägt ist.

Die Konzepte lassen sich in einige Typen teilen. D. Likhachew unterscheidet solche Konzepte: Universelle Konzepte, ethnische Konzepte, Gruppenkonzepte („Szene“ für den Schauspieler und den Betrachter), individuelle Konzepte.

T. Radbil unterscheidet solche Linguokonzepte: Philosophische (existenzielle) Konzepte, die mit globalen Kategorien der Weltordnung, Weltanschauung (Gott, Welt), Religion, Mythologie verbunden sind; anthropologische Konzepte, die die

Eigenschaften einer Person beschreiben (individuelle, geschlechtliche, eheliche, soziale); ethische Konzepte; ästhetische Konzepte; psychologische (charakterologische) Konzepte, die verschiedene Aspekte der inneren Welt eines Menschen und einer Ethnie reflektieren.

S. Lyapin unterscheidet solche Linguokonzepte: Ethnokulturelle, soziokulturelle und individuell-kulturelle. Die Konzepte können die Gesellschaft und das Individuum beeinflussen.

In dieser Qualifizierungsarbeit werden auch die gesellschaftlichen Vorstellungen über das Phänomen Genuss dargestellt, und zwar aus philosophischer und psychologischer Sicht. Die Ansichten der bedeutendsten antiken (Epikur) und deutschen (I. Kant, F. Nietzsche, G. Hegel) Philosophen werden angeführt und interpretiert. Die Vorstellungen über das Genussphänomen änderten sich im Laufe der Jahrhunderte, aber jederzeit betrachtet man den Genuss in Bezug auf Freude, Glück und Leidenschaft.

Um die Mittel zur Verbalisierung des Konzepts GENUSS auszusortieren, wurden die lexikographischen und phraseologischen Quellen benutzt. Die deutschen Lexeme und Phraseologismen, die zur Verbalisierung des Konzepts GENUSS dienen, wurden analysiert. Folgende Seme sind in den analysierten phraseologischen Einheiten enthalten: 1) innere Zufriedenheit, die körperlichen und geistigen Zustand beeinflusst; 2) positive Erscheinung, die mit ästhetischen und gesellschaftlichen Tätigkeiten verbunden ist; 3) Teil des kompletten Glücks; 4) negative Erscheinung, die Gefahr und Mühe bereitet; 5) Nutznießung, Erhalt von etwas. Die Phraseologismen beherbergen die ähnlichen Seme. Das sind nämlich: Auswirkung auf den Genuss eines anderen Menschen; Erscheinung, die in die feine Gesellschaft geht; Erscheinung, die mit Besessenheit und Leidenschaft verbunden ist; der Genuss ist etwas Wichtiges für das gute Leben; ein physisches Organ, das in der inneren Welt jedes Menschen existiert.

Das wortbildende Feld in der Struktur des Nominativfeldes des Konzepts GENUSS besteht aus drei Mikrofeldern: Genuss als Phänomen, Genuss als Prozess, Genuss als Zeichen. Relevante Zeichen des Konzepts GENUSS sind die dadurch



verursachten Phänomene: *Genusssucht, Genussliebe, Genussfreude, Genusssdurst, Genussgier; Genussgift, Genussmittel, Genussware; Genussmensch, Genüßling, Genussspecht, Genießer; Alkoholgenuss, Hochgenuss, Kunstgenuss Musikgenuss, Sinnengenuss.*

Phraseologische Mittel spielen eine wichtige Rolle bei der Verbalisierung des Konzepts GENUSS. In der deutschen Kultur repräsentieren folgende Phraseologieeinheiten den Konzept GENUSS: *sich freuen wie ein Schneekönig; wie ein Honigkuchenpferd strahlen; etwas in vollen Zügen genießen; sich wie im Paradies fühlen/ sich wie im Himmel fühlen; im siebten Himmel sein; sich den Mund lecken; jmdm. alle zehn Finger (nach dem Essen) lecken.*

Die Untersuchung auf dem Gebiet des Übersetzens hat gezeigt, dass das Problem der Übersetzung von phraseologischen Einheiten heutzutage besonders aktuell ist. Beim Übersetzen der Phraseologismen und Sprichwörter können verschiedene Schwierigkeiten entstehen. Der beste Weg beim Übersetzen der Phraseologismen ist die Äquivalente in der Zielsprache zu suchen, aber dabei muss man auf den Inhalt des Ausgangssprachephraseologismus, seine Form und auch auf den pragmatischen Aspekt achten. Sie sind mit den Merkmalen der Phraseologismen, seiner kulturellen und national-kulturellen Spezifik, ihrer Form usw. verbunden.

Der Übersetzer kann die Umschreibung und Paraphrasierung benutzen. In der ukrainischen Sprache gibt es volle Äquivalenten für wenige deutsche Phraseologismen. Gleichzeitig greifen die Lexikographen zu der phraseologischen oder nichtphraseologischen Umschreibung sogar in den Fällen, wo man partielle Äquivalente finden kann.

Die Analyse der lexikographischen Quellen hat gezeigt, dass viele deutsche Phraseologismen keine vollen oder sogar keine Teil-Äquivalente haben. Die häufigsten Übersetzungsvarianten des Lexems „Genuss“ ins Ukrainische sind „насолода“, „задоволення“, „втіха“.

Wir können sehen, dass ukrainische und deutsche Vorstellungen über Genuss ähnlich sind. In der deutschen und ukrainischen Kultur korreliert der Genuss mit solchen Begriffen wie Freude, Glück, Lust, Vergnügen. Ziemlich oft spricht man über

Gefahr und Mühe in Bezug auf Genuss, was in der deutschen und ukrainischen Phraseologie vorkommt.

Дана робота присвячена дослідженню лексичних та фразеологічних засобів німецької мови для вербалізації концепту GENUSS.

Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та резюме. Кваліфікаційна робота магістра складається з 84 сторінок. У списку використаної літератури зазначено 71 джерел, з яких 41 – німецькою мовою.

У вступі обґрунтовано актуальність вибраної для дослідження проблеми, визначено його мету та конкретні завдання, з'ясовано її об'єкт та предмет, обґрунтовано практичне значення.

У першому розділі йдеться про концепт як лінгвокультурологічний термін. Розглянуто визначення поняття “концепт” різними вченими, описано типи і структуру концептів та лінгвокультурологічних концептів. Також представлені уявлення про феномен “насолода” з філософського та психологічного погляду.

У другому розділі розглянуто і проаналізовано лексичні та фразеологічні засоби німецької мови для вербалізації концепту GENUSS.

У третьому розділі наведено способи перекладу фразеологізмів та проаналізовано варіанти перекладу лексеми “Genuss” на українську.

У висновках висвітлено результати проведеної роботи.

Die vorliegende Arbeit ist der Untersuchung der lexikalisch-phraseologischen Mittel der deutschen Sprache zur Verbalisierung des Konzepts GENUSS gewidmet.

Die Arbeit besteht aus der Einleitung, drei Kapiteln, Schlussfolgerungen, Literaturverzeichnis und Resümee. Die Qualifizierungsarbeit umfasst 84 Seiten. Im Literaturverzeichnis gibt es 71 Quellen, 41 von denen auf Deutsch.

In der Einleitung ist die Aktualität des gewählten Problems der Untersuchung begründet, ihr Ziel und konkrete Aufgaben bestimmt, ihr Objekt und Gegenstand ermittelt, praktische Bedeutung aufgedeckt.

Im ersten Kapitel geht es um Konzept als linguistischer Terminus. Es werden Deutungen des Begriffs „Konzept“ von verschiedenen Wissenschaftlern sind betrachtet und die Typen sowie die Struktur der Konzepte und Linguokonzepte beschrieben. Auch sind die Vorstellungen über das Phänomen Genuss aus philosophischer und psychologischer Sicht dargestellt.

Im zweiten Kapitel wurden die lexikalisch-phraseologischen Mittel zur Verbalisierung des Konzepts GENUSS analysiert.

Im dritten Kapitel werden die Übersetzungsverfahren der Phraseologismen angeführt und die Übersetzungsvarianten des Lexems „Genuss“ ins Ukrainische analysiert.

In den Schlussfolgerungen sind die Resultate der durchgeführten Untersuchung erläutert.

Daria AGAPOWA "The verbalization of the GENUSS concept with lexical-phraseological means of the modern German language"

**LITERATURVERZEICHNIS**

Алеференко, Н.Ф. (2003). *Лингвокультурология. Ценностно-смысловое пространство языка: учебное пособие*. Волгоград: Перемена.

Апресян Ю.Д. (1995). *Образ человека по данным языка*. Москва: Языки русской культуры.

Арутюнова, Н.Д. (2000). *Язык и мир человека: Языковая метафора (синтаксис и лексика)*. Москва: Языки русской культуры.

Аскольдов С.А. (1997). *Концепт и слово. Русская словесность. От теории словесности к структуре текста*. Москва: Издательский центр «Академия».

Бабкин А.М. (1977). *Идиоматика (фразеология) в языке и словаре. Современная русская лексикография*. Ленинград: Наука.

Бабушкин А.П. (1996). *Картина мира и концептосфера языка. Проблемы вербализации концептов в семантике языка и текста*. Волгоград: Перемена.

Болдырев, Н.Н. (2002). *Когнитивная семантика*. Тамбов: Издательство Тамбов.

Воркачев С.Г. (1997) *Лингвокультурология (теория и методы)*. Москва: Издательство РУДН.

Карасик В.И. (2002). *Языковой круг: личность, концепты, дискурс*. Волгоград: Перемена.

Караулов Ю.Н. (2009). *Лингвокультурное сознание русской языковой личности: моделирование состояния и функционирования*. Москва: Азбуковник.

Колесов В.В. (2002). *Язык и ментальность*. Москва: Русский язык.

Колшанский Г.В. (2005). *Объективная картина мира в познании и языке*. Москва: Едиториал УРСС.

Корнилов О.А. (2003). *Языковые картины мира как производные национальных менталитетов*. Москва: ЧеРо.

Красных В.В. (2002). *Этнопсихолингвистика и лингвокультурология: моногр.* Москва, 268.

Кубрякова Е. С. (1999). *Языковое сознание и картина мира*. Тамбов: Издательство Тамбов.

Кузнецов А.М. (2000). *Когнитология, антропоцентризм, языковая картина мира и проблемы исследования лексической семантики*. Москва: Языки русской культуры.

Лихачев, Д.С. (1997). *Концептосфера русского языка*. Москва: Издательский центр «Академия».

Ляпин С.Х. *Концептология: к становлению подхода. Концепты*. Архангельск: Перемена.

Маслова В.А. (2001). *Лингвокультурология*. Москва: Издательский центр «Академия».

Пименова М.В. (2011). *Когнитивная лингвистика как наука и проблемы концептуальных исследований на современном этапе*. Москва: ИЯ РАН.

Попова, З. & Стернин, И. (2007). *Когнитивная лингвистик: моногр.* Москва, 7-56.

Постовалова В.И. (1998). *Картина мира в жизнедеятельности человека. Роль человеческого фактора в языке. Язык и картина мира*. Москва: Наука.

Приходько А.М. (2008). *Концепти і концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики: моногр.* Запоріжжя, 201.

Радбиль Т.Б. (2006). *Этнолингвистика. Лингвокультурология» (Основные термины и понятия)*. Н. Новгород: Наука.

Савенкова Л.Б. (2003). *Языковое воплощение концепта. Проблемы вербализации концептов в семантике языка и текста*. Волгоград: Перемена.

Серебрянников Б. А. (1998). *Роль человеческого фактора в языке. Язык и мышление*. Москва: Наука.

Слышкин Г.Г. (2001). *Методологические проблемы когнитивной лингвистики*. Воронеж: ВГУ.

Слышкин Г.Г. (2004). *Лингвокультурные концепты и метаконцепты*. (Автореф.). Волгоград: ВГСПУ.

Степанов Ю.С. (2007). *Концепты. Тонкая пленка цивилизации*. Москва: Языки славянских культур.

Тарасова Е.Н. (2004). *Национальная языковая картина мира как источник и следствие ментальности. Журнал «Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке»*, 9.

Телия В.Н. (1996). *Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты*. Москва: Школа «Языки славянской культуры».

Чернейко Л.О. (1997). *Лингво-философский анализ абстрактного имени*. Москва: Прогресс.

Школяренко В.І. (2012). *Розвиток внутрішньої форми фразеологізмів німецької мови протягом VIII – XVII століття*. Суми: Видавничий центр СДПУ.

Шурыгина Е.И. (2014). *Понятие «картина мира» в лингвокультурологическом освещении. Ярославский педагогический вестник*, 8.

Albrecht J. (2005). *Übersetzung und Linguistik*. Tübingen: Gunter Narr Verlag.

Binder W. (1973). *Genuss in Dichtung und Philosophie des 17. und 18. Jahrhunderts*. Hamburg: Felix Meiner Verlag.

Burger, H. (1998). *Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen*. Berlin: Grundlagen der Germanistik.

Erlar, M & Rother, W. (2012). *Philosophie des Genusses. Studien zum Hedonismus*. Basel: Schwabe,.

Földes, C. (1996). *Deutsche Phraseologie kontrastiv. Intra- und interlinguale Zugänge*. Heidelberg: Groos.

Fleischer, W. (1997). *Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache*. Tübingen: Verlag Max Niemeyer.

Gercken, J. (1999). *Kultur, Sprache und Text als Aspekte von Original und Übersetzung*. Frankfurt am Main: Peter Lang.

Gläser, R. (1986). *Phraseologie der deutschen Sprache*. Tübingen: Verlag Max Niemeyer.

Hallsteinsdóttir, E. (1997). *Aspekte der Übersetzung von Phraseologismen*. Tübingen: Narr.



Hansen, G. (2001). *Einführung in das Übersetzen*. Frederiksberg: Handels højskolens Forlag.

Hossenfelder, M. (2006). *Quellen in deutscher Übersetzung*. Stuttgart: Kröner Verlag.

Häusermann, J. (1977). *Phraseologie. Hauptprobleme der deutschen Phraseologie auf der Basis sowjetischer Forschungsergebnisse*. Tübingen: Verlag Max Niemeyer.

Kammer, G. (2000). *Probleme bei der Übersetzung von phraseologischen Einheiten*. München: Iudicium.

Koller, W. (1997). *Einführung in die Übersetzungswissenschaft*. Heidelberg: Quelle & Meyer

Koller, W. (2002). *Linguistik und kulturelle Dimension der Übersetzung in den 70er Jahren und heute. Methodologische Probleme des Kulturtransfers*. Tübingen: Verlag Max Niemeyer.

Lutz, R. & Koppenhöfer, E. (1983). *Genuß und Genießen*. Weinheim: Beltz.

Menninger, A. (2004). *Genuss im kulturellen Wandel*. Stuttgart: Franz Steiner.

Moore, A. (2019). *Hedonism*. Stanford: Stanford Encyclopedia of Philosophy.

Palm, C. (1995). *Phraseologie: Eine Einführung*. Tübingen: Narr.

Rother, W. (2010). *Philosophische Perspektiven von Platon bis Freud*. Basel: Schwabe.

von Randow, G. (2000). *Genießen*. Hamburg: Hoffmann & Campe.

Worbs, E. (1994). *Theorie und Praxis der slawisch-deutschen Phraseographie*. Mainz: Liber.

### **Wörterbücher und Nachschlagewerke**

Бойко Н.В. (2002). Deutsche Sprichwörter und sprichwörtliche Redensarten  
Режим доступу: <http://elar.kpnu.edu.ua:8081/xmlui/bitstream/handle/123456789/>.

Бусел В. А. (2012). Німецько-український словник. Українсько-німецький словник: 470 000 од. пер. Київ: Ірпінь.

Гаврись В. & Пророченко О. (1981). Німецько-український фразеологічний словник в 2-х томах. Київ : Радянська школа.

Мізін К.І. (2005). Німецько-український фразеологічний словник (усталені порівняння). Вінниця: Нова книга.

Мюллер, В. С. (2012). Великий німецько-український словник: Близько 300 000 слів та словосполучень. Київ: Чумацький шлях.

Billes S. & Götz D. & Greiser A. (2015). Langenscheidt : Großwörterbuch Deutsch als Fremdsprache. München: Langenscheidt GmbH & Co. KG.

Brockhaus F. & Brockhaus E. & Löbel R. (1994). Brockhaus-Enzyklopädie in 24 Bd. Mannheim: Brockhaus.

Deutsches Wörterbuch von Jacob Grimm und Wilhelm Grimm. Режим доступу: <http://www.woerterbuchnetz.de/DWB/>.

Drehse V. & Häring H. & Kuschel K.-J. (1995). Wörterbuch des Christentums. München: Orbis-Verlag.

Duden: Deutsches Universalwörterbuch (2016). Mannheim; Leipzig; Wien; Zürich : Dudenverlag.

Duden: Redewendungen (2013). Berlin ; Mannheim ; Zürich: Dudenverlag.

Duden: Redewendungen und sprichwörtliche Redensarten: Wörterbuch der deutschen Idiomatik (1998). Mannheim; Leipzig; Wien; Zürich: Dudenverlag.

Klappenbach R. & Steinitz W. (1977). Wörterbuch der deutschen Gegenwartssprache: 6 Bände. Berlin : Akademie-Verlag.

Kluge, F. (1999). Etymologisches Wörterbuch der deutschen Sprache. Berlin; New York: Walter de Gruyter.

## ANHANG

### **Lexikalische Mittel der Verbalisierung des Konzepts GENUSS**

*Substantive:* Genusssucht, Genussliebe, Genussfreude, Genussdurst, Genussgier, Genussgift, Genussmittel, Genussware, Genüssling, Genussspecht, Alkoholgenuss, Hochgenuss, Kunstgenuss, Musikgenuss, Sinnengenuss, Genussmensch, Genüssling, Genießer.

*Adjektive:* genussfähig, genießerisch, genussdurstig, genüsslich, genussfreudig, genussfroh, genussgierig, genuss süchtig, genussvoll, genussreich.

*Redewendungen:* mit Genuss essen, mit Genuss verspeisen, Genuss auskosten, sich dem kulinarischen Genuss hingeben, mit Genuss verzehren, Genuss abneigen, Genuss trüben, Genuss schmälern, um den Genuss bringen, Genuss verschmähen, Genuss verderben, Genuss vergällen, sich den Genuss gönnen, den Genuss zelebrieren, den Genuss untersagen, den Genuss mindern, den Genuss abrunden, dem Ruf des Genusses folgen, Ansehen genießen, Ruf genießen, Vertrauen genießen, Schutz genießen, Freiheit genießen, Leben genießen, Ruhe genießen

*Mit Prädikativ:* ungetrübter, reiner Genuss, heller Genuss, großer Genuss, uneingeschränkter Genuss, reichlicher Genuss, purer Genuss, unbeschwerter Genuss, raffinierter Genuss, verfeinerter Genuss, wahrer Genuss, sublimer Genuss, herzhafter Genuss, ausgiebiger Genuss, fleischlicher Genuss, übermäßiger Genuss, exzessiver Genuss.

*Mit Adjektivattribut:* künstlerischer Genuss, ästhetischer Genuss, musikalischer Genuss, literarischer Genuss, weltlicher Genuss, irdischer Genuss

*In der Form des Genitivattributs:* Gipfel des Genusses, Krönung des Genusses, Moment des Genusses, Reich des Genusses, Welt des Genusses.

*Im Dat.:* stumm vor Genuss, verrückt vor Genuss, betrunken vor Genuss, benommen vor Genuss, aufgewühlt vor Genuss, beflügelt von dem Genuss

*Adjektivattribut:* genießbares Trinkwasser, genießbares Lebensmittel, genießbare Frucht, genießbarer Pilz

### **Phraseologische Mittel der Verbalisierung des Konzepts GENUSS**

Im siebten Himmel sein;

vor Freude Luftsprünge machen;  
sich vor Genuss nicht halten können;  
sich vor Genuss gar nicht zu lassen wissen;  
jemandes Herz macht einen Sprung;  
das Herz im Leib will j-m zerspringen;  
jemandem lacht/hüpft das Herz im Leib;  
das Herz erfreuen;  
jemandes Herz lacht;  
jemandem wird es (ganz) warm ums Herz;  
jemandem den Mund wässrig/wässrig machen;  
sich an etwas gütlich tun;  
(sich) zu Gemüte führen;  
jmdm. ein Festessen sein;  
etwas auf der Zunge zergehen lassen;  
das Auge erfreuen;  
keinem Esel ins Ohr schütten (ugs);  
sich den Mund lecken;  
jmdm. alle zehn Finger (nach dem Essen) lecken;  
sich freuen wie ein Schneekönig;  
wie ein Honigkuchenpferd strahlen;  
sich einen Bunten machen;  
leben wie Gott in Frankreich;  
den Himmel auf Erden haben;  
für jmdn. hängt der Himmel voller Geigen;  
etwas in vollen Zügen genießen;  
sich wie im Paradies fühlen/ sich wie im Himmel fühlen;  
sich wie im siebten/siebenten Himmel fühlen;  
wie ein Vollmond strahlen;  
über das/übers ganze Gesicht strahlen;  
Achtung genießen;

einen guten Ruf haben/genießen;  
 jemandes Gunst genießen/in jemandes Gunst stehen;  
 es herrscht eitel Sonnenschein/Wonne;  
 gut Wetter machen;  
 in (eitel) Wonne schwimmen;  
 etwas macht einen Heidenspaß;  
 Spaß in den Backen haben;  
 auf seine Kosten/Rechnung kommen  
 in den Genuss von etw. kommen;  
 j-n um den Genuss bringen;  
 vom (Spiel)Teufel besessen sein;  
 eine Sünde wert sein.

### **Sprichwörter**

Willst du Genuss, so nimmst auch den Verdruss.  
 Gestohlene Brocken schmecken wohl – man verdaut sie aber schwer.  
 Verbotenes Obst ist süß.  
 In verbotenem Teiche fischt man am liebsten.  
 Der Apfel schmeckt süß, um den man den Wächter betrügt.  
 Je näher dem Bein, je süßer das Fleisch.  
 Das Letzte ist das Beste.  
 Der Rest ist für die Gottlosen.  
 Was die Fürsten geigen, das müssen die Untertanen tanzen.  
 Wenn die Herren sich raufen, müssen die Bauern die Haare lassen.  
 Großer Herren Streit geht über Land und Leute.  
 Der Herren Sünde, der Bauern Buße.