

**Az "öröm" fogalmi tartományának német és magyar frazémái kognitív
nyelvészeti szemszögből**

**Deutsche und ungarische Phraseme aus dem onomasiologischen Bereich
"Freude" aus kognitiv-linguistischer Sicht**

Jelige: "metafora"

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung.....	
2. Sprichwörter und sprichwörtliche Redensarten.....	
3. Die kognitive Semantik und die Phraseologie.....	
3.1. Die kognitive Semantik.....	
3.2. Ein Ansatz der kognitiven Linguistik: Die konzeptuelle Metaphernforschung.....	
3.3. Motivation von Sprichwörtern und sprichwörtlichen Redensarten.....	
4. Empirische Analyse.....	
4.1. Der für die Analyse gewählte onomasiologische Bereich.....	
4.2. Das Korpus der vorliegenden Untersuchung.....	
4.3. Analyse der zwei Teilkorpora.....	
4.3.1. Deutsche Sprichwörter.....	
4.3.2. Ungarische Sprichwörter.....	
4.4. Konzepte im Deutschen und im Ungarischen.....	
4.5. Dominante Motivationstypen im Deutschen und im Ungarischen.....	
5. Fazit und Ausblick.....	

1. Einleitung

In der vorliegenden Arbeit werden Phraseme, näher Sprichwörter und sprichwörtliche Redensarten unter die Lupe genommen, wobei zwei Untersuchungsaspekte miteinander verbunden werden: Eine semantische und eine kognitive¹ Annäherung.

Die außersprachliche Wirklichkeit wird in den sprachlichen Ausdrücken abgebildet. Die Sprichwörter und sprichwörtliche Redensarten sind auch Ausdrucksmittel, die Informationen darüber vermitteln können, wie man einen bestimmten Begriff in der deutschen und in der ungarischen Sprache bildet. Es ist eine interessante (und bisher weniger untersuchte) Frage, wie abstrakte Begriffe (wie zum Beispiel Glück, Leben, usw.) in den Phraseologismen einer Sprache ausgedrückt werden. Dieser Fragestellung wird in der vorliegenden Arbeit mithilfe der kognitiven Annäherung nachgegangen.

Sprichwörter sind wichtige Elemente einer Sprache, sind Teile des Kulturgutes einer Sprachgemeinschaft. Die Sprichwörter werden heutzutage auch auf der Basis großer elektronischer Textdatenbanken ermittelt, umfassend beschrieben und online zugänglich gemacht². Die kontrastive Annäherung, die bei den Sprichwörtern früher eher vernachlässigt wurde, rückt immer mehr in den Vordergrund.

Das Ziel dieser Arbeit ist korpusbasiert zu untersuchen, wie ein bestimmter onomasiologischer Bereich in der deutschen und ungarischen Sprache mithilfe von Sprichwörtern und sprichwörtlichen Redensarten verbalisiert wird. Grundlage des Korpus bilden deutsche und ungarische phraseographische Werke, dadurch werden zwei Teilkorpora gebildet. Jedes Teilkorpus enthält jeweils 15 Phraseme. In der Arbeit wird allem auf die folgenden Fragestellungen konzentriert:

- Wie, durch welche Methoden können Phraseme aus kognitiver Sicht untersucht werden?
- Inwieweit kann eine kognitive Analyse von Sprichwörtern und sprichwörtlichen Redensarten Informationen darüber vermitteln, wie abstrakte Begriffe in einer Sprache gebildet werden?
- Wie wird der abstrakte Begriff FREUDE in der deutschen und ungarischen Sprache konzeptualisiert?

¹ Die kognitive Linguistik ist eine Sprachtheorie, ihren Gegenstandsbereich bilden alle Komponenten menschlicher Sprachfähigkeit. Sie erforscht die Sprache als einen „komplex vernetzten Bestandteil der Kognition, in die Wahrnehmung, Gefühle, Konzepte, Bilder, Kommunikation und Interaktion u.a.m. eingeschlossen sind“ (Bußman 2002: 350).

² Ein Beispiel dafür ist das internationale Projekt des IDS Mannheim: *SprichWort. Eine Internetlernplattform für das Sprachenlernen*.

Um das Ziel zu erreichen, wird eine semantische, kognitive Analyse durchgeführt. In dem theoretischen Teil (Kapitel 2., 3.) werden grundlegende Aspekte zu einer kognitiv orientierten linguistischen Analyse der Sprichwörter und sprichwörtlichen Redensarten zusammengefasst, darauf folgt der praktische Teil (Kapitel 4.) mit den methodologischen Grundlagen und mit dem Analyseteil. Am Ende des Analyseteils werden die Ergebnisse zusammengefasst und Konsequenzen in Bezug auf weitere kognitiv orientierte Analysen gezogen.

2. Sprichwörter und sprichwörtliche Redensarten

Um Sprichwörter und sprichwörtliche Redensarten analysieren zu können, muss man einerseits eine Sprichwort-Definition angeben, andererseits müssen ihre semantischen Eigenschaften zusammengefasst werden, wie eine kognitiv orientierte Annäherung auf dieser Ebene Neues leisten kann. In der vorliegenden Untersuchung wird mit einer eher weiten Sprichwort-Definition gearbeitet.

Die Sprichwörter werden in der Phraseologie behandelt, jedoch werden sie in den verschiedenen grundlegenden phraseologischen Werken unterschiedlich definiert, bzw. verschiedene Aspekte stehen in den Definitionen in dem Vordergrund. Die folgende Definition des Sprichwortes von Wolfgang Mieder lässt sich als Orientierung bei meinen vorliegenden Untersuchungen gut anwenden, da sie relativ weit formuliert ist: Ein Sprichwort ist ein „allgemein bekannter, festgeprägter Satz, der eine Lebensregel oder Weisheit in prägnanter, kurzer Form ausdrückt.“ (Mieder 2002: 17) In dieser Definition werden also folgende Aspekte betont: Semantik, Funktion, Form.

Wie auch die Definition von Mieder zeigt, wird der Satzcharakter in den meisten Formulierungen hervorgehoben. Bei Burger (1998: 100) werden die Sprichwörter zu den referentiellen Phraseologismen gerechnet, formal und syntaktisch gesehen repräsentieren sie in sich geschlossene Sätze. Sprichwörter formulieren vollständige Aussagen.

Die Phraseologismen und somit die Sprichwörter verfügen über die sog. „psycholinguistische Festigkeit“, d. h. sie werden in unserem mentalen Lexikon als feste Einheiten gespeichert, so können sie als ganze abgerufen und produziert werden, obwohl sie keine Einzelwörter, sondern Sätze sind. Die Sprichwörter weisen alle konstitutiven Merkmale von Phraseologismen auf, aber sie zeichnen sich dadurch aus, dass sie vollständige Aussagen formulieren, nach einem Set von Strukturmustern gebildet sind und auf der Basis z. B. von metaphorischen Modellen strukturiert sind (vgl. Burger 1998: 119). Die wichtigsten

sprachlichen Merkmale von Sprichwörtern sind also die folgenden: Satzcharakter, kurz formuliert, psycholinguistische Festigkeit, spezifische semantische Struktur und Bildlichkeit.

Einige Auffassungen zählen nicht nur ganze Sätze, sondern auch die sog. sprichwörtlichen Redensarten zu dieser Klasse der Phraseologismen. Sprichwörtliche Redensarten werden ebenso unterschiedlich definiert, aber laut Burger (1998: 55) sind es zwei nominale Elemente, die durch das Verb in eine bestimmte Relation gebracht werden, z. B. *jm. das Fell über die Ohren ziehen* ('jmdn. betrügen, übervorteilen'). Dabei spielt die Metaphorik oft eine prominente Rolle. In der vorliegenden Arbeit werden auch sprichwörtliche Redensarten ins Korpus miteinbezogen. Ein weiteres Merkmal der Sprichwörter und der sprichwörtlichen Redensarten ist ein hoher Grad von „Bildlichkeit“:

Wenn eine Redewendung neben ihrem eigentlichen und wörtlichen Sinn noch eine übertragen-bildliche Bedeutung hat und wenn gar ihre Gebrauchsfunktion sich soweit von der primären Bedeutung der Einzelwörter entfernt hat, daß der ursprüngliche Sinn gar nicht oder kaum mehr empfunden wird, dann bezeichnen wir sie eben als «sprichwörtliche Redensart». (Röhrich/Mieder 1977:20, zitiert nach Burger 1998:93).

Sprichwörtliche Redensarten sind also Phraseme mit bildlichem Charakter, aber sie repräsentieren keine vollständigen Sätze, sondern sie können in den Satz eingebaut werden.

In anderen Definitionen werden das semantische und funktionale Kriterium und damit der Charakter „Volksweisheit“, „Allgemeingültigkeit“ und „Verbürgung der Wahrheit“ stärker hervorgehoben. Der ungarische Autor O. Nagy (1976: 12) definiert das Sprichwort folgendermaßen:

Das Sprichwort ist ein »Prinzip«, eine mit dem Anspruch der Allgemeingültigkeit verwendete »Lebensweisheit«, ein Rat oder ein Urteil, aber auf jeden Fall ein Satz, wobei im Zusammenhang mit seiner Bedeutung die Frage »wahr oder nicht wahr« gestellt werden kann, und welcher immer eine mehr oder weniger geschichtlich und gesellschaftlich gebundene Weltsicht widerspiegelt.

In der Definition von Metzler Lexikon Sprache (1993: 599) rückt der semantische Aspekt in den Vordergrund: „Es gehört zum festen lexikalischen Bestand einer Sprache und hat oft eine übertragene (metaphorische) Bedeutung, die nicht identisch ist mit dem unmittelbar im Satz mitgeteilten Sachverhalt (z. B. Neue Besen kehren gut.)“

Die wichtigsten sprachlichen Merkmale von Sprichwörtern sind also die folgenden: Satzcharakter, kurz formuliert, psycholinguistische Festigkeit, spezifische semantische Struktur und Bildlichkeit.

Um eine semantisch orientierte Analyse der Sprichwörter durchzuführen, braucht man unbedingt ihre spezifischen semantischen Eigenschaften tiefgreifender unter die Lupe zu nehmen. Oben wurde schon auf die übertragene-bildliche Bedeutung der Sprichwörter und sprichwörtlichen Redensarten hingewiesen. Bei den Sprichwörtern sind aus kognitiver Sicht die Fälle besonders interessant, wenn es um polysemantische oder metaphorische Sprichwörter geht. Sprichwörter, die über zwei Lesarten verfügen, heißen also polysemantische oder metaphorische Sprichwörter. Die erste (wörtliche) Lesart ergibt sich aus der einfachen Addition der Bedeutungen der Komponenten, die zweite (phraseologische) Lesart ist die auf der ersten Lesart basierende idiomatische³ Bedeutung. Eine reale Situation, ein spezielles Problem kann durch ein metaphorisches Sprichwort ausgedrückt werden, wobei die Wörter in einem übertragenen Sinne verstanden werden können: Sie verfügen sozusagen über ein „semantisches Mehr“. Ein Beispiel für ein Sprichwort mit nur einer Lesart (monosemantisches Sprichwort): *Geld allein macht nicht glücklich*. Die denotative Bedeutung dieses Sprichwortes kann aufgrund der Bedeutungen der einzelnen Komponenten erschlossen werden: ‘Zum Glücklichsein braucht man mehr als nur Geld’. Ein Sprichwort mit zwei Lesarten: *Der Apfel fällt nicht weit vom Stamm*. Denotative Bedeutung des Sprichwortes: ‘Jd. ist in den Anlagen [vor allem in den negativen Anlagen] den Eltern sehr ähnlich’⁴. Hier steht ‘Apfel’ als Metapher für ein Mitglied einer Familie, das ähnliches tut oder sich so verhält, wie seine Vorfahren. Daneben kann das Sprichwort auch in einem wortwörtlichen Sinn verstanden werden, dass ein Apfel (Obst) weit vom Stamm des Baumes fällt. (Beispiele: Vgl. Burger 1998: 102) Viele metaphorische Phraseologismen (so auch Sprichwörter) verfügen über eine Bildkomponente, die eine konkrete visuelle Vorstellung hervorrufen kann. Die Feststellung dieser bildlichen Komponente wird auch in der vorliegenden kognitiven Analyse eine wichtige Rolle spielen, da sie die Grundlage des metaphorischen Konzeptes bildet.

3. Die kognitive Semantik und die Phraseologie

In diesem Kapitel werden grundlegende Aspekte der kognitiven Annäherung an die Phraseologie zusammengefasst.

In den phraseologischen Forschungen gewinnen neue Richtungen immer mehr an Bedeutung: Es handelt sich vor allem um die Miteinbeziehung von kognitiven und

³ „Wenn überhaupt eine Diskrepanz zwischen der phraseologischen Bedeutung und der wörtlichen Bedeutung des ganzen Ausdrucks besteht, dann ist der Ausdruck idiomatisch im semantischen Sinn.“ (Burger 1998: 31)

⁴ Bedeutungsangaben nach dem phraseographischen Werk *Duden Redewendungen* (2002)

kulturellen Aspekten. Dobrovol'skij und Piirainen (2009: 12) betonen, was das Neue an der kognitiven Herangehensweise ist, die auch als Grundlage von neuen möglichen Analyseverfahren fungiert: Dabei wird „eine zusätzliche sprachtheoretische Komponente“ fokussiert, „eine Betrachtungsweise aus der Perspektive des bildlichen Lexikons“ (ebd.). So werden Idiome als konventionelle bildliche Lexikoneinheiten aufgefasst. Dieser Aspekt ist deshalb möglich, weil Idiome „viele Gemeinsamkeiten mit konventionellen Einwortmetaphern und anderen figurativen Einheiten des Lexikons“ (ebd.) haben. Laut der Theorie des bildlichen Lexikons verfügen die bildlichen Lexikoneinheiten (z. B. prototypische Idiome, figurative Einwortmetapher) über eine zweischichtige Semantik: Sie bezeichnen Entitäten der realen oder imaginären Welt (lexikalisierte Bedeutung) und sie evozieren Konzepte. (vgl.: Dobrovol'skij und Piirainen 2009: 12) Sie können laut den gleichen Kriterien untersucht werden und können sie somit verglichen werden. Da die kognitive Annäherung in Bezug auf die Semantik Neues leisten kann, wird in dem nächsten Kapitel auf die kognitive Semantik näher eingegangen.

3.1. Die kognitive Semantik

Die kognitive Semantik versucht „die Funktionsweise von Sprache auf ganzheitliches und anschauliches Denken (konzeptuelle Strukturen) zurückzuführen“ (Stöckl 2004: 73). Die neue Sicht führt auch „zur Erweiterung des metasprachlichen Instrumentariums der lexikalischen Semantik“ (Dobrovol'skij 1995: 10). Laut der Ansicht der modernen kognitiven Semantik kann das durch die lexikalische Struktur evozierte mentale Bild in die aktuelle Semantik hineinspielen. Der Inhaltsplan der Idiome besteht so aus zwei Makrokomponenten: Figurative (lexikalisierte) Bedeutung und das durch die lexikalische Struktur evozierte mentale Bild.

Hartmut Stöckl weist darauf hin, dass die kognitiv-semantischen Theorien in gewisser Hinsicht auch als Bildtheorien verstanden werden können, als Theorien der mentalen Bilder (Stöckl 2004: 73). Die Theorien mentaler Bilder „postulieren kognitive Muster, die bildlich, funktionsanalog und ganzheitlich sind und versuchen damit die flexiblen Prozesse des Verstehens von Zeichen zu erklären“ (Stöckl 2004: 79).

Es gibt mehrere Theorien, die alle auf der Annahme konventionalisierter konzeptueller Strukturen beruhen, eine davon ist z. B. die Theorie der konzeptuellen Metapher von Lakoff & Johnson. In dem folgenden Teil wird auf diese Theorie detaillierter eingegangen, denn dieser Ansatz ist im Bereich der Metaphernforschung für unsere Fragestellungen am ehesten relevant.

3.2. Ein Ansatz der kognitiven Linguistik: Die konzeptuelle Metaphernforschung

Metaphern sind Elemente der Sprache und der Kognition, die menschliche Kommunikation ist von Metaphern durchgewoben. Die Metapher ist eine Form des sprachlichen Bildes, in Metaphern stehen mehr oder weniger konkrete „Bilder“ für meist abstrakte Bedeutungen. Theorien über Metaphern sind vor allem Modelle der mentalen Repräsentation metaphorischer Strukturen, d. h. Modelle über ihre kognitive Realität. Als eine von den bedeutendsten Metapherntheorien wird von Stöckl die Theorie der konzeptuellen Metapher von Lakoff und Johnson benannt. Mit dieser Theorie, mit den konzeptuellen Metaphern beschäftigen sich Lakoff und Johnson in ihrem grundlegenden Werk *Leben in Metaphern. Konstruktion und Gebrauch von Sprachbildern*.

Im Alltagswissen werden die Metaphern für rein sprachliche Phänomene (z. B. poetische Mittel) gehalten, aber sie durchdringen eigentlich nicht nur unsere Sprache, sondern auch unser Denken und Handeln. Im Vorwort des Werkes von Lakoff und Johnson wird auf die universelle Verbreitung der Metapher „als das zentrale Sinnesorgan für unsere soziale und kognitive Welt“ (Lakoff/Johnson 2004: 8) hingewiesen. Menschliche Denkprozesse können metaphorisch ablaufen, man greift dabei auf Konzepte zurück. Was man wahrnimmt, wird durch Konzepte strukturiert und unser alltägliches Konzeptsystem ist grundsätzlich metaphorisch. Die konzeptuellen Metaphern sind mögliche kognitive Basisgrößen, neben Bildschemata, Sprachwissen, Weltwissen (Frames und Scripts) und kulturspezifischem Wissen. Sie strukturieren unsere Wahrnehmung, unser Handeln, Denken und Leben. (Stöckl 2004: 200)

Man darf die konzeptuellen Metaphern mit den sprachlichen Metaphern nicht gleichsetzen. Die konzeptuellen Metaphern sichern die Verbindung zwischen voneinander sonst unabhängigen konzeptuellen Domänen. Ihre Existenz wurde anhand von psycholinguistischen Test bewiesen (vgl. Kövecses 1998: 57). Bei der metaphorischen Motivation spielen zwei Konzepte eine Rolle: Ausgangskonzept (source concept) und Zielkonzept (target concept). Dabei geschieht eine metaphorische Projektion: Eine (konkrete) Ausgangsdomäne wird auf eine (abstrakte) Zieldomäne projiziert. So entsteht eine konzeptuelle Metapher (im Sinne der Kognitiven Metapherntheorie). Nehmen wir konkrete Beispiele! (vgl. Dobrovolskij/ Piirainen 2009: 20f.):

jn. hinters Licht führen

jm. Sand in die Augen streuen

- lexikalisierte Bedeutung: ‘jn. täuschen, betrügen‘

Diese Idiome basieren auf einer konzeptuellen Metapher, sie weisen eine starke Bildlichkeit auf. Bei dem ersten Beispiel wird das Ausgangskonzept STÖRUNG DES SEHVERMÖGENS durch ENTZUG VON LICHT induziert, bei dem zweiten Beispiel wird das Sehvermögen beeinträchtigt. Die beiden Idiome verfügen über unterschiedliche Bildkomponenten (vgl. Dunkelheit, Sand in die Augen streuen). Die konzeptuelle Metapher, die sich formulieren lässt, ist aber die gleiche: TÄUSCHUNG IST STÖRUNG DES SEHVERMÖGENS. Zoltán Kövecses schreibt in seinem Werk über die kognitive Metapherntheorie (2005: 31ff.), dass die Ausgangsbereiche etwas konkreter, d. h. besser fassbar und beschreibbar sind, als die Zielbereiche. Er benennt häufige Ausgangs- und Zielbereiche, zu ihrer Ermittlung hat er verschiedene Metapher-Wörterbücher verwendet. Oft vorkommende Ausgangsbereiche sind so zum Beispiel der menschliche Körper, Gesundheit und Krankheit, Tiere, Pflanzen, Gebäude und Bau, Maschinen und Geräte, Sport und Spiele, Geld und Geschäft, Kochen und Speisen, Kälte und Wärme, Helligkeit und Dunkelheit, Kräfte, Bewegung und Richtungen. Zielbereiche sind vor allem die Gefühle, Sehnsucht, Moral, Gedanken, Gesellschaft und Nation, Politik, Wirtschaft, menschliche Beziehungen, Kommunikation, Zeit, Leben und Tod, Religion, Ereignisse und Handlungen. Auch Kövecses schreibt über die Kulturspezifität der Metaphern und Metonymien: Sie ist vor allem durch die Unterschiede in der Ausdehnung der Zielbereiche sichtbar.

Für Metapher im Falle von Idiomen bringt Harald Burger (1998: 83) das folgende Beispiel:

Das Wort *Quelle* hat die „Ausgangsbedeutung“ (nach DUW): ‘an bestimmter Stelle aus der Erde tretendes, den Ursprung eines Baches, Flusses bildendes Wasser’, wovon sich andere, „übertragene“ Bedeutungen ableiten lassen, z. B. eine *Quelle der Unzufriedenheit*, *Quelle von Informationen*. In diesem Fall wird etwas Konkretes auf etwas Abstraktes übertragen.

Mit ‘Quelle’ kann man auch Idiome bilden, wie zum Beispiel: *an der Quelle sitzen* ‘gute Verbindung zu jm. haben und daher zu besonders günstigen Bedingungen in den Besitz von etw. gelangen’

Hier geht es um eine lexikalisierte metaphorische Wortverbindung, um ein sog. metaphorisches Idiom. Das Idiom verfügt über eine Bedeutung, hat aber zwei verschiedene Lesarten, eine wörtliche und daneben eine sehr allgemeine phraseologische Lesart, die von der wörtlichen Lesart abgeleitet werden kann. In der Bedeutungsangabe kann man das Wort *Besitz* sowohl wörtlich als auch metaphorisch verstehen, denn das *etwas* kann alles Mögliche sein, z. B. Konsumprodukte, Informationen, usw. Wenn ‘Quelle’ in einem übertragenen Sinne verstanden wird, dann wird die Vorstellung vom ‘Ursprung eines Wasserlaufs’ auf ein

anderes Objekt übertragen (projiziert). ‘Quelle’ ist in diesem Fall Element eines „Frames“ oder „kognitiven Modells“: Man hat darüber Informationen und bei ‘Quelle’ verfügt man über das Konzept des Wasserweges. Dieses Konzept kann metaphorisch auf einen anderen Sachbereich projiziert werden (z. B. auf den Bereich des Geldes). In diesem Fall kann man Geld-Transaktionen verstehen, wenn man den Frame ‘Wasserlauf’ auf sie projiziert. Laut der Terminologie der kognitiven Linguistik ist hier ein Bereich unserer Erfahrung (Geld-Transaktionen) durch einen anderen Bereich (Lauf des Wassers) konzeptualisiert. Die beiden konzeptuellen Bereiche werden in der Terminologie als Ausgangsbereich (source domain) und Zielbereich (target domain) genannt – wie schon darauf hingewiesen wurde –, aber sie können auch als Bildspenderbereich und Bildempfängerbereich genannt werden. Die Relation von Ausgangsbereich und Zielbereich heißt metaphorisches Modell. In dem konkreten Beispiel hat man mit dem Ausgangsbereich WASSER und mit dem Zielbereich GELD zu tun. Die beiden Bereiche können z. B. durch ein Substantiv (für den Bereich GELD) und ein Verb (für den Bereich WASSER) versprachlicht werden: Z. B. *Viel Kapital ist ins Ausland geflossen*.

Durch dieses Beispiel wurde veranschaulicht, wie eine kognitive Annäherung bei Phraseologismen eingesetzt werden kann. In dem nächsten Abschnitt wird die kognitive Sicht spezifisch auf Sprichwörter erörtert.

Um die kognitive Orientierung an die Sprichwörter darzustellen wird ein allgemein bekanntes Sprichwort als Beispiel gebracht. *Zeit ist Geld* kann auch als ein satzwertiger, sprichwortartiger Phraseologismus des Deutschen aufgefasst werden, dessen semantische Paraphrase im *Duden Redewendungen* wie folgt lautet: ‘man soll die Zeit nicht ungenutzt lassen, Zeitverlust bedeutet materiellen Verlust’. So wird in der Bedeutungsangabe zugleich auf die der Konzeptualisierung zugrunde liegende konzeptuelle Metapher angespielt. (vgl. Burger 1998: 85f.) Wie oben schon erwähnt wurde, ist es möglich, dass ein metaphorisches Konzept kulturgebunden ist (vgl. Wertvorstellungen, wie zum Beispiel: Zeit ist in einer bestimmten Kultur ein wertvolles Gut) und es kann auch vorkommen, dass das gleiche Konzept in zwei verschiedenen Sprachen existiert bzw. versprachlicht wird. Es ist auch möglich, dass ein Ausgangskonzept auf mehrere Zielkonzepte projiziert werden kann und man von mehreren konzeptuellen Metaphern mit dem gleichen Ausgangskonzept sprechen kann, vgl. ZEIT IST GELD (z. B. das Sprichwort *Zeit ist Geld*) und DIE ZEIT IST EIN BEWEGLICHES OBJEKT (z. B. die Redewendung *Die Zeit fliegt dahin*). Also das Vergehen der Zeit selbst kann durch mehrere Bilder konzeptualisiert werden, z. B. die Zeit kann kommen, fliegen, usw. Durch diese Beispiele ist sichtbar, dass die Phraseologismen eine große Rolle bei der Lexikalisierung metaphorischer Konzepte spielen.

Die konzeptuellen Metaphern beruhen auf einer bestimmten kognitiv gebundenen konzeptuellen Basis oder mentalen Image. In der Sprache sind viele metaphorischen sprachlichen Ausdrücke mit metaphorischen Konzepten verbunden, die selbe konzeptuelle Metapher kann durch viele verschiedene sprachliche Metaphern versprachlicht werden. Das selbe Konzept kann sich auch in unterschiedlichen sprachlichen Metaphern manifestieren (vgl. die deutschen Sprichwörter *Unter einem guten Stern stehen*, *Im sieb[en]ten Himmel sein*; Konzept: GLÜCK IST OBEN). Interlingual gesehen kann das gleiche Konzept in L1 und L2 gleich (z. B. im Falle des deutschen und ungarischen Sprichwortes *Zeit ist Geld.* – *Az idő pénz.*) oder unterschiedlich versprachlicht werden, d.h. die gleiche konzeptuelle Metapher kann in den verschiedenen Sprachen vielfältig, durch verschiedene Bilder angewendet werden (z. B. die Idiome *Eulen nach Athen tragen* und *carry coals to Newcastle*, bei denen keine Unterschiede in der lexikalisierten Bedeutung [‘etwas an einen Ort bringen, an dem es im Überfluss vorhanden ist’], jedoch verschiedene lexikalische und bildliche Komponenten vorhanden sind. Also diese Idiome weisen zwar einen hohen Grad an semantischer Ähnlichkeit auf, aber sie evozieren verschiedene Konzepte.) (vgl. Dobrovol’skij/Piirainen 2009:143ff.)

Auch viele metaphorischen Ausdrücke, die alltagssprachlich benutzt werden, haben als Grundlage ein metaphorisches Konzept (z. B.: *Valósággal felfalta a könyvet*, das metaphorische Konzept: GEDANKEN SIND SPEISEN; vgl. Kövecses 2005: 21). Durch die Untersuchung von metaphorischen sprachlichen Ausdrücken können wir einen Einblick in das Wesen metaphorischer Konzepte gewinnen. Lakoff und Johnson haben ein Verfahren entwickelt, mithilfe dessen die die Wahrnehmung, das Denken und Handeln strukturierenden Metaphern identifiziert werden können. Als Beispiel nennen sie das Konzept ARGUMENTIEREN und die konzeptuelle Metapher ARGUMENTIEREN IST KRIEG. Diese Metapher wird in vielen Ausdrücken versprachlicht (wie zum Beispiel: Ihre Behauptungen sind *unhaltbar.*; Sie sind anderer Meinung? Nun, *schießen Sie los!*; Er *bombardierte* mich mit Worten.; usw.).

Fassen wir zusammen, welche Komponenten in einer kognitiv orientierten Analyse von Phraseologismen relevant sein können! Dabei kann man z. B. die Bildkomponente, die Motivation und die versprachlichten Konzepte unter die Lupe nehmen. Zur Feststellung dieser Bild-Vorstellungen kann man Versuchspersonen darum bitten, die mit dem Idiom verbundenen mentalen Bilder zu verbalisieren. Es ist eine weitere Frage, inwieweit die Projektion einer bildhaften wörtlichen Bedeutung auf die phraseologische Bedeutung für die Sprecher nachvollziehbar ist. Wenn die Erklärungsbedürftigkeit höher ist,

liegen keine nachvollziehbare Metaphern vor. (vgl. Burger 1998: 93) Mit der Motiviertheit ist gemeint, ob der Phraseologismus aus der freien Bedeutung der Wortverbindung oder aus den Bedeutungen der einzelnen Komponenten verständlich ist. Verständlichkeit kann zum Beispiel darauf beruhen, dass der Sprecher verschiedene Assoziationen zu einzelnen Komponenten hat oder die Bildlichkeit ihm „einleuchtet“. Daneben ist es möglich, dass ein Phraseologismus in dem Text metaphorisch erkennbar gemacht wird oder der Phraseologismus eine semantische Basis hat. (vgl. Burger 1998: 66f.)

Auch Kövecses macht einen Unterschied zwischen der traditionellen und der kognitiven Annäherung an die Idiome. Laut der kognitiven Annäherung sind die Bedeutungen größtenteils motiviert und in der Motivation spielen die drei kognitiven Mechanismen Metapher, Metonymie und konventionelles Alltagswissen eine Rolle. Kövecses weist auch darauf hin, dass die Motivation die Aneignung von Idiomen beim Sprachlernen erleichtert. (vgl. Kövecses 2005: 201ff.) Auf die Motivation als möglicher Untersuchungsaspekt wird in dem nächsten Kapitel näher eingegangen.

3.3. Motivation von Sprichwörtern und sprichwörtlichen Redensarten

Idiome – wie auch Sprichwörter - sind größtenteils semantisch motiviert, d. h. sie verfügen über eine zweischichtige Semantik mit den wörtlichen und phraseologischen Lesarten. Die Bedeutungsbeziehungen zwischen den beiden Lesarten können also unterschiedlicher Art sein, aber es geht immer um eine Übertragung von Bedeutung. Beispiele dafür sind die Metaphorisierung (*das fünfte Rad am Wagen sein* [‘in einer Gruppe überflüssig, nur geduldet sein’]), Metonymisierung (*einem etwas aufs Dach geben* [‘jmdn. zurechtweisen, tadeln’]) und Symbolisierung (*jetzt schlägt’s dreizehn* [‘das geht zu weit, jetzt ist aber Schluss damit’]) (vgl. Stöckl 2004: 163). Bei dem ersten Beispiel bildet eine Erfahrung (die Stabilität eines Fahrzeugs mit vier Rädern) die Grundlage für die Bedeutungsübertragung in einen anderen Wissensbereich, in eine andere kognitive Domäne (Rad-Mensch). Bei metonymischen Beziehungen wird ein Teil für das – oder ein anderes - Objekt, oder für die Handlung, oder Eigenschaft gesetzt (z. B. Dach für Kopf). Bei dem dritten Typ (z. B. Symbole in Form von Zahlen und Farben) werden die idiomatischen Bedeutungen durch unser kulturell geprägtes und sprachlich kodiertes Symbolwissen verständlich.

Wie schon darauf hingewiesen wurde, spielt die Bildkomponente als zusätzliche Komponente der semantischen Struktur von bildlichen Lexikoneinheiten eine maßgebende Rolle. Die synchronische Motivation von diesen bildlichen Lexikoneinheiten kann vom Verhältnis der beiden konzeptuellen Ebenen, der lexikalisierten (figurativen)

Bedeutung und des zugrunde liegenden Bildes, abgeleitet werden. Diese Verhältnisse, also die Verbindungen der konzeptuellen Ebenen sind vielfältig und meist auch kulturell bestimmt. Als mögliche Quellen der Motivation werden auch verschiedene Wissenstypen, wie z. B. Weltwissen, Wissen über kulturelle Konventionen, usw. genannt. Nach dieser Auffassung unterscheiden Dobrovol'skij und Piirainen (2009: 19) zwei Haupttypen der semantischen Motivation: Metaphorische Motivation und symbolische Motivation.

Die metaphorische Motivation basiert also auf dem konzeptuellen Mapping. Die metaphorische Motivation kann weiter in Subtypen eingeteilt werden: Wenn die motivierenden Links zwischen den beiden konzeptuellen Strukturen auf einer abstrakteren und übergeordneten Ebene sind, dann erfolgt die Motivation aufgrund einer konzeptuellen Metapher (vgl. das schon erwähnte Beispiel: Idiom- *jmdm. Sand in die Augen streuen*, konzeptuelle Metapher-TÄUSCHUNG IST STÖRUNG DES SEHVERMÖGENS). Wenn die Links auf einer konkreteren Basisebene der Kategorisierung zu finden sind und außersprachliche Wissensstrukturen einbezogen werden, dann kann man von Motivation aufgrund einer framebasierten Metapher (Beispiel: Idiom- *ein rotes Tuch für jmdn. sein*, Bestandteile des Frames STIERKAMPF- 'jmdn. provozieren', 'Wut auslösen und verstärken', usw.) sprechen.

Die symbolische Motivation beruht auf kultursemiotischen Konventionen. Die symbolisch motivierten Phraseologismen entstehen durch die Kohärenz zwischen symbolischen Konzepten der Sprache und entsprechenden symbolischen Phänomenen in kulturellen Codes. So kann man eigentlich von der Motivation aufgrund eines Kultursymbols sprechen. Die symbolische Motivation erstreckt sich auf eine Konstituente. Ein Beispiel: Idiom- *ein hartes/schweres Brot sein* – 'ein mühevoller Gelderwerb sein', Konzepte- BROT und GELD. Die symbolische Motivation erstreckt sich nur auf eine Konstituente, die Motivation zwischen Bild und figurativer Bedeutung kommt dem Konzept BROT zu. Die Verbindung der beiden konzeptuellen Ebenen beruht nicht auf Ähnlichkeitsbeziehungen, sondern auf (kulturellen) Konventionen. Die Symbolisierung von BROT bezieht sich auf den christlich-abendländischen Kulturraum. BROT steht (als Grundernährungsmittel) in dieser Kultur für das Leben, für die Gesamtheit dessen, was zum Lebenserhalt notwendig ist. Hier muss man spezielle kultursemiotische Wissensstrukturen zur Deutung der konzeptuellen-semantischen Beziehungen zwischen Form und Bedeutung aktivieren. Einen Beschreibungsrahmen zu diesen Kultursymbolen und den dadurch motivierten bildlichen Lexikoneinheiten sichert die Kultursemiotik.

Ein weiterer grundlegender Motivationstyp ist die intertextuelle Motivation: In diesem Fall kann die lexikalische Struktur auf einen schon existierenden Text zurückgeführt

werden, z. B. *gegen/mit Windmühlen kämpfen* – Cervantes: Don Quijote. Dieser Typ kommt meistens zusammen mit anderen Motivationstypen vor. Mehrere Idiome mit einer als Kultursymbol fungierenden Konstituente können ursprünglich auf einen Text zurückgeführt werden.

Wenn mehrere von den oben angeführten Motivationsarten gleichzeitig vorhanden sind, kann man von dem Blending der Motivationstypen sprechen. Ein Idiom kann zum Beispiel auf der Ebene der konzeptuellen Metapher und aufgrund eines konkreten Frames und/ oder Symbols gleichzeitig motiviert sein. Beispiel: Idiom- *im siebten Himmel sein/sich wie im siebten Himmel fühlen*, konzeptuelle Metapher: HAPPY IS UP, Frame: HIMMEL, Symbolwert der Zahl SIEBEN, usw. (Vgl. Dobrovol'skij/ Piirainen 2009: 16ff.)

4. EMPIRISCHE ANALYSE

Da die vorliegende Arbeit eine kognitive Herangehensweise und eine Analyse von phraseologischen Einheiten zu integrieren versucht, ist dabei ein spezifisches Verfahren notwendig. Im Spiegel der früheren Überlegungen müssen die relevanten Analyseaspekte bestimmt werden.

Hier wird vor allem auf semantische Merkmale fokussiert, da die kognitive Annäherung in diesem Bereich neue Zugänge bieten kann. In einer kognitiven Annäherung ist eine relevante Fragestellung, wie man Begriffe in einer Sprache bildet. Dafür können die Sprichwörter als Beispiele genommen werden, in diesem Sinne ist eine onomasiologische Methode geeignet. Um die Sprichwörter tiefergreifender analysieren zu können, muss der denotative Kern ermittelt werden. So kann man als erstes Kriterium die lexikalische Bedeutung (semantische Paraphrase) berücksichtigen. Dies entspricht der denotativen Bedeutung in den traditionellen phraseologischen semantischen Forschungen.

Nach der Angabe der denotativen Bedeutung muss man auch die wörtliche Bedeutung angeben, damit man die lexikalische Struktur der einzelnen Sprichwörter nachvollziehen kann. Sie liefert wichtige Informationen über die bildliche Grundlage der Sprichwörter, davon kann man also das mentale Bild und die evozierten Konzepte ableiten. Nach der Angabe dieser semantischen Informationen können – in Anlehnung an die Auffassung von Dobrovol'skij/Piirainen – noch verschiedene Untersuchungskriterien (die erwähnte bildliche Grundlage, die versprachlichten Konzepte und die Motivation) unter die Lupe genommen werden. Daraus ergeben sich folgende Beschreibungskriterien: Denotative Bedeutung, wörtliche Bedeutung und somit die bildliche Grundlage, die durch die bildliche Grundlage evozierte konzeptuelle Struktur, Motivation. So wird versucht, von den

„traditionellen semantischen Informationen“ ausgehend eine neue, kognitiv basierte Untersuchung durchzuführen.

4.1. Der für die Analyse gewählte onomasiologische Bereich

Der untersuchte onomasiologische, phraseosemantische Bereich ist ‘Freude – wobei also primär menschliches Verhalten bzw. Zustände phraseologisch versprachlicht werden. Wenn man die konzeptuelle Ebene in den Vordergrund stellt, kann FREUDE auch als Basiskonzept aufgefasst werden. Bei diesem onomasiologischen Bereich gehe ich von dem Begriffsfeld ‘glücklich sein/ fröhlich sein‘ aus. Dieser menschliche Zustand (Freude, gute Stimmung, Wohlgefühl, gute Laune...) und die dazu gehörenden Emotionen und Werte werden in den verschiedenen Kulturen und Sprachen anders ausgedrückt, aber sie bilden eine natürliche Art der Erfahrungen (näher der emotionalen Erfahrungen). ‘Freude‘ wird als Begriff in allen möglichen Teilbedeutungen mitberücksichtigt (laut Angaben von *Duden Online*: 1. hochgestimmter Gemütszustand; das Froh- und Beglücktsein; 2. etwas, was jemanden erfreut; als Synonyme werden z. B. Begeisterung, Behagen, Belustigung, Fröhlichkeit, Frohsinn, Gefallen, Glück, Glückseligkeit, Heiterkeit, Hochgefühl, Lust, Seligkeit, Triumph, Vergnügen, Vergnügtheit, Wohlgefallen, Genuss, Glückseligkeit, Hochgenuss, Spaß, usw. angegeben).⁵

Erstmals werden die gesammelten deutschen, dann die ungarischen Sprichwörter analysiert. Die kognitiven Grundlagen bei der Analyse können Einsicht darüber ermitteln, was für konzeptuelle Unterschiede in den beiden Sprachen zu beobachten sind oder welche gemeinsamen Metaphernmodelle bzw. bildliche Motivationen gefunden werden können. Danach werden die Analyseergebnisse verglichen: Die Frage ist, welche Gemeinsamkeiten und Unterschiede (aufgrund kognitiver Gesichtspunkte) gefunden werden können.

4.2. Das Korpus der vorliegenden Untersuchung

Es gibt zwei Teilkorpora in der vorliegenden Untersuchung: Ein deutsches Korpus und ein ungarisches Korpus, Redensarten zum onomasiologischen Bereich ‘Freude‘. Analysiert werden 15-15 deutsche und ungarische Sprichwörter von den phraseographischen Werken *Duden Redewendungen* (2002) und *Magyar szólástár* (Bárdosi, 2003).

⁵ Vgl.: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Freude> [gesehen am 31. 05. 2012]

4.3. Analyse der zwei Teilkorpora

4.3.1. Deutsche Sprichwörter

Zuerst werden die deutschen Sprichwörter und sprichwörtliche Redensarten unter die Lupe genommen.

• **Über beide/ alle vier Backen grinsen/strahlen**

- denotative Bedeutung: ‘auffallend froh, glücklich aussehen/ auffallend breit grinsen‘
- wörtliche Bedeutung: ‘man lacht mit den beiden /allen vier Wangen; /die Wangen von einer Person senden Licht aus‘

Eine Backe ist ‘einer der beiden Gesichtsteile links und rechts von Nase und Mund’⁶. In einer Variante des Sprichwortes wird über „beide Backen“ gesprochen, in einer zweiten Variante existieren schon „vier Backen“. Durch diese scherzhafte Übertreibung wird ausgedrückt, wie groß die Freude einer bestimmten Person ist: Sie verfügt nicht nur über zwei, sondern über vier grinsende/ strahlende Backen (d. h. Wangen).

In diesem Sprichwort wird die Freude, das Glück einerseits durch die Mimik, andererseits durch das Aussehen von Körperteilen (Backen, also Wangen) ausgedrückt. Wenn man fröhlich ist, daraus folgt, dass man grinst (lacht). Grinsen und Lächeln sind äußere Zeichen der glücklichen, fröhlichen Stimmung. Man ruft Alltagserfahrungen über die fröhlichen Menschen hervor, um die Freude zu konzeptualisieren. Daneben ist es noch erwähnenswert, dass auch der Ausdruck „vor Freude/ Glück strahlen“ existiert, d. h. das Verb ‘strahlen‘ wird mit Freude, Glück verbunden. Die bildliche Komponente dieses Sprichwortes ist: Zwei (vier) grinsende/ strahlende Wangen. Das konkrete Ausgangskonzept GRINSENDE BACKE bzw. STRAHLENDE BACKE wird auf das abstrakte Zielkonzept FREUDE projiziert. Die lexikalische Struktur evoziert die konzeptuelle Struktur FREUDE IST GRINSENDE/ STRAHLENDE BACKE. Die Freude wird durch die Mimik ausgedrückt, die Motivation ist metaphorisch.

• **Vor Freude [fast] an die Decke springen**

- denotative Bedeutung: ‘sich sehr freuen‘
- wörtliche Bedeutung: ‘jd. springt an die Decke (= „ebene Fläche, die einen Raum nach oben hin abschließt“) wegen der großen Freude‘

In diesem Sprichwort wird die Freude, die man fühlt, durch eine Bewegung ausgedrückt. Diese Freude ist aber so groß, man hat so viele Energie, dass man damit nach oben, (fast) an

⁶ Bei der Angabe der Bedeutungen wird als Hilfe die elektronische Ausgabe des Duden-Bedeutungswörterbuches benutzt. (Online unter: www.duden.de)

die Decke springt... Dieser Gedanke hat mit dem Konzept HAPPY IS UP/ GLÜCKLICH SEIN IST OBEN zu tun. Dieses Konzept beruht auf einer Orientierungsmetapher⁷. Die bildliche Grundlage ist: Sprung, Decke. Die evozierten Konzepte sind: FREUDE IST EINE INTENSIVE BEWEGUNG, GLÜCK IST OBEN.

- Motivation: metaphorisch, konzeptuelle Orientierungsmetapher

• In Fahrt kommen/geraten

- denotative Bedeutung: ‘in Schwung, in gute Stimmung kommen‘

- wörtliche Bedeutung: ‘jd. kommt in Fahrt‘

In diesem Sprichwort wird die Fahrt, die Bewegung von einem Ort zum anderen versprachlicht und dadurch wird die gute Stimmung (eventuell die Freude) ausgedrückt. Kövecses (2005: 23) weist auch darauf hin, dass die Fahrt, die Reise oft als Ausgangsbereich fungiert, wodurch abstrakte Begriffe (wie zum Beispiel Leben, Liebe) metaphorisch ausgedrückt und verstanden werden können.

Bei dem oben genannten Beispiel assoziiert man eine Fahrt, eine Reise (und somit die bildliche Komponente einer sich bewegenden, reisenden Person). Als konkretes Ausgangskonzept erscheint die FAHRT, das auf das abstrakte Zielkonzept GUTE STIMMUNG projiziert wird. Daraus ergibt sich das mentale Bild GUTE STIMMUNG IST FAHRT / REISE.

- Motivation: metaphorisch

Die Fahrt steht metaphorisch für die gute Stimmung, in diesem Sinne kann die Motivation als metaphorisch eingestuft werden.

• Da kommt Freude auf!

- denotative Bedeutung: ‘das ist ein Grund zu großer Freude‘

- wörtliche Bedeutung: ‘Freude (d.h. hochgestimmter Gemütszustand; das Froh- und Beglücktsein) entsteht‘

Dieses Beispiel zeigt, dass eine kognitiv orientierte semantische Analyse nicht bei allen Sprichwörtern eingesetzt werden kann. Das Sprichwort verfügt über keine spezielle Bildkomponente. Dabei entsteht kein mentales Bild (konzeptuelle Struktur), da kein

⁷ Im Falle einer Orientierungsmetapher wird ein ganzes System von Konzepten in ihrer wechselseitigen Bezogenheit organisiert, sie gibt dem Konzept eine räumliche Beziehung. Die verschiedenen Raummataphern stehen in einem kohärenten Gesamtsystem: Zum Beispiel bei der Metapher GLÜCK IST OBEN gibt es eine Orientierung nach OBEN im Zusammenhang mit dem Wohlergehen. (vgl. Lakoff/Johnson 2004: 51f.)

Ausgangs- bzw. Zielkonzept festgestellt werden kann. Durch „auf“ wird doch eine Orientierung nach oben ausgedrückt.

- Motivation: -

• **Sich freuen wie ein Stint**

- denotative Bedeutung: ‘sich sehr freuen‘

- wörtliche Bedeutung: ‘sich freuen wie ein junger Mensch (Stint)’

Es geht um ein norddeutsches Sprichwort. Dazu muss man erwähnen, dass man mit »Stint« im norddeutschen Raum einen jungen Menschen bezeichnet. Im *Duden Redewendungen* steht folgende Erklärung dazu: „ (...) die Wendung bezieht sich also auf die unbekümmerte und ausgelassene Art, mit der sich vor allem Jugendliche freuen können.“

Dieses Sprichwort verfügt über die Form eines Vergleichs: Man freut sich wie ein Stint, also wie ein junger Mensch. „Stint“ ist die bildliche Komponente. In diesem Sinne wird der konkrete Ausgangsbereich (JUNGER) MENSCH auf den abstrakten Zielbereich FREUDE projiziert. Daraus folgt, dass das evozierte Konzept FREUDE IST EINE JUNGE PERSON ist.

- Motivation: metaphorisch

Der Zustand der Freude, des Glücks wird durch den Vergleich mit dem jungen Menschen ausgedrückt. Da es sich um eine Ähnlichkeitsbeziehung handelt, kann die Motivation als metaphorisch eingestuft werden.

• **Sich freuen wie ein Schneekönig**

- denotative Bedeutung: (ugs.) ‘sich sehr freuen‘

- wörtliche Bedeutung: ‘man freut sich so sehr, wie ein Schneekönig (Vogel)’

Dieses Sprichwort ist laut der Struktur dem vorherigen Sprichwort sehr ähnlich. Im *Duden Redewendungen* steht die folgende Erklärung dazu: »Schneekönig« ist eine landschaftlich gebräuchliche Bezeichnung für den Zaunkönig, der im Unterschied zu vielen anderen Singvögeln auch im Winter in unseren nördlichen Breiten bleibt. Der Wendung liegt die Vorstellung zugrunde, dass der melodiose und überraschend laute Gesang des Vogels Ausdruck großer Freude ist. Vogelgesang kann auch als Ausdruck der Harmonie, der schönen-beruhigenden Umgebung assoziiert werden (z. B. wenn man auf dem Lande, in dem Garten, d. h. in der Natur ist). In diesem Sinne kann der Schneekönig als ein Symbol der Harmonie aufgefasst werden. Hier wird also das konkrete Ausgangskonzept SCHNEEKÖNIG auf das Zielkonzept FREUDE projiziert. Die bildliche Komponente ist: Schneekönig (kleiner Vogel). Der fröhliche Mensch wird mit einem Vogel verglichen, der Schneekönig kann als

Singvogel auch als ein Stereotyp (der Natur, Harmonie) aufgefasst werden. Aus der oben erläuterten Erklärung ergibt sich das mentale Bild FREUDE IST VOGELGESANG.

- Motivation: framebasiert, metaphorisch

Um die Redensart verstehen zu können, muss man über ein Frame-Wissen⁸ darüber verfügen, was ein „Schneekönig“ ist. Der Vogel, bzw. der Gesang des Vogels steht metaphorisch für das Glück, für den fröhlichen Zustand des Menschen.

• **Sich [wohl] fühlen wie ein Fisch im Wasser/ wie die Made im Speck**

- denotative Bedeutung: ‘sich sehr wohl fühlen‘

- wörtliche Bedeutung: ‘man fühlt sich so wohl, wie ein Fisch im Wasser/ wie die Made im Speck‘

Für dieses Sprichwort existieren mehrere Varianten: Die gute Laune, das Wohlgefühl bzw. Zufriedenheit wird einerseits mit dem Zustand eines im Wasser sich befindenden Fisches, andererseits mit der Lage einer Made im Speck verglichen. Beide Varianten verfügen über eine starke bildliche Komponente: In dem ersten Fall ruft man das Vorstellungsbild von einem im Wasser schwimmenden Fisch, in dem zweiten Fall von einer Made in dem Speck (Lebensmittel) hervor. Beide Situationen sind Ausdrücke des Wohlgefühls, der fröhlichen Stimmung: Man hat ja Informationen darüber, dass das beste Medium/ die beste Lage für einen Fisch das Wasser, für eine Made der Fleisch, das (verdorbene) Essen (und so auch der Speck), usw. ist. In diesem Sinne spielt ein bestimmtes Frame-Wissen beim Verstehen des Sprichwortes eine ausschlaggebende Rolle.

Als konkrete Ausgangskonzepte erscheinen: FISCH IM WASSER, MADE IM SPECK. Sie werden auf das Zielkonzept WOHLGEFÜHL projiziert. Daraus ergibt sich die konzeptuelle Metapher

- Motivation: framebasiert, Vergleich, metaphorisch

In diesen Beispielen wird der sich wohlühlende Mensch mit anderen Lebewesen (Fisch, Made) verglichen.

⁸ Unser lexikalisches Wissen im mentalen Lexikon ist nach Prinzipien geordnet. Man verfügt über einen spezifischen Wissenstyp in dem mentalen Lexikon, der als „Frame“ bezeichnet werden kann. Frame bedeutet wortwörtlich Rahmen und meint statisches, tatsachenbezogenes Wissen von einem Prototyp, als kognitivem, schematischem Bild von Objekten und Gegenständen der Welt. Ein Frame kann verschiedene Kategorienebenen, die sog. Knoten oder Slots beinhalten. Sie enthalten die kognitiv gespeicherten Merkmale der Objekte. So illustrieren Frames eigentlich Assoziationsfelder, die die gespeicherten semantischen Wissenskomplexe repräsentieren (Vgl. Knipf-Komlósi/V.Rada/Bernáth 2006:175 f.).

• Jdm. etw. zu Gefallen tun

- denotative Bedeutung: ‘etw. für jn. zu dessen Freude, Befriedigung tun‘
- wörtliche Bedeutung: ‘etwas machen, das jemandes Geschmack, Vorstellung, Erwartung entspricht; bei jemandem Gefallen erregt‘

In diesem Sprichwort kann keine spezielle bildliche Komponente festgestellt werden. Eine kognitive Analyse kann nicht durchgeführt werden, aber der Phrasem bezieht sich auf eine angestrebte Wirkung („zu Gefallen tun“).

• Jdm. hängt der Himmel voller Geigen

- denotative Bedeutung: ‘jd. ist schwärmerisch glücklich, sieht erwartungsvoll in die Zukunft‘
- wörtliche Bedeutung: ‘für jn. ist es so, als wäre der Himmel (Gewölbe, an dem die Gestirne erscheinen) voller Geigen (Streichinstrument) gehängt‘

Hier wird Freude in der Teilbedeutung „Glück“ berücksichtigt. Es wird darauf fokussiert, dass man bei glücklicher Stimmung die äußere Welt vollkommen anders sieht: Für die glückliche, fröhliche Person ist überall alles schön, beeindruckend, usw. Bei diesem Sprichwort kann man folgende bildliche Komponenten feststellen: Himmel, Geigen. Man ruft das Vorstellungsbild von einem Himmel hervor, wo zahlreiche Geigen zu finden sind. Ausgangskonzept ist der HIMMEL VOLLER GEIGEN, das auf das Zielkonzept GLÜCKLICH SEIN projiziert wird. Daraus ergibt sich die konzeptuelle Struktur (das mentale Bild) GLÜCKLICH SEIN IST HIMMEL VOLLER GEIGEN (GLÜCK IST ORT). Daneben kann ein anderes Konzept festgestellt werden, das schon erwähnte GLÜCKLICH SEIN IST OBEN (da sich der Himmel oben von uns befindet). Das ist ein Beweis dafür, dass das Glück, die glückliche Lage oft durch eine „Ausrichtung nach oben“ versprachlicht wird.

- Motivation: metaphorisch, Orientierungsmetapher

Bei diesem Beispiel geht es um eine metaphorische Motivation aufgrund einer Orientierungsmetapher.

• Jdm. ist wohl in seiner Haut

- denotative Bedeutung: (ugs.) ‘sich in seiner Lage behaglich fühlen‘
- wörtliche Bedeutung: ‘jd. fühlt sich gut in seiner Haut (d. h. in dem den Körper umgebenden äußeren Gewebe)’

Bei diesem Beispiel wird die Zufriedenheit mit der menschlichen Haut assoziiert: Die Haut erscheint als bildliche Komponente, in der sich eine Person wohl fühlt. Die eigene Haut steht eigentlich für die gute Stimmung, für das Wohlfühl und somit für die Person selbst. Die

Haut wird als eine Art Gefäß (Behälter) aufgefasst werden. Die konzeptuelle Struktur basiert somit auf einer Metonymie.

- Motivation: framebasiert, metonymisch

Neben der Metonymie ist noch ein spezielles Frame-Wissen von der menschlichen Haut zum Verstehen des Sprichwortes notwendig.

• **Gut lachen haben**

- denotative Bedeutung: ‘Grund haben, sich zu freuen‘

- wörtliche Bedeutung: ‘eine Person hat gut zu lachen, sich wohl zu fühlen‘

Als bildliche Komponente erscheint das Lachen einer Person. Das Lachen steht als Ausdruck für die Freude. Das menschliche Glück steht in einem engen Zusammenhang mit dem Lachen, Lächeln ist ein äußeres Zeichen, eine Manifestation des Glückes in der menschlichen Kultur. So ist es kein Zufall, dass solche Sprichwörter existieren.

Das durch die lexikalische Struktur evozierten mentale Bild: FREUDE IST LACHEN, FREUDE IST EINE LACHENDE PERSON.

- Motivation: metaphorisch, metonymisch

Die Lachen ist ein Ausdruck der Freude, daneben kann eine lachende Person metonymisch für die Freude selbst stehen.

• **Jdm. lacht/hüpft das Herz im Leibe**

- denotative Bedeutung: ‘jd. ist über etw. sehr erfreut‘

- wörtliche Bedeutung: ‘das Herz (Körperteil) einer Person lacht/ macht kleine Sprünge im Körper‘

Dieses Sprichwort hat eine starke bildliche Komponente: Ein lachendes, bzw. springendes Herz im Leibe. Das Herz ist ein Zeichen (sozusagen ein Symbol) der Gefühle (wie zum Beispiel Liebe), ein Sitz der Emotionen und das Zentrum einer Person. Dieser Symbolwert basiert darauf, dass das Herz laut dem Gefühl/ emotionellem Zustand z. B. schneller klopfen kann, verschiedene Zustandsveränderungen aufzeigen kann. Das heißt, das Herz ist aufgrund verschiedener Emotionen zu intensiven Bewegungen fähig. Daneben sind das Lachen, der Sprung weitere Zeichen des Glückes, der positiven Gefühle, (wie darauf schon in vorherigen Beispielen hingewiesen wurde).

Das (lachende/ hüpfende) HERZ steht als konkretes Ausgangskonzept, das auf Zielkonzept FREUDE projiziert wird. Das evozierte Konzept ist: FREUDE IST EINE INTENSIVE BEWEGUNG.

- Motivation: metaphorisch, symbolisch

• Den Himmel offen sehen

- denotative Bedeutung: ‘sehr glücklich sein, sich am Ziel seiner Wünsche glauben‘
- wörtliche Bedeutung: ‘jd. sieht den Himmel (Raum über der Erde) offen‘
- Pragmatisches: gehobener Stil

Bei diesem Sprichwort kann man wieder das schon mehrmals erwähnte Konzept HAPPY IS UP beobachten, denn das Glück wird dadurch ausgedrückt, dass man den Himmel von oben sieht, der offen für sie ist. Diese Offenheit drückt auch die Vielfalt der Möglichkeiten aus. Die bildliche Grundlage ist: Himmel. Hier wird das Ausgangskonzept OFFENER HIMMEL auf Zielkonzept GLÜCK projiziert. Daneben kann hier wieder das Konzept GLÜCKLICH SEIN IST OBEN (da sich der Himmel oben von uns befindet) festgestellt werden.

- Motivation: metaphorisch, konzeptuelle Metapher

Der Himmel steht als eine Metapher für das Glück, die Grundlage für die Konzepte GLÜCK IST OFFENER HIMMEL und GLÜCK IST OBEN bildet.

• Die ganze Welt umarmen wollen/ mögen

- denotative Bedeutung: ‘von überschwänglicher Freude erfüllt sein‘
- wörtliche Bedeutung: ‘eine Person will die ganze Welt (d. h. die Erde, die Gesamtheit der Menschen...) mit den Armen umschließen‘

Die bildliche Komponente dieses Sprichwortes ist die Umarmung (wobei man z. B. an die Erde als Gesamtheit der Menschen denken kann). Wenn man überglücklich ist, große Freude erlebt, dann fühlt man sich so, als wäre man zu unmöglichen Dingen fähig, bzw. man möchte die große Freude mit den Mitmenschen teilen, sie irgendwie zeigen, ausdrücken. Bei diesem Sprichwort steht die INTENSIVE BEWEGUNG (Umarmung der ganzen Welt) als Ausgangskonzept, das auf das Zielkonzept FREUDE projiziert wird.

Die konzeptuelle Struktur ist: FREUDE IST EINE INTENSIVE BEWEGUNG.

Bei diesem Beispiel wird die Freude durch eine metaphorische Tat ausgedrückt.

• Im sieb[en]ten Himmel sein

- denotative Bedeutung: (ugs.) ‘überglücklich, selig sein‘
- wörtliche Bedeutung: ‘jd. ist im siebenten Himmel (Raum über der Erde)‘

Im *Duden Redewendungen* wird darauf hingewiesen, dass die Wendung auf die Bibel zurückgeht. Da besteht der Himmel, z. T. von jüdischen Vorstellungen geprägt, aus mehreren übereinander angeordneten Himmelssphären. In frühchristlichen apokryphen Schriften wird der siebente Himmel als der höchste bezeichnet, in dem Gott selbst mit den Engeln wohnt.

Einerseits kann man eine metaphorische Motivation beobachten (Ausgangskonzept: Himmel, Zielkonzept: Glück), andererseits spielt das Symbolwissen von „sieben“ als Nummer eine Rolle. Daneben ist es sehr wichtig, dass man in dem Sprichwort einen intertextuellen Bezug zu einem Bibelzitat feststellen kann.

Die mentalen Bilder sind: GLÜCK IST SIEBENTER HIMMEL, GLÜCK IST OBEN.

- Motivation: metaphorisch, symbolisch, intertextuell

Da es hier einerseits um metaphorische Motivation, andererseits um symbolische und intertextuelle Beziehungen geht, kann man bei diesem Beispiel von einem Blending der Motivationstypen sprechen.

4.3.2. Ungarische Sprichwörter

In dem zweiten Teil der empirischen Analyse wird das ungarische Parallelkorpus unter die Lupe genommen.

• **Dagad vkinek a melle az örömtől [a büszkeségtől]; kidüllesztzi a mellét**

- denotative Bedeutung: ‘öröm, büszkeség tölt el vkit’

- wörtliche Bedeutung: ‘jm. schwellt die Brust vor Freude [vor Stolz]; jd. streckt die Brust vor’

In diesem Beispiel wird die große Freude, bzw. der Stolz durch ein äußeres körperliches Zeichen sichtbar: Die sich freuende Person streckt ihre Brust vor, dadurch zeigt sie der Umgebung, wie froh/ stolz sie ist. Die bildliche Komponente ist: Brust, bzw. vorgestreckte Brust. In dieser Redensart erscheint das Konzept von einem „Behälter“, der „gefüllt wird“. Dabei wird die vorgestreckte Brust als BEHÄLTER als Ausgangskonzept auf das Zielkonzept FREUDE projiziert.

- Motivation: Framewissen, metaphorisch

Beim Verstehen des Sprichwortes spielt ein bestimmtes Framewissen über den Körperteil Brust, bzw. über äußere Zeichen der Freude eine Rolle, deshalb kann die Motivation als framebasiert bezeichnet werden. Die vorgestreckte Brust kann daneben auch als ein Zeichen der Freude identifiziert werden, in diesem Sinne kann man die Motivation auch als metaphorisch bezeichnen.

• **Majd a plafonig ugrik örömében**

- denotative Bedeutung: ‘nagyon örül, örömében ugrál’

- wörtliche Bedeutung: ‘jd. springt vor Freude fast bis zur Decke’

In diesem Sprichwort wird wortwörtlich nicht das Glück, sondern die Freude ausgedrückt, die man fühlt. (Aber das Glück kann auch als ein Gefühlszustand aufgefasst werden, in dem man große Freude empfindet.) Diese Freude ist aber so groß, man hat so viele Energie, dass die man damit nach oben, (fast) an die Decke springt... Dieser Gedanke hat mit dem Konzept HAPPY IS UP/ GLÜCKLICH SEIN IST OBEN zu tun, was schon bei einem deutschen Beispiel thematisiert wurde. Dieses Konzept beruht auf einer Orientierungsmetapher. Die bildliche Komponenten sind: Decke, Sprung.

- Motivation: metaphorisch, konzeptuelle Orientierungsmetapher

Die evozierten Konzepte sind: GLÜCKLICH SEIN IST OBEN, FREUDE IST EINE INTENSIVE BEWEGUNG.

• **A földhöz veri a fenékét örömeiben**

- denotative Bedeutung: ‘nagyon örül’

- wörtliche Bedeutung: ‘jd. schlägt vor Freude seinen Hintern zum Boden’

In dieser sprichwörtlichen Redensart wird die große Freude wortwörtlich durch ein extremes körperliches Zeichen, durch eine Bewegung (mit dem Hintern zum Boden) ausgedrückt. Man findet eine starke bildliche Komponente (den Hintern, zum Boden schlagen). INTENSIVE BEWEGUNG (Schlag, Muskelbewegung) erscheint als Ausgangskonzept, das auf das Zielkonzept FREUDE projiziert wird. Die evozierte konzeptuelle Struktur ist: FREUDE IST EINE INTENSIVE BEWEGUNG.

- Motivation: metaphorisch

In dieser Redensart wird die große Freude metaphorisch durch eine Bewegung ausgedrückt.

• **Káncánt táncol örömeiben**

- denotative Bedeutung: ‘féktelen jó kedvében azt sem tudja, mit csináljon’

- wörtliche Bedeutung: ‘jd. tanzt Cancan vor Freude’

In diesem Sprichwort wird die große Freude einer Person dadurch ausgedrückt, dass diese Person Cancan tanzt (d. h. eine intensive Bewegung durchführt). Die Definition von Cancan ist laut der Online-Ausgabe des Duden Bedeutungswörterbuches: ‘(besonders als erotischer Schautanz in Varietés und Nachtlokalen) lebhafter Tanz im $\frac{2}{4}$ -Takt, bei dem die Tänzerinnen die Beine so hoch werfen, dass die mit Rüschen besetzten Dessous zu sehen sind’. Es geht also um einen sehr energischen, lebhaften Tanz, wodurch die Lebensfreude, gute Laune sehr gut ausgedrückt werden kann. Als Ausgangskonzept erscheint eine Bewegungsform, der

TANZ, das auf das Zielbereich FREUDE projiziert wird. Daraus ergibt sich das mentale Bild
FREUDE IST TANZ / EINE INTENSIVE BEWEGUNG.

- Motivation: metaphorisch

Der Tanz steht metaphorisch für die Freude, für die gute Laune.

• **Örül, mint majom a farkának**

- denotative Bedeutung: ‘gyerekesen, nagyon örül vminek’

- wörtliche Bedeutung: ‘man freut sich so, wie der Affe über seinen Schwanz’

- Pragmatisches: ugs., scherzhaft

In dieser Redensart wird die Freude durch einen Vergleich ausgedrückt: Man ist so glücklich, freut sich so sehr, wie sich ein Affe über seinen Schwanz freut. Die bildliche Komponente, worauf die Redensart basiert, ist ein Affe (mit einem Schwanz). Dabei wird die Freude von einem Affen mit der Freude einer Person verglichen. Dieser Phrasem ist ein Beispiel dafür, wie die Freude ausgedrückt werden kann.

- Motivation: Vergleich, metaphorisch

• **Örül vminek, mint vak a garasnak**

- denotative Bedeutung: nagyon örül vmely jelentéktelen dolognak

- wörtliche Bedeutung: ‘jd. freut sich über etw. so, wie der Blinde über einen Groschen’

- Pragmatisches: volkstümlich, spöttisch

Dieses Phrasem basiert ebenso auf einem Vergleich: Die Freude einer Person ist so groß, als die Freude eines Blinden, der sich über einen Groschen freut. Die bildlichen Komponenten sind: Blinde, Groschen. Dabei wird die Freude von einem Blinden über den (gefundenen) Groschen mit der Freude einer anderen Person verglichen. Zum Verstehen dieses (und auch des vorherigen) Phrasems ist auch ein bestimmtes Frame-Wissen notwendig (z. B. darüber, was das Finden eines Gegenstandes für einen Blinden bedeuten kann).

- Motivation: Vergleich, metaphorisch

• **A hetedik mennyországban érzi magát**

- denotative Bedeutung: ‘nagyon boldog’

- wörtliche Bedeutung: ‘jd. fühlt sich so, wie im siebenten Himmel’

In diesem Sprichwort wird das große Glück, das Wohlfühl so ausgedrückt, als man sich oben befinden würde. Da der Himmel (im Sinne von Himmelreich) als bildliche Komponente erscheint und als Ort des größten Glückes dargestellt wird, kann man das Konzept GLÜCK IST

OBEN feststellen. HIMMEL wird als Ausgangskonzept auf das Zielkonzept GLÜCK projiziert, daraus ergibt sich das Konzept GLÜCK IST (SIEBENTER) HIMMEL.

- Motivation: Blending der Motivationstypen

Wenn mehrere von den Motivationsarten gleichzeitig vorhanden sind, kann man von dem Blending der Motivationstypen sprechen, wie schon in dem deutschen Analyseteil darauf hingedeutet wurde. Dieses Sprichwort ist zum Beispiel auf der Ebene der konzeptuellen Metapher und aufgrund eines konkreten Frames und/ oder Symbols gleichzeitig motiviert:

konzeptuelle Metapher: GLÜCK IST (SIEBENTER) HIMMEL, HAPPY IS UP, Frame: HIMMEL, Symbolwert der Zahl SIEBEN.

• **Elönt a görögtűz vkit**

- denotative Bedeutung: 'nagyon boldog, örül'

- wörtliche Bedeutung: 'jn. überströmt das griechische Feuer'

- Pragmatisches: Slang

In dieser Redensart wird die große Freude dadurch ausgedrückt, dass eine Person von dem sog. „griechischen Feuer“ überschwemmt wird. „Griechisches Feuer“ ist eigentlich eine Art militärische Brandwaffe, die im byzantinischen Reich seit dem 7. Jahrhundert verwendet wurde.⁹ Die Bezeichnung ist nicht authentisch, denn die genaue Übersetzung des griechischen Begriffs „flüssiges Feuer“ bedeutet. Es handelt sich jedenfalls um eine Assoziation auf „Feuer“ und „Flamme“, die als bildliche Komponente erscheint. (Die große Freude ist ja oft auch auf dem rot gewordenen menschlichen Gesicht sichtbar.)

Man ruft das Vorstellungsbild von einem „Feuer“ hervor, dazu gehört die Wärme, das Licht und das Heiß. Ausgangskonzept ist FEUER, das auf das Zielkonzept FREUDE projiziert wird, die konzeptuelle Struktur ist FREUDE IST FEUER.

- Motivation: metaphorisch

• **Kigyúl a fény vkinek a szemében**

- denotative Bedeutung: 'hirtelen öröm, lelkesedés, boldogság fejeződik ki a tekintetében'

- wörtliche Bedeutung: 'in den Augen von jemandem leuchtet das Licht auf'

In diesem Beispiel wird die plötzliche Freude, Begeisterung dadurch ausgedrückt, dass sie in den Augen einer Person zu sehen ist: In den Augen kann man das Entzünden eines Lichts beobachten. Mit dem Licht kann man den glücklichen Zustand, die Begeisterung, usw.

⁹ Vgl.: <http://www.messala.de/das-fluessige-feuer.htm>

assoziiieren. Die bildliche Komponente ist das Licht in den Augen. Als Ausgangskonzept erscheint das LICHT IN DEN AUGEN, das auf das Zielkonzept FREUDE projiziert wird. Die konzeptuelle Struktur ist FREUDE IST LICHT.

- Motivation: metaphorisch

Das Licht in den Augen steht metaphorisch für die große Freude und Begeisterung.

• **Madarat/Nyulat lehetne fogatni vkivel**

- denotative Bedeutung: 'nagyon jókedvű, nagyon örül vminek'

- wörtliche Bedeutung: 'man könnte mit jm. einen Vogel/einen Hasen fangen lassen'

- Pragmatisches: veraltet

Dieses Beispiel basiert ebenfalls auf der Tatsache, dass man in einem glücklichen Zustand zu vielen Tätigkeiten fähig wird: Man könnte mit dieser Person sogar verschiedene Tiere fangen lassen... Die Redensart hat mehrere Varianten. Die bildliche Komponenten sind: Vogel/Hase. Die JAGD erscheint als Ausgangskonzept, die auf das Zielkonzept FREUDE projiziert werden.

- Motivation: metaphorisch

Die Tätigkeit der „Jagd“ (Vogel fangen bzw. Hasen fangen) ist ein metaphorischer Ausdruck der großen Freude, der guten Laune.

• **Megmelegedik vkinek a szíve**

- denotative Bedeutung: 'jó érzés, boldogság tölt el vkit'

- wörtliche Bedeutung: 'jm. wird das Herz warm'

In dem Analyseteil der deutschen Sprichwörter und sprichwörtlichen Redensarten gab es ein ähnliches Beispiel, bei dem man ebenso die bildliche Komponente „Herz“ beobachten konnte. Aber hier lacht/hüpft das Herz nicht, sondern „wird warm“. Das Herz ist – wie schon darauf hingewiesen wurde – in unserer Kultur ein Zeichen (sozusagen ein Symbol) der Gefühle (wie zum Beispiel Liebe). Dieser Symbolwert basiert darauf, dass das Herz laut dem Gefühl/emotionellem Zustand z. B. schneller klopfen kann, verschiedene Zustandsveränderungen aufzeigen kann. Hier wird das Glück dadurch ausgedrückt, dass das Herz einer Person (sozusagen durch die „intensive Tätigkeit/ Bewegung“) warm wird. WÄRME steht als Ausgangskonzept, das auf das Zielkonzept GLÜCK projiziert wird. Daraus ergibt sich die folgende konzeptuelle Struktur: GLÜCK IST WÄRME.

- Motivation: metaphorisch, symbolisch

• **Repes vkinek a lelke [a szíve] örömében**

- denotative Bedeutung: ‘nagyon örül, boldog’
- wörtliche Bedeutung: ‘jm. flattert die Seele [das Herz] vor Freude’
- Pragmatisches: gehoben

In diesem Beispiel wird in einer Variante auf die menschliche Seele, in einer anderen Variante auf das Herz hingewiesen. Die Seele bzw. das Herz einer Person flattert, bewegt sich – das ist ein Zeichen der großen Freude. Die Kräftedynamik, die INTENSIVE BEWEGUNG erscheint als Ausgangskonzept, das auf das Zielkonzept FREUDE projiziert wird.

- Motivation: metaphorisch, symbolisch

Einerseits kann die flatternde Seele als metaphorischer Ausdruck der großen Freude aufgefasst werden, andererseits spielt in der zweiten Variante der Symbolcharakter des „Herzes“ mit.

• **Azt sem tudja, hová legyen örömében [boldogságában]**

- denotative Bedeutung: ‘igen nagy örömet v. boldogságot érez’
- wörtliche Bedeutung: ‘jd. weiß es auch nicht, wohin er in seiner Freude [in seinem Glück] soll’

Bei dieser Redensart wird die riesengroße Freude/ das Glück einer Person dadurch ausgedrückt, dass diese Person durch diesen Zustand sozusagen „außer sich“ wird (d. h. weiß nicht, wohin sie sein soll, was sie machen soll, usw.). Man assoziiert einen Menschen, der sich auf und ab bewegt und eine Anregung zu einer intensiven Bewegung fühlt. Dabei ist die weitere Analyse nicht problemlos, da wirft die kognitive Annäherung noch Fragen auf.

• **(Majd) elolvad a boldogságtól [a gyönyörűségtől]**

- denotative Bedeutung: ‘szemmel láthatóan nagy boldogságot érez’
- wörtliche Bedeutung: ‘jd. schmilzt (fast) vor Glück [vor Wollust] hin’

Bei diesem Beispiel wird die Freude, das Glück dadurch ausgedrückt, dass man einfach verschmilzt. Diese Erscheinung könnte man damit in Zusammenhang bringen, dass jemandem einfach „warm wird“ (siehe Beispiel von oben). „Schmelzend“ als Adjektiv bedeutet „weich, warm, gefühlvoll“ (vgl. Duden Online), die mit dem glücklichen Zustand in Zusammenhang gebracht werden können. Als bildliche Komponente der Redensart erscheint ein schmelzender Mensch, dies bildet die metaphorische Basis. Der Körper schmilzt wegen der Wärme: WÄRME ist das Ausgangskonzept, das auf das Zielkonzept GLÜCK projiziert wird. Somit ist die konzeptuelle Struktur: GLÜCK IST WÄRME. Die Motivation ist metaphorisch.

• **Felderül [felragyog] vkinek az arca**

- denotative Bedeutung: 'arckifejezése derűsége válik'

- wörtliche Bedeutung: 'js. Gesicht heitert sich auf'

In diesem Beispiel wird der Frohsinn durch die Mimik ausgedrückt: Wenn man glücklich/froh ist, wird das auf dem Gesicht dieser Person (laut dem mentalen Bild durch eine Art helles Licht) sichtbar. Die bildliche Komponente ist: Aufgeheitertes, helles Gesicht, das als Ausgangskonzept fungiert. So ergibt sich die konzeptuelle Struktur FROHSINN IST AUFGEHEITERTES GESICHT.

- Motivation: metaphorisch

Aufgeheitertes Gesicht ist das Zeichen, ein metaphorischer Ausdruck der fröhlichen Lage.

4.4. Konzepte im Deutschen und im Ungarischen

In dem folgenden Abschnitt werden die bildlichen Komponenten und festgestellten Konzepte im Deutschen und Ungarischen aufgelistet. Durch diese Untersuchung haben wir einen Überblick darüber bekommen, wie der abstrakte Begriff „Freude“ bzw. „Glück haben“ im Deutschen repräsentiert wird.

Die vorgekommenen relevanten Bildkomponenten, auf die man zurückgreifen kann, waren die folgenden:

Gegenstände, Sachverhalte: Decke, Geigen, Speck

Lebewesen (Pflanzen, Tiere, Menschen): sich bewegende Person, junger Mensch, Schneekönig (kleiner Vogel), Fisch, Made, lachende Person

Orte: Himmel (3), Wasser

Handlungen, Ereignisse: Sprung, Umarmung

Körperteile: Zwei (vier) grinsende/ strahlende Wangen, Haut, lachendes/ springendes Herz im Leibe

- Folgende Konzepte lagen den deutschen Sprichwörtern zugrunde:

FREUDE IST GRINSENDE/ STRAHLENDE BACKE; FREUDE IST EINE INTENSIVE BEWEGUNG, GLÜCK IST OBEN; GUTE STIMMUNG IST FAHRT / REISE; FREUDE IST EINE JUNGE PERSON; FREUDE IST VOGELGESANG; GLÜCKLICH SEIN IST OBEN; GLÜCK IST BEHÄLTER; FREUDE IST LACHEN, FREUDE IST EINE LACHENDE PERSON; FREUDE IST EINE INTENSIVE BEWEGUNG; GLÜCKLICH SEIN IST OBEN
FREUDE IST EINE INTENSIVE BEWEGUNG; GLÜCK IST SIEBENTER HIMMEL, GLÜCK IST OBEN.

Das ungarische Teilkorpus besteht ebenfalls aus 15 analysierten Sprichwörtern und sprichwörtlichen Redensarten. Bei einer hohen Anzahl von Sprichwörtern waren Bildkomponenten zu finden und sie waren die folgenden:

Gegenstände, Sachverhalte: Decke, Groschen

Lebewesen (Pflanzen, Tiere, Menschen): Affe, Blinde, Vogel, Hase, Person „außer sich“, schmelzende Person

Orte: Boden, Himmel

Handlungen, Ereignisse: Sprung, Tanz

Naturerscheinung: Feuer, Licht

Körperteile: Brust, Hintern, Affenschwanz, Augen, Herz (2), Gesicht

- Folgende Konzepte lagen den ungarischen Sprichwörtern zugrunde:

GLÜCK IST BEHÄLTER; GLÜCKLICH SEIN IST OBEN, FREUDE IST EINE INTENSIVE BEWEGUNG; GLÜCK IST (SIEBENTER) HIMMEL, GLÜCK IST OBEN; FREUDE IST FEUER/LICHT; FREUDE IST LICHT; FREUDE IST JAGD; GLÜCK IST WÄRME; FREUDE IST EINE INTENSIVE BEWEGUNG; GLÜCK IST WÄRME; FROHSINN IST AUFGEHEITERTES GESICHT.

Durch diese Ergebnisse ist es sichtbar, dass die Phraseologie beider Sprachen einige gemeinsamen Bildkomponenten und konzeptuelle Strukturen zum Ausdruck des onomasiologischen Bereiches 'Freude' aufweisen kann. Bei den deutschen Phrasemen waren zum Beispiel die Konzepte FREUDE IST EINE INTENSIVE BEWEGUNG, GLÜCK IST OBEN dominant, während die ungarischen Phraseme die dominanten Ausgangskonzepte INTENSIVE BEWEGUNG, OBEN, LICHT, WÄRME zu beobachten waren.

4.5. Dominante Motivationstypen im Deutschen und im Ungarischen

Typische Motivationen waren die metaphorischen Motivationen (framebasiert, konzeptuell, oft aufgrund einer Orientierungsmetapher), daneben spielte bei ziemlich vielen Beispielen auch ein Vergleich oder ein (kulturelles) Symbol eine Rolle. Sowohl in dem deutschen als auch in dem ungarischen Korpus war die metaphorische Motivation vorherrschend, gab es auch Metonymie-Beispiele und nur bei einem sehr geringen Prozent der Beispiele konnten kein mentales Bild, bzw. keine Motivation festgestellt werden. Die lexikalische Struktur der Sprichwörter evozierte fast in allen Fällen ein bestimmtes mentales Konzept, das zum Verstehen des jeweiligen Sprichwortes beitragen konnte. Also die kognitiv orientierte semantische Analyse war bei fast allen Sprichwörtern des Teilkorpus durchführbar.

5. Fazit und Ausblick

Die deutsch-ungarische Analyse hat gezeigt, dass eine kognitive Orientierung in den phraseologischen Untersuchungen, so auch bei den Sprichwörtern und sprichwörtlichen Redensarten als semantisch und pragmatisch komplexen Mehrwortlexemen gut eingesetzt werden kann. Als Ergebnis konnte man feststellen, dass der abstrakte Begriff „Freude“ im Deutschen und Ungarischen (im Spiegel der Sprichwörter) durch sehr viele Konzepte ausgedrückt werden kann.

Da eine systematische kontrastive Analyse nicht mein Ziel war, wurde kein tiefgehender Vergleich durchgeführt. Doch konnte man als Ergebnis feststellen, dass der abstrakte Begriff „Freude“ im Deutschen und Ungarischen (im Spiegel der Sprichwörter) durch sehr ähnliche Konzepte ausgedrückt wird.

Durch die Analyse von Sprichwörtern und sprichwörtlichen Redensarten aus dem gleichen onomasiologischen Bereich kann besonders gut illustriert werden, dass die gleiche Zieldomäne durch mehrere Ausgangsdomänen versprachlicht werden kann. Bei dem onomasiologischen Bereich „Freude“ existieren mehrere konzeptuelle Metaphern, das gleiche Zielkonzept (FREUDE) kann mithilfe von vielen verschiedenen Ausgangskonzepten ausgedrückt (verbalisiert) werden. Die Sprecher brauchen mehrere Ausgangsbereiche, um verschiedene Aspekte des Zielbereiches zu konzeptualisieren. Man kann die verschiedenen Aspekte der FREUDE durch verschiedene konzeptuelle Metaphern verstehen (z. B. HAPPY IS UP (GLÜCK IST OBEN): OBEN (Ausgangsbereich), GLÜCK (Zielbereich). Durch eine kognitive Annäherung kann diese Vielfalt der Ausdrucksmöglichkeiten gezeigt werden.

Als Zusammenfassung und als Ausblick auf die weitere Arbeit kann man folgende Konsequenzen ziehen: Eine kognitive Analyse bereichert die vorherigen traditionellen Untersuchungsmöglichkeiten. Daneben ist es aber wichtig, dass die kognitive Methode nur auf dem Gebiet der Semantik Neues leisten kann, bei allen weiteren Analyseaspekten muss man die vorherigen, traditionellen Analysemodelle berücksichtigen. Ein kognitives Modell gibt für uns keinesfalls ein komplexes Modell. Die Bestimmung der einzelnen Konzepte (mental Bilder) erwies sich ziemlich problematisch, die kognitive Sicht versagt in vielen Fällen, bzw. zu einer detaillierteren und genaueren Analyse wären tiefgreifende Kenntnisse der kognitiven Linguistik notwendig. Das verwendete Verfahren birgt noch weitere Verfeinerungsmöglichkeiten in sich, bzw. könnte bei vielen weiteren onomasiologischen Bereichen und auch bei anderen Typen von Phraseologismen eingesetzt werden.

Literaturverzeichnis

BÁRDOSI, Vilmos (Főszerk.) (³2003): Magyar szólástár: szólások, helyzetmondatok, közmondások értelmező és fogalomköri szótára. Budapest: Tinta Könyvkiadó. (=A magyar nyelv kézikönyvei; V.)

BURGER, Harald (1998): Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen. Berlin: Erich Schmidt Verlag.

BUßMANN, Hadumod (³2002): Lexikon der Sprachwissenschaft. Stuttgart: Alfred Kröner Verlag.

DOBROVOL'SKIJ, Dmitrij (1995): Kognitive Aspekte der Idiom-Semantik. Studien zum Thesaurus deutscher Idiome. Tübingen: Gunter Narr.

DOBROVOL'SKIJ, Dmitrij; PIIRAINEN, Elisabeth (2009): Zur Theorie der Phraseologie. Kognitive und kulturelle Aspekte. Tübingen: Stauffenburg Verlag.

DUDEN (²2002): Redewendungen und sprichwörtliche Redensarten. Wörterbuch der deutschen Idiomatik. Hrsg. von der Dudenredaktion. Mannheim u. a.: Dudenverlag. (=Der Duden: in 12 Bänden; 11)

KNIPF-KOMLÓSI, Elisabeth; V. RADA, Roberta; BERNÁTH, Csilla (2006): Aspekte des Wortschatzes. Ausgewählte Fragen zu Wortschatz und Stil. Bölcsész Konzorcium.

KÖVECSES, Zoltán (1998): A metafora a kognitív nyelvészetben. In: PLÉH, Csaba; GYŐRI, Miklós (Szerk.): A kognitív szemlélet és a nyelv kutatása. Budapest: Pólya Kiadó.

KÖVECSES, Zoltán (2005): A metafora. Gyakorlati bevezetés a kognitív metaforaelméletbe. Budapest: Typotex.

LAKOFF, George; JOHNSON, Mark (⁴2004): Leben in Metaphern. Konstruktion und Gebrauch von Sprachbildern. Aus dem Amerikanischen übersetzt von Astrid Hildenbrand. Heidelberg: Carl-Auer-Systeme Verlag.

MIEDER, Wolfgang (Hrsg.) (2002): Deutsche Sprichwörter und Redensarten. Stuttgart: Reclam GmbH & Co.

RÖHRICH, Lutz; MIEDER, Wolfgang (1977): Sprichwort. Stuttgart: Metzler Verlag. (=Sammlung Metzler 154)

STÖCKL, Hartmut (2004): Die Sprache Im Bild – Das Bild in der Sprache. Zur Verknüpfung von Sprache und Bild im massenmedialen Text. Berlin, New York: Walter de Gruyter. (= Reihe Linguistik Impulse & Tendenzen 3)

T. LITOVKINA, Anna; MIEDER, Wolfgang (2005): „A közmondást nem hiába mondják”. Vizsgálatok a proverbiumok természetéről és használatáról. Budapest: Tinta Könyvkiadó. (=Segédkönyvek a nyelvészet tanulmányozásához; XLI.)

Internetquellen:

Duden Online:

<http://www.duden.de/>

[Stand: 31-05-2012]

Über das „griechische Feuer”: <http://www.messala.de/das-fluessige-feuer.htm> [Stand: 23-05-2012]