

HANYI BAO

DIE ROLLE DER KULTURINFORMATIONEN IN PHRASEOLOGISMEN BEI DER ÜBERTRAGUNG VON MODERNER CHINESISCHER LITERATUR INS DEUTSCHE

SinoLinguistica, Bd. 15

2011, x/295 Seiten, kt.
29,50 EUR

ISBN: 978-3-86205-068-0

Die vorliegende Arbeit versteht sich als ein Beitrag zur kulturwissenschaftlich ausgerichteten Übersetzungswissenschaft, die sich mit der kulturspezifischen Problematik beim Übersetzen befasst.

Als Untersuchungsgegenstand werden Phraseologismen gewählt. Als theoretische Basis fungiert der Kulturbegriff von Johannes Heinrichs (1998), und demgemäß wird die Heinrichs-Methode zur Ermittlung der in Phraseologismen enthaltenen Kulturinformationen erarbeitet, deren Kategorisierung und Funktionen in der Belletristik weiterhin erörtert werden.

Die chinesische Novelle *Meishijia* (Der Gourmet) sowie deren zwei deutsche Übersetzungen jeweils von Ulrich Kautz (1993) und Stefan Hase-Bergen (1992) dienen als Korpora. Durch die empirische Analyse werden für Phraseologismen insgesamt 12 Übersetzungslösungen zusammengefasst, bei denen untersucht wird, ob im Zieltext die ausgangssprachigen Kulturinformationen sowie deren Funktionen erhalten werden.

Gestützt auf die Untersuchung der Kulturinformationen werden schließlich alternative Übersetzungslösungen für verschiedenartige Phraseologismen im literarischen Kontext aufgestellt und argumentiert.

Mit einem Wort, aus der Perspektive der Erforschung der Kulturinformationen werden das Verstehen und Übertragen (ins Deutsche) der chinesischen Phraseologismen in literarischen Texten systematisiert.

Die Ergebnisse der vorliegenden Arbeit können sowohl für die Übersetzungspraxis und -didaktik als auch für die Erarbeitung von Phraseologie-Wörterbüchern anwendbar sein.

