

# Inhaltsverzeichnis

I. Vorwort .....	13
II. Theoretischer Teil.....	15
1 Einleitung .....	15
1.1 Überblick.....	15
1.2 Zur Rolle von Sprichwörtern in Deutschland.....	20
Das negative „Image“ von Sprichwörtern.....	20
Der Topos von „ab-“ oder „aussterbenden“ Sprichwörtern.....	21
1.3 Zur „Vitalität“ des Sprichwort-Gebrauchs .....	25
Die öffentliche „Renaissance“ des Sprichworts? .....	25
Sprichwörter in der veröffentlichten Sprache.....	26
1.4 „Sprichwort“: Begriffliche Grundlagen .....	32
„Wahrheit, Weisheit, Widerspruch“: Zum Wesen von Sprichwörtern.....	32
Definitionsfragen.....	33
„Sprichwort“ als prototypischer Oberbegriff .....	39
Definitionskomponenten .....	40

2. Zur Rezeption der Parömiologie im deutschsprachigen Raum und in Polen .....	43
2.1 Einleitung .....	43
2.2 Zur Rezeption der Parömiologie in der deutschsprachigen Linguistik .....	44
2.3 Die deutschsprachige Parömiologie im Überblick .....	47
2.4 Sprichwörter und Parömiologie: Die polnische Forschung .....	50
2.5 Exkurs: „Polszczyzna przełomu, polszczyzna przemian“ Transformationsprozesse des Polnischen zur Jahrtausendwende.....	52
2.6 „Przysłowiowa Polska“? Rolle und Gebrauch von Sprichwörtern in Polen.....	59
2.7 Das Sprichwort in Polen heute und morgen .....	64
2.8 Anmerkungen zur polnischen Phraseologieforschung .....	82
3. Zielsetzung der Arbeit und theoretischer Rahmen .....	91
3.1 Das MIEDER-Paradigma .....	91
3.2 Kulturkognitiver Ansatz .....	93
3.3 Interkulturell-kontrastiver Ansatz .....	97
4. Ansätze zu einer erklärenden Parömiologie .....	99
4.1 Sprichwörter aus der Sicht der Semantik .....	101
Allgemeines.....	101
PERMJAKOV: „Grammatik der sprichwörtlichen Weisheit“ ....	102

4.2	Sprichwörter aus der Sicht der Sprechakttheorie .....	106
	Allgemeines.....	106
	NAHBERGER: „Theorie mythischer Sätze“ .....	108
4.3	Sprichwörter aus der Sicht der Argumentationstheorie.....	110
	Allgemeines.....	110
	KIENPOINTNER: „Alltagslogik“ .....	111
	Die „illustrative Beispiellargumentation“ .....	112
	Die „Analogieargumentation“.....	113
	Die „Autoritätsargumentation“ .....	114
	WIRRER: Sprichwörter als „formale Topoi“ .....	114
4.4	Sprichwörter aus der Sicht der Kognitiven Linguistik .....	117
	Allgemeines.....	117
	Die Metapherntheorie von LAKOFF und JOHNSON.....	118
	„Sprichwort-Konzepte“ (SWK) .....	122
	Sprachlich prägnante Gestalt.....	125
	Syntaktisch-semantische Struktur .....	127
	Ganzheitlichkeit .....	128
	Strukturelle Einfachheit .....	129
	Kultureller Rahmen („Frame“) .....	131
	Projektions-Fähigkeit .....	133
	Implikatur-Fähigkeit .....	135
	Zum Verhältnis der „metaphorischen Konzepte“ (MK) zu den „Sprichwort-Konzepten“ (SWK).....	138

4.5	Sprichwörter aus der Sicht des „sozio-kognitiven Ansatzes“ .....	145
	Der „sozio-kognitive Ansatz“ von FEILKE .....	145
	Sprichwörter als kommunikative Gattungen .....	148
	Zum metakommunikativen Gebrauch von Sprichwörtern .....	149
	Zitat-Charakter .....	151
4.6	Der kultur-kognitive Ansatz: Das Sprichwort als kulturelle Metapher .....	153
4.7	Warum sind Sprichwörter so wie sie sind? .....	156
5.	Aspekte einer interkulturell-kontrastiven Methodologie .....	159
5.1	Problemstellung .....	159
5.2	Der vergleichende Korpusansatz .....	164
5.3	Der kulturspezifische Vergleichsansatz .....	166
5.4	Der Äquivalenzansatz .....	168
5.5	Der interkulturell-universelle Ansatz .....	170
5.6	Der kultur-distinktive Vergleichsansatz .....	170
5.7	Ausblick .....	172
III.	Empirischer Teil .....	173
1.	Zielsetzung und Methodenfragen .....	173
1.1	Kommunikative Inanspruchnahme der Sprichwort-Bekanntheit .....	173
1.2	Methodenfragen .....	175

1.3	Medientexte als prototypische Form einer „Partialisierung“ ....	177
1.4	Kriterien einer „systematischen Analyse“ .....	178
1.5	Repräsentativität, Validität und Reliabilität in der Linguistik .....	180
2.	Korpora.....	185
2.1	Überblick.....	185
2.2	Exkurs: Polnische Printmedien .....	187
2.3	Abschließende Bemerkungen zum methodischen Vorgehen .....	190
2.4	Erläuterungen .....	192
2.5	Sprichwörter in Printmedien .....	195
	Polnische Sprichwörter in Printmedien .....	195
	Deutsche Sprichwörter in Printmedien.....	212
3.	Konvergenzen im Sprichwort-Gebrauch:	
	Quantitative Befunde.....	227
3.1	Vorbemerkung.....	227
3.2	Vergleichende Befunde zum Sprichwort-Gebrauch.....	228
	Quantitative Analyse der Belege .....	228
	Konvergenz-These .....	231
3.3	Gebrauchshäufigkeit vs. Bekanntheit:	
	Polnische Befunde.....	233
3.4	Gebrauchshäufigkeit vs. Bekanntheit:	
	Deutsche Befunde .....	239
3.5	Vergleich und Deutung der Befunde.....	243

4.	Interkulturell-kontrastiver Vergleich: Befunde .....	247
4.1	Vorbemerkung und Erläuterungen .....	247
4.2	Vergleichender Korpusansatz.....	248
	Funktionen des polnischen und deutschen Sprichwort-Gebrauchs.....	248
	Funktionen des polnischen Sprichwort-Gebrauchs .....	251
	Funktionen des deutschen Sprichwort-Gebrauchs .....	254
	Vergleich .....	255
4.3	Kulturspezifischer Vergleichsansatz .....	257
	„Typisch polnische“ Sprichwörter .....	257
	„Typisch deutsche“ Sprichwörter.....	275
4.4	Äquivalenzansatz .....	283
4.5	Kultur-distinktiver Vergleichsansatz.....	284
	„Proletarier aller Länder vereinigt euch!“ .....	285
	„Mądry Polak po szkodzie“ vs. „Durch Schaden wird man klug“ .....	288
	„Nichts sehen, nichts hören, nichts sagen“ .....	289
	„Wolność Tomku w swoim domku“ gleich „My home is my castle“? .....	291
	Biblische Sprichwörter im Vergleich.....	293
	„Am Anfang war das Wort“ = „Na początku było słowo“ ....	295
IV.	Ausblick.....	299
1.	Kandidaten für neue polnische Sprichwörter .....	299
2.	Kandidaten für neue deutsche Sprichwörter.....	303

V. Zusammenfassung .....	309
VI. Bibliographie .....	313
1. Deutsche Wörterbücher und Lexika .....	313
2. Polnische Wörterbücher und Lexika .....	314
3. Literatur .....	315
VII. Anhang .....	335
1. Das polnische Korpus .....	335
GAZETA WYBORCZA .....	335
WYSOKIE OBCASY .....	342
POLITYKA .....	344
TWÓJ STYL .....	346
COSMOPOLITAN .....	348
ANDERE BEISPIELE .....	350
WERBUNG .....	350
2. Das deutsche Korpus .....	351
DIE WELT .....	351
DIE ZEIT .....	358
DER SPIEGEL .....	360
FOCUS .....	361
ANDERE BEISPIELE .....	362
POSTKARTEN .....	363
3. WOJCIECH MŁYNARSKI: <i>Przyjdzie walec i wyrówna</i> .....	364
4. Das parömische Minimum im Deutschen .....	365