

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
PERMIJAKOV: „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 Beispielargumentation“	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 MLYNARSKI: <i>Przyjdzie walec i wyrówna</i>	364
4. Das parönmische Minimum im Deutschen	365