

# **Die Verwendung von Sprichwörtern in kroatischen, bosnischen, serbischen und deutschen Printmedien**

**Željka Matulina  
Zadar**

Der Beitrag stellt die Ergebnisse einer empirischen Untersuchung des parömiologischen Materials in drei ausgewählten kroatischen, bosnischen und serbischen Wochenzeitungen aus dem Zeitraum zwischen 2006 und 2010 dar. Bei den genannten Zeitungen handelt es sich um *Globus* (Zagreb), *Bosna* (Sarajevo) und *Nedeljne informativne novine (NIN)* (Belgrad). Als Kontrollkorpus wurden entsprechende deutschsprachige (österreichische und deutsche) Printmedien berücksichtigt.

Der Schwerpunkt der Untersuchung liegt auf formalen Aspekten der Verwendung von Sprichwörtern in den genannten Printmedien: Wer ist Produzent/in des Sprichworts und wie verwendet er/sie das Sprichwort?

Die Analyse des Korpus hat bestätigt, dass die Verwendung von Sprichwörtern innerhalb der verschiedenen geographischen, kulturellen und sprachlichen Regionen des südslawischen Areal unterschiedlich ist. Diese Unterschiede sind aber nicht das Resultat kultureller, sprachlicher oder politischer Besonderheiten der einzelnen Regionen, sondern werden ausschließlich von der individuellen Kreativität des Produzenten des Sprichworts, d.h. des jeweiligen Journalisten oder Redakteurs der Zeitung bestimmt.