

Peter Grzybek

## Facetten des parömiologischen Rubik-Würfels

Kenntnis  $\equiv$  Bekanntheit [ $\Leftrightarrow$  Verwendung  $\approx$  Frequenz] ???



### 1. Einleitung

Im Prinzip ist die Sache ganz einfach: Nur das, was viele kennen, d. h. nur das, was von vielen gekannt wird, kann 'allgemein bekannt' sein. Dabei muss das, was 'allgemein bekannt' ist, keineswegs von 'allen' gekannt werden bzw. ausnahmslos 'allen' bekannt sein – wohl aber setzt 'allgemeine Bekanntheit' voraus, dass etwas von vielen, wenn nicht von 'fast allen' gekannt wird, das heißt, dass es *mehr oder weniger* 'allen' bekannt ist.<sup>1</sup>

Eine solche Auslegung von (allgemeiner) Bekanntheit impliziert zwangsläufig auch eine spezifische Lesart dessen, was unter 'Verwendung' zu verstehen ist: Denn nur das, was man kennt, kann man auch verwenden. Und nur das, was allgemein – also nicht nur von einer einzelnen Person, sondern von mehreren bzw. vielen – wiederholt, mehrmals, oft oder immer wieder verwendet wird, erlangt eine bestimmte Vorkommenshäufigkeit, kommt somit auf eine bestimmte Frequenz. Allerdings muss nicht alles verwendet werden oder wird verwendet, was man kennt. In der Regel gibt es einen Kenntnis- bzw. Bekanntheitsüberhang im Vergleich zur 'Verwendung', wie er im Bereich des individuellen Wortschatzes und seiner Erforschung etwa in Form der Gegenüberstellung von produktiver (aktiver) vs. rezeptiver (passiver) Kenntnis ausgedrückt wird.

---

<sup>1</sup> An dieser Stelle sei Christoph Chlosta und Kathrin Steyer für zahlreiche Diskussionen, einschließlich einer früheren Version des vorliegenden Textes, bzw. für wertvolle redaktionelle Hinweise gedankt.

Der auf den ersten Blick vielleicht trivial anmutende Befund, dass ‘Kenntnis’ und ‘Bekanntheit’ keine ‘Verwendung’ voraussetzen und dass nur anders herum ein Schuh daraus wird, muss jedoch in einem wesentlichen Punkt spezifiziert werden: Individuelle Kenntnis – und damit, wie oben dargelegt, in weiterer Folge die allgemeine Bekanntheit – ist trotzdem an häufiges Vorkommen und damit an soziale Verwendung (zumindest durch andere) gebunden.

Insofern steckt trotz der scheinbaren Einfachheit und vermeintlichen Klarheit der Verhältnisse auch der parömiologische Teufel im Detail. Dieser betrifft mitnichten etwa nur das terminologische Chaos bei der Verwendung von Begriffen wie ‘Bekanntheit’, ‘Kenntnis’, ‘Verwendung’, ‘Vorkommen’, ‘Frequenz’ u. a. m., sondern vielmehr den systematischen Zusammenhang zwischen diesen Kategorien, der in dem Moment verloren geht, in dem die Begriffe nicht bzw. nicht mehr stringently voneinander getrennt werden.

Denn natürlich basiert ‘allgemeine Bekanntheit’ auf der Kenntnis durch mehr als eine Person, so dass die transindividuelle Kenntnis eine Voraussetzung für interindividuelle oder gar allgemeine Bekanntheit ist, die sich ihrerseits somit in gewissem Sinne als eine abgeleitete Kategorie erweist. So stellt sich dann in weiterer Folge die naheliegende Frage, ob nicht systematische Beziehungen zwischen individueller Kenntnis und Verwendung einerseits, und/oder zwischen (allgemeiner) Bekanntheit und Verwendungs- bzw. Vorkommenshäufigkeit andererseits vorliegen.<sup>2</sup>

Es ist daher nicht nur terminologisch zwischen ‘Kenntnis’ und ‘Bekanntheit’ zu differenzieren, sondern es erscheint auch die Frage nach dem Zusammenhang von ‘Kenntnis’ bzw. ‘Bekanntheit’ und ‘Verwendungs-’ bzw. ‘Vorkommenshäufigkeit’ in einem anderen Licht.

Dennoch aber ist in der parömiologischen Forschung der letzten Jahre genau das mitunter passiert: Begriffe wie ‘Kenntnis’, ‘Bekanntheit’, ‘Verwendung’, ‘Vorkommen’, ‘Frequenz’ u. Ä. sind nicht nur terminologisch, sondern auch konzeptuell und damit auch methodologisch nicht immer konsequent differenziert und somit de facto vermischt worden – zum Teil implizit und/oder unreflektiert, zum Teil aber auch durchaus explizit unter der simplifizierenden Annahme, die Untersuchung des Einen sei im Prinzip äquivalent mit der Erhebung des Anderen.

---

<sup>2</sup> Hierbei gilt es zu beachten, dass eine allfällige, introspektionsbasierte Absichtserklärung, man würde gegebenenfalls ein Sprichwort, das man kennt, unter bestimmten Bedingungen auch verwenden (oder aber nicht), noch lange nicht heißt, dass dies so auch zutrifft, so dass Fähigkeit und Bereitschaft zur Verwendung bei weitem nicht mit tatsächlicher Vorkommenshäufigkeit bzw. Frequenz gleichzusetzen sind.

Die Tendenz hin zu frequenzorientierten Verfahren hat sich natürlich in den letzten Jahren insbesondere aufgrund der technischen Entwicklungen verstärkt, was mitunter dazu geführt hat, diesen (in der Regel korpusbasierten) Verfahren den Vorzug vor informantenbasierten Erhebungen der Sprichwortkenntnis zu geben. Dass dabei der Begriff der ‘Frequenz’ zudem noch auf unterschiedliche Art und Weise verstanden wurde – angefangen von der Frequenz von Varianten in traditionellen Sprichwortsammlungen bis hin zur Vorkommenshäufigkeit in elektronischen Korpora jedweder Art – kompliziert die Sachlage natürlich zusätzlich.

Vor diesem Hintergrund ist es kein Wunder, dass in jüngerer Vergangenheit die Zusammenhänge zwischen Kenntnis/Bekanntheit und Verwendung/Vorkommenshäufigkeit wiederholt vergleichenden Analysen unterzogen worden sind (Grzybek 2008a, b; Grzybek/Chlosta 2009, 2010). Dabei hat es sich schon in diesen ersten, z. T. noch eher exemplarischen Analysen gezeigt, dass sehr wohl systematische Zusammenhänge zwischen diesen Faktoren vorzuliegen scheinen. Allerdings sind diese offenbar komplexerer Natur als vielfach angenommen, wobei eben gerade das jeweilige Verständnis von ‘Bekanntheit’ und ‘Frequenz’ und die Art und Weise, wie diese jeweils gemessen bzw. erhoben werden, eine wesentliche Rolle spielt. Es ist davon auszugehen, dass beide Faktoren nicht in Form einer simplen 1:1-Übersetzung abgebildet bzw. in-einander überführt werden können. Zudem stehen sowohl Frequenz als auch Bekanntheit offenbar jeweils auf spezifische Art und Weise mit einer Reihe linguistischer (darunter auch psycho- und soziolinguistischer) Faktoren in komplexen Wechselverhältnissen. Diese Erkenntnis hat in der jüngsten Zeit Anlass gegeben, das Konzept einer (strukturalistisch definierten) parömiologischen Ebene der Sprache aufzugeben und statt dessen als ein (Sub)-System innerhalb des dynamischen Systems der Sprache im Sinne einer parömiologischen Synergetik zu modellieren (Grzybek 2009, 2011).

Die Hoffnung, die Erforschung des Einen (‘Frequenz’) könne die Erforschung des Anderen (‘Bekanntheit’) (mehr oder weniger, *cum grano salis* etc.) auf simple Art und Weise und vielleicht mit reduziertem Aufwand ersetzen, hat sich allerdings als illusorisch erwiesen. Faktoren wie Kenntnis, Gebrauch und Dokumentation von Sprichwörtern sind eben nicht einfach zwei Seiten ein und derselben Medaille, und auch nicht einfach verschiedene Seiten eines parömiologischen Würfels, deren Augenzahlen einander entsprechen. Vielmehr hat der parömiologische Würfel insgesamt ganz offenbar eher die Form eines komplexen Rubik-Würfels, bei dem die Zahlenwerte jeder einzelnen Seite einander so bedingen, dass auch die Zahlenrelationen der verschiedenen

anderen Seiten nicht durch simple Rechenschieber-Aktionen ineinander überführt werden können.

Die Einsicht in die Komplexität der Sprichwortkenntnis hat dazu geführt, frühere Annahmen einer parömischen Ebene der Sprache im Sinne einer statischen Systemebene aufzugeben und diese statt dessen als ein dynamisches und selbstregulierendes, synergetisches (Sub-)System zu verstehen, in welchem sich verschiedene Faktoren und Systembedürfnisse einander bedingen und wechselseitig steuern. Erste Eckpfeiler eines solchen Systems wurden bereits identifiziert und zur Diskussion gestellt (Grzybek 2009, 2011). Damit jedoch innerhalb eines solchen komplexen Systems nicht Äpfel mit Birnen verglichen (bzw. verwechselt) werden, muss als Erstes geklärt werden, was man jeweils unter 'Kenntnis', 'Bekanntheit', 'Frequenz' u. a. m. versteht bzw. was in der Vergangenheit in verschiedenen Untersuchungen darunter verstanden wurde. Insbesondere ist es von Relevanz zu wissen, wie die Ausmaße der genannten Kategorien jeweils erhoben (gemessen) wurden. Dabei geht es nicht nur darum, die Probleme der einzelnen Verfahren allgemein und die Frage der Kompatibilität der Ergebnisse einschätzen zu können, sondern vor allem zu prüfen, ob die eingesetzten Verfahren **überhaupt** effektiv und angemessen zur Beantwortung der gestellten Fragen sind.

Vor diesem Hintergrund sollen in der vorliegenden Darstellung einige Vorschläge zur terminologischen, konzeptuellen und methodologischen Präzisierung der Konzepte von 'Kenntnis' und 'Bekanntheit' vorgenommen werden, die letztendlich Aufschluss sowohl über mögliche Beschränkungen als auch über die Leistungsfähigkeit der verschiedenen Ansätze geben sollen. Die verwendungs- und frequenzorientierter Analysen werden hier ausgeblendet. Ihnen wird an anderer Stelle in ähnlich differenzierter Manier nachzugehen sein.

## 2. Sprichwort: Kenntnis und/oder Bekanntheit

In Hinblick auf die Frage der Kenntnis bzw. Bekanntheit von Sprichwörtern ergibt sich – wie oben dargestellt – ein weitaus komplexeres Bild, das in der Vergangenheit nicht immer in der notwendigen Differenziertheit berücksichtigt worden ist. De facto überlagern oder überkreuzen sich bei entsprechenden Untersuchungen verschiedene Perspektiven, die durch verschiedene Foci und damit letztendlich durch verschiedene Fragestellungen bedingt sind. Im Folgenden soll ein Vorschlag zur konzeptuellen Einordnung und terminologischen Unterscheidung verschiedener Ansätze unterbreitet werden. Dieser mag auf den ersten Blick hypertroph erscheinen; er erscheint jedoch angesichts der angesprochenen Desiderata als notwendig.

Natürlich muss jede Art von empirisch-parömiologischer Problemstellung zunächst von der Frage nach der Kenntnis eines spezifischen Sprichworts durch eine gegebene Person ausgehen bzw. darauf basieren. Allerdings wird in der Praxis üblicherweise des Weiteren auch nach der Kenntnis weiterer Sprichwörter durch diese Person und/oder durch weitere Personen gefragt. Insofern ergeben sich dann im Hinblick auf das jeweilige parömiologische Erkenntnisinteresse verschiedene Foci, deren Unterschiedlichkeit darin besteht, dass einerseits **informantenbezogene** vs. **textbezogene** Fragestellungen im Vordergrund stehen können, andererseits **individuell-singuläre** vs. **kollektiv-summarische** Fragestellungen den jeweiligen Schwerpunkt bilden können. Dabei bezieht sich das, was hier mit Individualität/Singularität gemeint ist, entweder auf einzelne Personen oder aber auf einzelne Sprichwörter, und mit kollektiv-summarischer Ausrichtung ist entweder die (durchschnittliche) Kenntnis mehrerer Personen oder aber mehrerer Sprichwörter gemeint.

Während die informantenbezogene Fragestellung somit auf die Untersuchung individueller vs. kollektiver Kenntnis eines Sprichworts bzw. mehrerer Sprichwörter zielt,<sup>3</sup> richtet sich die textbezogene Fragestellung auf die Art der Bekanntheit eines spezifischen Sprichworts oder aber einer bestimmten Menge von Sprichwörtern allgemein. In diesem Sinne erweist sich die *Bekanntheit* von Sprichwörtern folglich als eine abgeleitete Kategorie, insofern sie auf individueller oder kollektiver *Kenntnis* von Sprichwörtern basiert. Nimmt man deshalb die Sprichwortkenntnis als Ausgangspunkt weiterführender Überlegungen und differenziert des Weiteren zwischen individueller und kollektiver Kenntnis einerseits, der Kenntnis spezifischer einzelner Sprichwörter oder aber jeweils spezifisch definierter Mengen von Sprichwörtern andererseits, dann lassen sich die entsprechenden Foci entsprechend den in Tabelle 1 angegebenen Leitfragen zusammenfassen:

---

<sup>3</sup> Die Unterscheidung dieser Foci ist folglich nicht identisch mit der z. B. von Čermák (1998) im Rahmen der Parömiologie zur Diskussion gestellten Opposition von „knowledge-oriented vs. usage-oriented approaches“.

1	Spezifische Sprichwortkenntnis einer individuellen Person	Kennt eine gegebene Person ein gegebenes Sprichwort, und wenn ja: in welcher sprachlichen Form?
2	Allgemeine Sprichwortkenntnis einer individuellen Person	In welchem Ausmaß und jeweils in welcher sprachlichen Form kennt eine gegebene Person eine gegebene Menge von Sprichwörtern?
3	Kollektive Kenntnis eines spezifischen Sprichworts	Kennt eine gegebene Gruppe von Personen ein gegebenes Sprichwort, und wenn ja: in welchem Ausmaß und in welcher Form bzw. in welchen Varianten?
4	Kollektive Sprichwortkenntnis	Kennt eine gegebene Gruppe von Personen eine gegebene Menge von Sprichwörtern, und wenn ja: in welchem Ausmaß und in welcher Form bzw. in welchen Varianten?

Tab. 1: Individuelle und kollektive, allgemeine und spezifische Sprichwortkenntnis

Folgt man nun dem Vorschlag, in Hinblick auf informantenbezogene Fragestellungen von ‘Kenntnis’ (engl.: *knowledge*) und in Hinblick auf textbezogene Fragestellungen von ‘Bekanntheit’ (engl.: *familiarity*) zu sprechen, ergeben sich Differenzierungen, wie sie in Tabelle 2 angegeben sind. Die unterschiedlichen Formulierungen können dabei zum Teil auf ein und denselben Ergebnissen beruhen, diese aber auf unterschiedliche Art und Weise perspektivieren, sei dies bereits im Vorfeld durch die Ausrichtung der Fragestellung oder im Nachhinein durch die Art der Interpretation der Ergebnisse bedingt.

1	Person $P$ kennt das Sprichwort $S$ in der sprachlichen Variante $V$	Das Sprichwort $S$ ist der Person $P$ in der Variante $V$ bekannt.
2	Person $P$ kennt die Sprichwörter $S_{1..s}$ in der jeweiligen sprachlichen Variante $V_{1..v}$ , wobei Person $P$ insgesamt $X\%$ der Sprichwörter bzw. ihrer jeweiligen Varianten $V_{1..v}$ kennt.	Die Sprichwörter $S_{1..s}$ sind der Person $P$ jeweils in der/den sprachlichen Variante(n) $V_{1..v}$ bekannt, wobei der Person $P$ im Durchschnitt $X\%$ der Sprichwörter bzw. ihrer jeweiligen Varianten $V_{1..v}$ bekannt sind.
3	Das aus den Personen $P_{1..p}$ bestehende Kollektiv $K$ kennt das Sprichwort $S$ in den sprachlichen Varianten $V_{1..v}$ , wobei die durchschnittliche Kenntnis des Sprichworts $S$ bzw. seiner jeweiligen Varianten $V_{1..v}$ durch das Kollektiv $X\%$ beträgt.	Das Sprichwort $S$ ist dem aus den Personen $P_{1..p}$ bestehenden Kollektiv $K$ in den Varianten $V_{1..v}$ bekannt, wobei das Sprichwort $S$ bzw. seine Varianten $V_{1..v}$ dem Kollektiv $K$ im Durchschnitt zu $X\%$ bekannt ist/sind.
4	Das aus den Personen $P_{1..p}$ bestehende Kollektiv $K$ kennt die Sprichwörter $S_{1..s}$ in den sprachlichen Varianten $V_{1..v}$ , wobei die durchschnittliche Kenntnis der Sprichwörter bzw. ihrer jeweiligen Varianten $X\%$ beträgt.	Die Sprichwörter $S_{1..s}$ sind dem aus den Personen $P_{1..p}$ bestehenden Kollektiv $K$ in den Varianten $V_{1..v}$ bekannt, wobei die Sprichwörter $S_{1..s}$ bzw. ihre Varianten $V_{1..v}$ dem Kollektiv $K$ im Durchschnitt zu $X\%$ bekannt ist/sind.

Tab. 2: ‘Kenntnis’ und ‘Bekanntheit’ von Sprichwörtern

### 3. Methoden der Erhebung von Sprichwortkenntnis/-bekanntheit

Die folgenden Ausführungen konzentrieren sich primär auf die Methodologie der Untersuchung der Bekanntheit von Sprichwörtern. Dabei soll es vor allem auch um einen Vergleich verschiedener Verfahren gehen, die in der Vergangenheit überwiegend zur Erhebung bzw. Bestimmung von Bekanntheit entwickelt und angewendet wurden. Fragen der Frequenz und der Beziehung zwischen Bekanntheit und Frequenz werden dagegen ausgeblendet.

Vorangestellt sei eine kurze Zusammenfassung der Grundtypen zentraler Verfahren:

- a) **Spontanes Aufschreiben.** In Versuchen, „allgemein bekannte“ Sprichwörter zu erheben, ist es mitunter als zweckmäßig und hinreichend angesehen worden, eine Reihe von Personen aufzufordern, diejenigen Sprichwörter, die ihnen spontan einfallen, innerhalb einer vorgegebenen Zeit aufzuschreiben.<sup>4</sup>
- b) **Skalierungsverfahren.** Beim Verfahren der Skalierung von Bekanntheit wird befragten Personen eine Liste von Sprichwörtern präsentiert, wobei die Aufgabe darin besteht, auf einer bestimmten Skala (z. B. von 1 bis 4 oder von 1 bis 7) die Sprichwörter nach dem vermeintlichen Grad der Bekanntheit einzuordnen bzw. einzuschätzen, d. h. anzugeben, für wie bekannt sie die jeweils dargebotenen Sprichwörter halten. Da es auch hier um vollständige Sprichworttexte und deren Skalierung geht, sei dieses Verfahren im Laufe der hiesigen Überlegungen als **Ganztext-Skalierung (GTS)** bezeichnet.
- c) **Ganztext-Präsentation (GTP).** Bei diesem vermutlich am meisten verbreiteten Verfahren werden befragten Personen mehr oder weniger umfassende Listen von (ausgewählten) Sprichwörtern präsentiert mit der Aufgabe, introspektiv zu urteilen, ob ihnen diese Sprichwörter bekannt sind oder nicht. Diese Methode verlangt von den Befragten somit eine JA-NEIN-Entscheidung („bekannt“ vs. „nicht bekannt“).

---

<sup>4</sup> In einigen Untersuchungen ist ein scheinbar ähnliches Verfahren umgesetzt worden, das darin besteht, dass die Versuchspersonen einen bestimmten (begrenzten) Zeitraum (z. B. eine Woche) zur Verfügung hatten, um all diejenigen Sprichwörter zu notieren, die ihnen im Laufe des Alltags begegnen. Bei genauerer Betrachtung handelt es sich jedoch hierbei eher um eine spezifische Art der Frequenzerhebung, nicht der (im Falle des spontanen Aufschreibens auf Introspektion basierenden) Explikation von Sprichwortkenntnis.

- d) Das Verfahren der **Teilttext-Präsentation (TTP)** sieht die alleinige Darbietung des Textanfangs eines gegebenen Sprichworts vor. Die Aufgabe der Versuchspersonen besteht darin, den Text in der ihnen bekannten Form zu vervollständigen.

Tabelle 3 fasst die verschiedenen Verfahren in anschaulicher Form zusammen:

Methoden	Aufgabe
„Spontanes“ Aufschreiben ⇨	Schreiben Sie die Sprichwörter auf, die Ihnen im Laufe der folgenden ... Minuten spontan einfallen.
Ganztext-Präsentation (GTP) ⇨	Kennen Sie das folgende Sprichwort (JA / NEIN) : <i>Morgenstund' hat Gold im Mund.</i>
Skalierung (GTS) ⇨	Markieren Sie auf einer Skala von 1-7, wie bekannt Ihnen das folgende Sprichwort ist: <i>Morgenstund' hat Gold im Mund.</i> 1 - - 2 - - 3 - - 4 - - 5 - - 6 - - 7
Teilttext-Präsentation (TTP) ⇨	Vervollständigen Sie den Anfang des folgenden Sprichworts: <i>Morgenstund' hat ...</i>

Tab. 3: Methoden der Erhebung von Sprichwortkenntnis

Natürlich liegen den verschiedenen Verfahren unterschiedliche „Philosophien“ zugrunde. Vor allem aber zeitigen sie auch unterschiedliche Ergebnisse, was es bei jeglicher Art von Folgeuntersuchung in gebührendem Maße zu berücksichtigen gilt. Folgender Umstand ist dabei jedoch besonders zu beachten: Sollte sich herausstellen, dass es systematische Zusammenhänge bzw. Verschiebungen zwischen verschiedenen Methoden bzw. zwischen den mit diesen Methoden erzielten Ergebnissen gibt, so dass die Ergebnisse sich als im Prinzip ineinander überführbar erweisen, dann kann die Unterschiedlichkeit in der (absoluten) Ausprägung der Ergebnisse als prinzipielles Problem vernachlässigt werden. Zu dieser Frage gibt es jedoch bislang so gut wie keine Untersuchungen, und es liegt nahe, sich dieser Frage in angemessener Weise zu widmen.

### 3.1 Spontanes Nennen/Aufschreiben

Das Verfahren des spontanen Aufschreibens von Sprichwörtern ist mit den Anfängen empirischer bzw. experimenteller Sprichwortforschungen schlechthin verbunden, die in den 30er Jahren des 20. Jahrhunderts liegen. Zu dieser Zeit wurden in der amerikanischen Soziologie erste Untersuchungen zur Kenntnis von Sprichwörtern, in weiterer Folge und darauf aufbauend dann



insbesondere zu Einstellungen gegenüber Sprichwörtern durchgeführt. Zu nennen sind hier in erster Linie die beiden älteren Studien von Albig (1931) und Bain (1939), doch auch neuere Arbeiten wie diejenigen von Arnaud (1992), Cox (1997) oder Haas (2008) gilt es in diesem Zusammenhang in Betracht zu ziehen.

Albig (1931) führte zwei Teilstudien durch. In einem ersten Schritt forderte er 15 Studierende auf, alle Sprichwörter zu notieren, die diese im Laufe von zwei Tagen hörten. Aus heutiger Sicht würden wir sagen, dass es sich bei dieser Art von Fragestellung *de facto* nicht um die Erhebung der Sprichwortkenntnis der befragten Personen handelt, sondern eher um eine bestimmte Art der Vorkommenserhebung. Denn es wurde nicht nach der individuellen Kenntnis der Studierenden gefragt, sondern nach dem in ihrem Alltag beobachteten Sprichwortvorkommen. Das Ergebnis belief sich insgesamt auf eine Menge von nicht mehr als 19 Sprichwörtern. Im zweiten Schritt führte Albig, nicht zuletzt unter dem Eindruck des bescheidenen Ergebnisses im ersten Schritt, ein umfangreicheres Experiment durch, an dem 68 Studierende teilnahmen: Diesmal sollten die Studierenden innerhalb einer halben Stunde all diejenigen Sprichwörter aufschreiben, die ihnen spontan einfielen. Unter dieser Bedingung lagen als Ergebnis der Befragung immerhin 1 443 Sprichwortnennungen vor, d. h. Sprichwort-Tokens ohne Berücksichtigung von Mehrfachnennungen (also Sprichwort-Types). Das entspricht einer durchschnittlichen Anzahl von  $\bar{x} = 21,22$  Sprichwortnennungen pro befragter Person. Auch wenn dies in der Forschung nie explizit herausgestellt wurde, beinhalten die beiden Teilbefunde in der Zusammenschau die bis heute wichtige Beobachtung, dass der Umfang individueller Sprichwortkenntnis und die empirisch beobachtbare Vorkommenshäufigkeit von Sprichwörtern offensichtlich deutlich auseinander klaffen können, so dass beide nicht ohne Weiteres auf dieselbe Art und Weise zu messen sind.

Doch bleiben wir bei den von den Befragten genannten Sprichwörtern: Insgesamt handelte es sich um 442 verschiedene Sprichwörter (also Sprichwort-Types). Von diesen 442 Sprichwörtern wurden 270 Sprichwörter (also ca. 60%) nur ein einziges Mal (d. h. von nur einer einzigen Person) angeführt; die übrigen 172 Sprichwörter wurden verschieden häufig, bis zu 47 mal als Maximum (also von ca. 69% der Befragten) genannt. Allerdings waren es insgesamt nur vier Sprichwörter, die von mehr als der Hälfte der Befragten angeführt wurden, nicht mehr als acht Sprichwörter wurden von mehr als einem Drittel der Befragten genannt. Anders gesagt: 98% der erhobenen Sprichwörter wurden von weniger als einem Drittel der Befragten angegeben.

Ein weiteres wichtiges Ergebnis ist also, dass es einen klaren Unterschied zwischen dem Umfang individueller und kollektiver Nennungen gab, da nur wenige Sprichwörter von vielen Personen gemeinsam (kollektiv) genannt wurden.<sup>5</sup>

Einige Jahre später führte Bain (1939) ein ähnliches Experiment durch, in welchem es in erster Linie um die Einstellung zu bestimmten sprichwörtlichen Inhalten ging. In diesem Zusammenhang forderte Bain als Erstes 133 Studierende auf, diejenigen Sprichwörter, die ihnen spontan einfielen, aufzuschreiben und jeweils mit +, – oder ± zu kennzeichnen, je nach Zustimmung (+), Ablehnung (–) oder neutraler Haltung (±) im Hinblick auf den Inhalt. Abgesehen von der Erhebung der Einstellung, die im hier gegebenen Kontext nicht zur Debatte steht, wurden von den Befragten im Ergebnis insgesamt 3 654 Sprichwörter, im Durchschnitt somit  $\bar{x} = 27,47$  Sprichwörter (Sprichwort-Tokens) pro Person genannt.

Albig und Bain gelangten also insofern zu relativ übereinstimmenden Ergebnissen, als sich in beiden Fällen die durchschnittliche Menge spontan aufgeschriebener Sprichwörter auf ca. 20-30 Items belief.

Zu einem vergleichbaren Ergebnis sollte fast 40 Jahre später auch der russische Folklorist G.L. Permjakov gelangen. Als er in den 70er Jahren eine Gruppe von ca. 300 Personen aus dem Moskauer Gebiet nach der introspektiven Einschätzung des Umfangs ihrer Sprichwortkenntnis fragte, wurden ihm seinen Angaben zufolge üblicherweise „zwischen zwanzig und fünfzig“ Sprichwörter pro Person genannt, und die überwältigende Mehrheit der Probanden gab Permjakov (1985, S. 5) zufolge „zwanzig bis dreißig“ Sprichwörter an.

Auch jüngere Untersuchungen, wie diejenigen von Arnaud (1992) zur Kenntnis französischer, von Cox (1997) zur Kenntnis deutscher und von Haas (2008) zur Kenntnis amerikanischer Sprichwörter kommen zu vergleichbaren Zahlen. So führte Arnaud (1992) umfangreiche Untersuchungen zur Sprichwortkenntnis französischer Muttersprachler durch: Ausgewertet wurden dabei Sprichwortnennungen von 150 Studierenden; deren Aufgabe war es, im Laufe einer zeitlich nicht begrenzten Sitzung (unkontrolliert außerhalb der Universität), wohl aber ohne Unterbrechung und ohne Zuhilfenahme anderer Personen oder Einsichtnahme in Hilfsmaterialien, all diejenigen Sprichwörter zu notieren, die ihnen während dieser Sitzung einfielen. Arnaud (1992, S. 202) zufol-

---

<sup>5</sup> Zu einer detaillierteren Darstellung inkl. eingehenderer Analysen der konkreten Sprichwörter siehe Grzybek/Chlosta/Grotjahn (i. Vorb.).

ge war die Anzahl der Nennung von Sprichwörtern interindividuell sehr heterogen und lag zwischen 3 und 43 Nennungen. Dabei betrug die durchschnittliche Anzahl von Nennungen  $\bar{x} = 20$  Sprichwörter bei einer Standardabweichung von  $s = 9,37$ ; insgesamt wurden 274 verschiedene Sprichwort-Types genannt, von denen 61 nur ein einziges Mal genannt wurden.

Zu einem ähnlichen Ergebnis kam auch Cox (1997) im Rahmen seiner Untersuchung zur Sprichwortkenntnis deutschsprachiger Studierender. In dieser Studie wurde den Befragten allerdings mehr Zeit eingeräumt, nämlich eine ganze Woche, um alle Sprichwörter, die ihnen im Laufe dieser Zeit einfielen, zu notieren. Das auf der Auswertung der Antworten von 42 Personen beruhende Ergebnis belief sich unter diesen Umständen auf eine Summe von 728 Einzelbelegen (Sprichwort-Tokens) mit einem Maximum von 35 Nennungen (d. h., der am häufigsten genannte Sprichwort-Type wurde von 83,33% der Befragten angeführt). Ähnlich wie in den oben genannten Studien war die Menge der pro Person im Durchschnitt genannten Sprichwörter allerdings relativ gering, und zwar lag sie bei  $\bar{x} = 17,33$  Sprichwörtern pro Person. Insgesamt waren es überhaupt nur 22 Sprichwörter, die von mehr als einem Drittel der Befragten genannt wurden. Mit anderen Worten: Mehr als 95% der insgesamt erhobenen 728 Sprichwörter wurden von weniger als einem Drittel der Befragten angegeben. Auch dieses Ergebnis deckt sich weitgehend mit früheren Befunden zu kollektiven Sprichwortnennungen, denn auch in den Untersuchungen von Albig und Arnaud waren es jeweils nicht mehr als vier bzw. fünf Sprichwörter, die von  $\geq 50\%$  der Befragten gemeinsam angegeben wurden.

Auch neuere Ergebnisse von Haas (2008) zur Kenntnis bzw. Nennung amerikanischer Sprichwörter konvergieren mit diesen Beobachtungen: In dieser Untersuchung hatten 156 Studierende aus verschiedenen geografischen Regionen der USA jeweils 20-25 Minuten Zeit, alle Sprichwörter, die ihnen in dieser Zeit einfielen, zu notieren. Die Gesamtzahl der Nennungen wird von Haas nicht angegeben, die Anzahl der von zumindest zwei Befragten genannten Sprichwörter belief sich Haas zufolge auf insgesamt 339 Items. Nicht ein einziges der Sprichwörter wurde von mehr als einem Viertel der Befragten genannt, nur drei von mehr als 20%, nur 20 von mehr als 10% der Befragten – Befunde, die sich hochgradig mit den oben berichteten decken.

Aufgrund der geringen Anzahl kollektiv genannter Sprichwörter zog Cox (1997, S. 57) in seiner Studie die Schlussfolgerung, dass der den Befragten gemeinsame Thesaurus bekannter Sprichwörter – also die kollektive Sprichwortkenntnis – proportional klein, der individuelle Thesaurus der einzelnen

Befragten demgegenüber relativ groß sei. Diese Schlussfolgerung im Hinblick auf die Heterogenität zwischen individueller und kollektiver Sprichwortkenntnis – vgl. hierzu auch die früher schon von Chlosta / Grzybek / Roos (1994) – liegt in der Tat nahe. Sie ist aber im gegebenen Fall nicht die einzig mögliche und schließt eine komplementäre und/oder alternative Erklärung nicht aus, da eine entscheidende Frage unbeantwortet bleibt, nämlich, ob eine Person ein Sprichwort gegebenenfalls durchaus kennt, auch wenn sie es „spontan“ nicht nennt. Die aktive Nennung eines Sprichworts ist jedoch nicht mit der Kenntnis eines Sprichworts und noch weniger mit seiner aktiven Verwendung zu verwechseln: Natürlich kann man ein Sprichwort nur nennen, wenn man es kennt, aber man kann durchaus (weitere) Sprichwörter kennen, ohne diese gewissermaßen „auf Bestellung“ oder „spontan“ und insofern ohne gegebenen Anlass bzw. Auslöser zu nennen.

Diese Erklärung erscheint insofern auch plausibel, als die individuelle Sprichwortkenntnis bei aller inter-individuellen Heterogenität enorm hoch ist und nicht selten bei weit über 1 000 Sprichwörtern pro Person liegt. Neben dem Verhältnis von aktiver und passiver Sprichwortkenntnis ist aber auch folgendes Phänomen in die Erklärung einzubeziehen: Sprichwörter, die man kennt, fallen einem nicht ohne Weiteres kontextfrei ein, wenn sie nicht auf die eine oder andere Art und Weise elizitiert werden. Als „Trigger“ derartiger Elizitierungen dient natürlich primär ein entsprechender situativer („pragmatischer“) Kontext, verbundenen mit einer Referenzsituation, auf welche das konkrete Sprichwort bezogen wird. Freilich kann ein (bekanntes) Sprichwort durchaus auch verbal elizitiert werden, wenn man davon ausgeht, dass ein Sprichwort ein sprachliches Klischee ist, welches entweder als vollständiger Text oder gar nicht bekannt ist. Auf das entsprechende Verfahren der Teilttext-Präsentation wird unten noch detaillierter eingegangen (vgl. 3.3).

Zusammenfassend lässt sich einstweilen festhalten, dass das schon in den 30er Jahren von Soziologen wie Albig und Bain angewandte und auch in jüngerer Zeit wiederholt zum Einsatz gebrachte Verfahren, die Nennung von Sprichwörtern „spontan“ zu evozieren, durchaus geeignet scheint, eine bestimmte (begrenzte) Menge bekannter Sprichwörter zu erhalten. Bei diesen könnte es sich durchaus um *sprichwörtliche Prototypen* handeln. Systematische Untersuchungen zur Bestätigung dieser Annahme incl. einer tragfähigen Definition von ‘Prototyp’ fehlen allerdings bislang vollständig, und sie können auch an dieser Stelle nicht en passant geleistet werden. Die Methode des spontanen Nennens (bzw. Aufschreibens) erlaubt aber keine Aussage über den Umfang der individuellen oder kollektiven Sprichwortkenntnis und ist deshalb prinzipiell nicht geeignet, den Bekanntheitsgrad von Sprichwörtern zu bestimmen.

### 3.2 Skalierung

Das Verfahren der Skalierung ist insbesondere aus anglo-amerikanischen Untersuchungen bekannt, die in verschiedenen Bereichen der Sozio- und Psycholinguistik mit dem Ziel der Erhebung bekannter Sprichwörter bzw. der Bekanntheit spezifisch ausgewählter Sprichwörter durchgeführt wurden. Zu nennen sind hier in erster Linie Studien wie etwa diejenigen von Higbee/Millard (1983) oder von Haas (2008).

Bei diesem Verfahren werden befragten Personen vollständige Sprichworttexte vorgegeben,<sup>6</sup> verbunden mit der Aufgabe, die vermeintliche Bekanntheit dieser Sprichwörter auf einer vorgegebenen Skala anzukreuzen; so verwenden Higbee/Millard (1983) z. B. eine Skala von 1 bis 7, Haas (2008) arbeitet mit einer Skala von 1 bis 4. Solche Skalen lassen sich auf einfache Art und Weise in Prozentwerte umrechnen (vgl. Grzybek/Chlosta/Grotjahn i. Vorb.), sodass im Prinzip eine rechnerische Vergleichbarkeit mit anderen Verfahren der Bekanntheitserhebung gegeben wäre. Allerdings weisen die mit diesem Verfahren arbeitenden Studien ein nicht unerhebliches methodologisches Problem auf, das gerade die Validität einer solchen Vergleichbarkeit in Frage stellt: sie differenzieren nämlich nicht zwischen ‘Bekanntheit’ und ‘Vorkommenshäufigkeit’ bzw. sie vermischen beide Faktoren oder setzen sie implizit miteinander gleich. So lautete die Aufgabenstellung etwa bei Higbee/Millard (1983):

The purpose of this study is to rate a list of proverbs and sayings as to their familiarity. Any saying that you have heard many times should be given a *high familiarity* rating; any saying that you have never heard should be given a *low familiarity* rating [...]. The sayings that you have never heard should be rated 1; sayings that you have heard many times should be rated 7 [...].

Die Frage nach der ‘Bekanntheit’ (*familiarity*) wird bei dieser Form von Aufgabenstellung somit de facto mit der Einschätzung der Befragten gleichgesetzt, wie oft sie meinen, ein gegebenes Sprichwort in ihrer Alltagswelt gehört zu haben („heard many times“, „never heard“). Bei näherer Betrachtung geht es also nicht um die aus der Erhebung individueller und/oder kollektiver Sprichwortkenntnis abgeleitete Bekanntheit im oben definierten Sinne. Vielmehr wird die Untersuchung der ‘Bekanntheit’ eines Sprichworts durch die Frage nach der (subjektiv und introspektiv) eingeschätzten Vorkommenshäufigkeit zu lösen versucht. Bei diesem Vorgehen handelt es sich aber weder um eine echte Frequenzerhebung noch um die introspektive Einschätzung der eigenen Verwendungshäufigkeit oder -bereitschaft, sondern um die Einschät-

<sup>6</sup> Zu damit verbundenen methodologischen Problemen der Ganztext-Präsentation allgemein siehe unten.

zung der vermeintlichen Frequenz. Damit ist dieses Vorgehen eher mit demjenigen gleichzusetzen, bei welchem Personen danach gefragt werden, ob sie ein gegebenes Sprichwort (nicht nur kennen, sondern auch) verwenden (würden) – ein Vorgehen, welches u. a. Hattemer/Scheuch (1983) in ihren Befragungen zu deutschen Sprichwörtern umgesetzt haben. Doch auch hier gilt es den feinen Unterschied zu beachten: Während Skalierungsverfahren in der oben referierten Form auf eine kollektiv-bezogene Fremd-Einschätzung zielen, ist die Frage nach der Einschätzung der (jeweils eigenen) Verwendung individuell-introspektiv ausgerichtet. Und während die fremd-bezogene und kollektiv ausgerichtete Frage sich durchaus im Hinblick auf einen (vermeintlichen) Standard verstehen bzw. beantworten lässt, beschränkt sich die individuell-introspektive Fragestellung natürlich nur auf eine einzige (nämlich die jeweils eigene) Person, wobei es durchaus naheliegt, dass hier bislang eher mit JA-NEIN-Antworten denn mit Skalierungen gearbeitet wurde.

Dasselbe gilt im Grunde genommen auch für die Untersuchung von Haas (2008), in welcher die 4er-Skala zur Einschätzung von 'Bekanntheit' wie folgt definiert wurde:

- |                               |  |
|-------------------------------|--|
| 1) <i>Not at all familiar</i> | I have never heard this phrase in this form before.                                |
| 2) <i>Slightly familiar</i>   | I believe I have encountered this phrase in this form before, although not often.  |
| 3) <i>Moderately familiar</i> | I encounter this phrase occasionally. I'm sure I've heard it several times before. |
| 4) <i>Very familiar</i>       | I encounter this phrase frequently; I've heard it on numerous occasions.           |

Das Vorgehen der Autorin ist aus parömiologischer Sicht insofern erheblich bedenklicher, als sie mit dem Hinweis auf ein parömisches Minimum des Amerikanischen wesentlich weiter reichende Ansprüche verbindet als etwa Higbee/Millard (1983), denen es lediglich um die Erhebung einer begrenzten Menge bekannter Sprichwörter ging. Denn um diesen Ansprüchen zu genügen, weist die Studie von Haas über die generellen Probleme des Skalierungsverfahrens hinaus – zu viele weitere methodologische Schwächen auf. Das Spektrum dieser Mängel reicht von der Selektion des zugrunde gelegten Sprichwortmaterials<sup>7</sup> bis hin zur Behandlung sprachlicher Varianten und

<sup>7</sup> So begründet Haas (2008, S. 330) die Auswahl der von ihr untersuchten 315 Sprichwörter, „previous researchers [...] had identified them as being relatively familiar or common“. Neben den Daten von Higbee und Millard nennt sie u. a. die frequenz-orientierten Korpusanalysen von Lau (1996) oder die für Fremdsprachenlerner gedachte Zusammenstellung *101 American English Proverbs* von Collis (2009); von diesen 101 Sprichwörtern behauptet

Variationen,<sup>8</sup> deren Bedeutung gerade an anglo-amerikanischem Material wiederholt exemplarisch aufgezeigt worden ist (Chlosta/Grzybek 1995, 2004, 2005).

Es wäre freilich falsch, aufgrund der oben vorgenommenen Analysen und Bewertungen von Skalierungsuntersuchungen das Verfahren der Skalierung an sich in Frage zu stellen. Es geht lediglich um eine realistische Einschätzung der Leistungsfähigkeit und Reichweite dieses Verfahrens in der Form, wie es bislang angewendet worden ist. Es muss schlicht und einfach festgehalten werden, dass die Untersuchung von 'Bekanntheit' bei den genannten Skalierungsverfahren de facto eher auf der Einschätzung von Vorkommenshäufigkeit und Frequenz basierten und nicht aus der Erhebung individueller und/oder kollektiver Sprichwortkenntnis.

Natürlich lässt sich an dieser Stelle die berechtigte Frage stellen, ob Probanden überhaupt in der Lage sind, die hier angesprochenen Differenzierungen nachzuvollziehen, sei es aufgrund unklar formulierter Befragungen oder allgemein. Gleichermäßen ließe sich dann aber auch fragen, ob Parömiologen ausreichend Interesse (gezeigt) haben, dem Unterschied zwischen Verwendung/Frequenz einerseits und Kenntnis/Bekanntheit andererseits angemessene Rechnung zu tragen. Schließlich darf man von den Befragten keine Differenzierungen erwarten, die die Fragenden nicht zuvor in ausreichendem Maße reflektiert haben.

Im Hinblick auf unsere eingangs skizzierte Leitfrage nach methodologischen Grundlagen der Erhebung von Sprichwortkenntnis und -bekanntheit reduziert sich bei Zugrundelegung der oben dargelegten engeren Definition von 'Bekanntheit' als einer aus der 'Kenntnis' abgeleiteten Kategorie das Spektrum der bislang üblicherweise dazu eingesetzten Verfahren der Ganztext- und der Teiltex-Präsentation.

---

Collis (ebd., S. ix) zwar, diese seien „among those that are most familiar to and most frequently used by [sic!; PG] native speakers of English“. Eine empirische Grundlage dieser Annahme gibt es allerdings nicht.

<sup>8</sup> Abgesehen davon, dass sich derartige Varianten und Variationen, die eine erhebliche Frequenz erreichen können, prinzipiell mit dieser Art der Untersuchung von Bekanntheit nicht erhoben werden können, sollte man konkret im Hinblick auf die Untersuchung von Haas (2008) nicht übersehen, dass bei den ersten beiden Stufen der vierstufigen Skala (also 1 und 2), nicht aber in den beiden letzten (also 3 und 4) explizit von der konkret vorgegebenen sprachlichen Form die Rede ist („in this form“) – was den Befragten bei der Behandlung von gegebenenfalls „bekanntem“ Varianten und Variationen einen erheblichen inter-individuellen Spielraum lässt, der seinerseits womöglich weitere Folgen im Ergebnis nach sich zieht.

### 3.3 Ganztext – Teilttext: Empirische Befunde und methodologische Aspekte

Beide Verfahren – sowohl Ganztext- als auch Teilttext-Präsentation – sind in der Vergangenheit wiederholt und in ausreichendem Maße dargestellt worden, so dass dies hier nicht ein weiteres Mal detailliert geschehen muss. Dennoch scheinen eine Reihe methodologischer Kommentare durchaus angebracht.

Beim Verfahren der Ganztext-Präsentation werden vollständige Sprichworttexte vorgegeben, die von den befragten Personen jeweils als ihnen ‘bekannt’ bzw. ‘unbekannt’ eingestuft werden sollen. Das Verfahren der Teilttext-Präsentation sieht im Vergleich dazu die Darbietung nur jeweils eines Teils des Sprichwort-Textes – in der Regel dessen Anfang – vor, den es für die Befragten in der ihnen jeweils bekannten Form zu vervollständigen gilt. Beide Verfahren haben gegenüber dem spontanen Aufschreiben bzw. Nennen den Vorteil, dass befragte Personen auch solche Sprichwörter (wieder)erkennen bzw. durch den dargebotenen Anfang an sie erinnert werden, die ihnen spontan und ohne kontextuellen Trigger gerade nicht einfallen. Dennoch aber gilt es im Hinblick auf beide Verfahren eine Reihe von Details zu berücksichtigen. So ist z. B. in verschiedenen Studien, in denen die Ganztext-Präsentation angewendet wurde, das ursprüngliche Schema einer Entscheidung durch zusätzliche Antwort-Optionen wie „kommt mir irgendwie bekannt vor“, „ich bin nicht sicher“, oder auch „ich kenne das Sprichwort, aber in einer anderen Form“ o. Ä. erweitert worden. Mit Optionen wie den ersten beiden soll der Tatsache Rechnung getragen werden, dass Sprichwortkenntnis nicht unbedingt entlang einer eindeutig abfragbaren 0-1-Dimension verlaufen muss und ein binäres Antwort-Schema mit den Alternativen JA und NEIN seitens der Befragten zu falschen Entscheidungen führen kann. Diese zusätzlichen Optionen sind im Zusammenhang mit dem prinzipiellen Nachteil des Verfahrens der Ganztext-Präsentation zu sehen, der darin besteht, dass es auf Introspektion beruht. Die entsprechenden Ergebnisse können irreführend sein, wenn Versuchspersonen fälschlicherweise glauben, ein Sprichwort zu kennen, weil sie es z. B. vom Inhalt her für richtig oder plausibel halten. In diesem Fall haben wir es mit sog. ‘Fehlidentifikationen’ zu tun. Um die Gefahr solcher Fehlidentifikationen zu reduzieren, wurde in verschiedenen Studien, die das Verfahren der Ganztext-Präsentation angewendet haben (so z. B. Grzybek 1991), den befragten Personen bewusst nicht die Aufgabe gestellt, die ihnen jeweils **bekannt**en Sprichwörter zu markieren, sondern die ihnen jeweils **unbekannt**en. Die bei der Auswertung der Ergebnisse vorgenommene „Umrechnung“ der nicht als ‘unbekannt’ markierten Sprichwörter in ‘bekannte’ bzw. ‘potenziell bekannte’



Sprichwörter ist insgesamt vom Prinzip und von der Zielstellung her als ein weniger restriktives Vorgehen anzusehen, insofern möglicherweise bekannte Sprichwörter nicht fälschlicherweise (bzw. vorzeitig) als unbekannt ausgeschlossen werden; wenn man so will, lässt sich dies in Analogie zur Sprache der Statistik als Reduktion des Fehlers 2. Art ( $\beta$ -Fehlers) ansehen.

Ein weiteres Manko binärer Aufgabenstellung ist, dass Personen ein Sprichwort in einer mehr oder weniger von der vermuteten Standardvariante divergierenden verbalen Form, d. h. einer bestimmten Variation oder Variante, kennen. Die Erfahrungen der letzten zwei Jahrzehnte haben nämlich gezeigt, dass diese Form der Kenntnis der Realität viel mehr entspricht als bis dato angenommen. Dieser Umstand führt nun aber zu möglichen Unsicherheiten im Antwortverhalten von Befragten, wenn diese bei einer binären JA-NEIN-Entscheidung unsicher sind, ob sie in diesem Fall ein Sprichwort als 'bekannt' oder 'unbekannt' einstufen sollen. Zudem bedingt er auch möglicherweise individuell divergierende Maßstäbe, die Befragte bei ihren Einstufungen hinsichtlich der Bekanntheitsnähe zur jeweils vorgegebenen Form anlegen.

Nicht zuletzt vor dem Hintergrund dieser Probleme hat sich in der Empirischen Parömiologie in den letzten Jahren zunehmend das Verfahren der Teiltex-Präsentation als sinnvoll erwiesen, das im Wesentlichen auf den russischen Parömiologen Grigorij L. Permjakov zurückgeht. Dieser führte ab den 70er Jahren Untersuchungen zu einem „parömischen Minimum“<sup>9</sup> des Russischen durch (vgl. Permjakov 1971, 1973a, 1973b, 1975a, 1975b, 1982). Unter einem parömischen Minimum verstand er die Gesamtheit jener Sprichwörter und Parömien, die (zumindest fast) allen SprecherInnen einer gegebenen Sprache bzw. den Angehörigen einer gegebenen Kultur – im gegebenen Fall der russischen Sprache bzw. Kultur – bekannt sind.<sup>10</sup> Permjakovs diesbezügliche Forschungen beinhalteten zwar einen nicht unbedeutenden Verwertungsaspekt, insbesondere für den Fremdsprachenunterricht, grundsätzlich aber entstanden sie vor dem Hintergrund seiner *Allgemeinen Theorie des Klischees*

<sup>9</sup> Streng genommen sprach Permjakov selbst dabei nicht von einem parömischen, sondern von einem parömiologischen Minimum („паремиологический минимум“).

<sup>10</sup> Im Anschluss an eine erste Darstellung von Begriff und Konzept des parömischen Minimums in einer westlichen Sprache Mitte der 1980er Jahre (Grzybek 1984) folgten zunächst methodologische Übertragungen in Form von Pilotstudien zum Deutschen (Grzybek 1991) und Kroatischen (Grzybek/Škara/Heyken 1993). Darauf aufbauende Untersuchungen zu einer Reihe weiterer Sprachen sind zum Teil sorgloser mit den Ansprüchen an die Erhebung eines parömischen Minimums umgegangen, als dies in der methodologischen Grundsatz-Darstellung von Grzybek/Baur/Chlosta (1996) dargelegt und gefordert wurde, sodass in der Folge mitunter recht (vor-)schnell von der erfolgreichen Erhebung solcher Minima für verschiedene Sprachen berichtet wurde – Details können hier ausgeblendet bleiben.

(Permjakov 1970): Ausgehend von einer Analogie mit dem Wort und unter Annahme der Existenz einer eigenen parömischen Ebene der Sprache ging es Permjakov einerseits um die Untersuchung von Gemeinsamkeiten und Isomorphierelationen der verschiedenen sprachlichen Klischees, andererseits um die Erarbeitung von Kriterien zu deren gegenseitiger Abgrenzung.<sup>11</sup>

Sprichwörter sah er dabei als vollständig klischierte sprachliche Einheiten an, die man als Angehöriger einer bestimmten Kultur bzw. als Sprecher einer gegebenen Sprache entweder als Ganzes kennt oder aber gar nicht. Diese theoretisch begründete Annahme hatte Permjakov in seinen empirischen Untersuchungen zur Erhebung der „allgemein bekannten“ Sprichwörter des Russischen praktisch umgesetzt und genutzt, indem er Versuchspersonen jeweils nur den Anfang eines Sprichworts präsentierte und die befragten Personen mit der Aufgabe konfrontierte, die dargebotenen Sprichwortanfänge zu vervollständigen. Seither ist das von Permjakov initiierte und in weiterer Folge als ‘Teiltext-Präsentation’ bezeichnete Verfahren zur Erhebung der Bekanntheit von Sprichwörtern fester Bestandteil parömiologischer Forschungen geworden.<sup>12</sup>

Allerdings hat seit Ende der 1980er Jahre im Vergleich zu den Ausgangsannahmen Permjakovs ein nicht unwesentlicher Perspektiven- und damit auch Paradigmenwechsel stattgefunden. Dieser ist insbesondere darin zu sehen, dass die in der ursprünglichen Konzeption Permjakovs enthaltene Normativität<sup>13</sup> stark relativiert und überwunden wurde. Diese Normativität umfasste im Wesentlichen zwei Faktoren, einen soziologischen und einen linguistischen:

- 1) Zum einen bezog sich die Normativität auf die Annahme einer kulturell homogenen Sprichwortkenntnis ohne Berücksichtigung des Einflusses spezifischer (soziologischer, geschlechtsspezifischer, regionaler, altersabhängiger, bildungsbedingter usw.) Faktoren bzw. damit einhergehender spezifischer Teilmengen der Sprichwortkenntnis. Diese Annahme wurde grundlegend durch die detaillierten und fundierten Re-Analysen von Krikmann (1986) in Frage gestellt, in denen die Relevanz von Faktoren wie

<sup>11</sup> Zu einer Einordnung von Permjakovs Theorie des Klischees in die Linguistik siehe Eismann (1984)

<sup>12</sup> Auf eine Darstellung sowohl der empirischen Arbeiten Permjakovs als auch der sich daran anschließenden Arbeiten in den verschiedensten Sprachen kann an dieser Stelle verzichtet werden – siehe dazu die detaillierte Aufarbeitung in Grzybek/Chlosta/Grotjahn (i. Vorb.).

<sup>13</sup> Nicht angebracht und unzutreffend ist in diesem Zusammenhang allerdings die von Haas (2008) aus der amerikanischen Diskussion um eine „cultural literacy“ abgeleitete Annahme, Permjakovs Interesse an einem parömischen Minimum sei insgesamt mit dem normativen Anspruch der Erhebung derjenigen Sprichwörter verbunden gewesen, die „man“ kennen müsse. Dieses Interesse war für Permjakov lediglich eine Folge für Fremdsprachenlerner, hervorgehend aus der Annahme einer parömischen Ebene der Sprache (s. o.).

Alter, Geschlecht, Bildung, regionale Herkunft u. a. nachgewiesen wurde. Auch die Pilotstudie zur Kenntnis deutscher Sprichwörter (Grzybek 1991) erbrachte ähnliche Resultate und wies die Richtung auf, faktorenspezifische Auswertungen einzuleiten, die in den folgenden Jahren unter Aufzeigen methodologischer Probleme ausgeweitet und verfeinert wurden (vgl. Grotjahn/Grzybek 2000).

- 2) Zum anderen bestand der Normativitätsanspruch der (nicht nur damaligen) Parömiologie in der überaus verbreiteten Annahme einer sprachlich klisierten Standardvariante von Sprichwörtern, die – aufgrund von subjektiven Setzungen oder lexikografischen bzw. parömiografischen Kodifizierungen – auch als apriorisch definierte Norm im Rahmen der empirischen Untersuchungen und Auswertungen als Maß der Dinge diente. Im Rahmen von Permjakovs Teilttext-Präsentation stellte diese gewissermaßen die verbindliche Basis für die Zuordnung mehr oder weniger variabler Vervollständigungen dar, wobei die verschiedenen Vervollständigungen nicht in ihrer jeweiligen Variabilität erfasst, sondern der zuvor definierten Ausgangsvariante entweder als ‘bekannt’ oder als ‘unbekannt’ zugeordnet wurden.

Natürlich sind beide normativen Komponenten im Endeffekt nicht voneinander zu trennen, sondern müssen letztendlich als einander ergänzend angesehen werden. – Darauf im Detail einzugehen, würde jedoch über den hier gesteckten Rahmen hinausweisen. Ungeachtet dessen lässt sich im Hinblick auf das Verfahren der Teilttext-Präsentation festhalten, dass durch die reduzierende Binarität nicht nur der insgesamt hohe Variabilitätsgrad der individuellen Sprichwortkenntnis weitgehend unberücksichtigt blieb, sondern auch und gerade die Tatsache, dass alle Vervollständigungsvarianten ihre jeweils eigenen Häufigkeiten aufweisen. Diese sind aber u. U. höher als diejenigen der angenommenen Standardvarianten – weshalb ein wesentliches Potenzial des Verfahrens der Teilttext-Präsentation in einem essenziellen Punkt vollkommen ungenutzt blieb.

Im Hinblick auf die Nutzung dieses Potenzials sowie den Nachweis und die Dokumentation der enormen sprachlichen Variabilität ist die Einführung des Konzepts der ‘Nullvariante’ in die empirische Parömiologie (vgl. Chlosta/Grzybek/Roos 1994; Chlosta/Grzybek 2005) ohne Frage von weitreichender Bedeutung gewesen. Diese ist Bestandteil eines Auswertungs- und Klassifikationssystems, mit dem alle bei einer Teilttext-Präsentation vorgenommenen Vervollständigungen akribisch genau in ihren jeweiligen sprachlichen Formen dokumentiert werden und dann insgesamt die Basis für weiterführende Analy-

sen (linguistischer und/oder soziologischer Ausrichtung) darstellen (zu weiteren Details siehe unten Kap. 3.3.3). Eine solche Nullvariante erfordert die tentative Setzung einer (mehr oder weniger) beliebigen Variante eines Sprichworts, also u. U. auch seiner parömiografisch kodifizierten Variante, ohne dass damit allerdings a priori normative Implikationen über Häufigkeiten der Varianten verbunden werden. Das heißt, dass sich jede Variante, die im Erhebungsergebnis häufiger als die Nullvariante war, **a posteriori** als Standardvariante erweisen kann.

Vor diesem Hintergrund änderte sich somit auch das Konzept der Empirischen Parömiologie schlechthin. Es wurde nicht mehr einfach nur nach dem parömiischen Minimum einer gegebenen Sprache gefragt, sondern differenziert nach unterschiedlichen Faktoren:

*Wer in einer gegebenen Kultur kennt welche Sprichwörter*

- in *welcher* (sprachlichen) Form,
- *wovon* hängt diese Kenntnis ab,
- und *welche kollektiven Schnittmengen* gibt es dabei?

Eine detailliertere Behandlung dieser allgemeinen Fragen muss im gegebenen Kontext nicht vorgenommen werden. Stattdessen konzentrieren wir uns zum einen auf einen direkten Vergleich beider Verfahren bezüglich ihrer Leistungsfähigkeit unter ausgewählten Aspekten, zum anderen auf empirische Befunde zu möglichen Einwänden, die dem Verfahren der Teilttext-Präsentation gegenüber vorgebracht werden könnten. Der folgende Vergleich beider Verfahren kann sich nicht spezifisch auf einzelne Sprichwörter ausrichten – wobei in bestimmten Fällen durchaus jeweils das eine oder andere Verfahren in unterschiedlichem Maße von Vorteil sein kann –, sondern ist in einer ersten Annäherung zunächst einmal „global“ auf die durchschnittliche Leistungsfähigkeit im Hinblick auf die Erfassung der Kenntnis bzw. Bekanntheit von Sprichwörtern zu beziehen.

### 3.3.1 Ganztext – Teilttext im Vergleich

Das Verfahren der Teilttext-Präsentation hat im Vergleich zur Ganztext-Präsentation bekanntermaßen den Vorteil, auch Varianten und Variationen zu erheben. Ein globaler Vergleich von Resultaten beider Verfahren könnte im Detail zu den folgenden Optionen führen:

- a) Das Ergebnis der Ganztext-Präsentation könnte im Durchschnitt insgesamt signifikant höher sein als dasjenige der Teilttext-Präsentation (d. h.

GTP > TTP). Sollte es zu diesem Resultat kommen, könnte dies als ein Indiz dafür gewertet werden, dass das Verfahren der GTP insgesamt zuverlässiger Sprichwortkenntnis und -bekanntheit misst. Als Gründe dafür ließe sich u. a. anführen, dass das Verfahren der TTP mit der Aufgabe, ein Sprichwort zu vervollständigen, eben schwieriger ist als es nur zu „identifizieren“ und den Befragten insofern mehr abverlangt; auch könnte es sein, dass die auf Permjakov zurück gehende theoretische Annahme der vollständigen Klischertheit von Sprichwörtern (s. o.) nicht zutrifft u. a. m.

- b) Das Ergebnis der Ganztext-Präsentation könnte im Durchschnitt insgesamt signifikant niedriger sein als das der Teiltex-Präsentation (d. h. GTP < TTP). Sollte es zu diesem Ergebnis kommen, wäre dies gegebenenfalls ein Hinweis darauf, dass es beim Verfahren der GTP zu sog. „Fehl-Identifikationen“ kommt, bedingt dadurch, dass Befragte aus welchen Gründen auch immer irrtümlicherweise meinen, ein Sprichwort zu kennen, ohne es tatsächlich zu kennen und deshalb als bekannt angeben, oder dass sie z. B. ein Sprichwort fälschlicherweise als ‘bekannt’ (bzw. ‘nicht unbekannt’) markieren, weil (obwohl) sie ein gegebenes Sprichwort z. B. einfach für „richtig“ oder plausibel halten u. a. m.
- c) Die Ergebnisse beider Präsentationsverfahren unterscheiden sich im Durchschnitt insgesamt nicht signifikant voneinander (d. h. GTP  $\approx$  TTP), was sich im Sinne einer prinzipiell vergleichbaren Leistungsfähigkeit beider Verfahren verstehen ließe.

Es liegt auf der Hand, dass insbesondere die zweite und dritte Option – also TTP > GTP und GTP  $\approx$  TTP –, die im Hinblick auf die empirische Bestimmung der Sprichwortkenntnis bzw. -bekanntheit eine prinzipielle (globale) Gleichwertigkeit oder gar Überlegenheit des Verfahrens der TTP aufweisen, insofern besonders bedeutsam wären, als die TTP zusätzlich die Vorteile der Variantenerfassung bereitstellen würde, die im Falle der GTP so nicht gegeben sind.

In allen drei Fällen ist allerdings (abgesehen von Gleichwertigkeiten) ungeachtet der „globalen“ Verhältnisse das Vorliegen „lokaler Unterschiede“ nicht ausgeschlossen, die ihrerseits wiederum Abweichungen in beide Richtungen enthalten können (d. h. GTP > TTP bzw. GTP < TTP):

- a) Es kann zu spezifischen individuellen Unterschieden bei einzelnen Personen bzw. bei bestimmten Gruppen von Befragten (z. B. in Abhängigkeit von Geschlecht, Alter o. a.) kommen.

- b) Es kann zu spezifischen Unterschieden bei einzelnen Sprichwörtern (gegebenenfalls in Abhängigkeit von besonderen sprachlichen Merkmalen wie z. B. Reim, Rhythmus, syntaktische Struktur, Länge o. a.) kommen.

Alle diese Optionen bzw. deren mögliche Auswirkungen schließen einander nicht aus, sondern können sich gegebenenfalls überlagern. Allerdings fehlen derartige Vergleiche zwischen den Verfahren bislang nahezu vollständig. Eine Ausnahme stellt ein erster Versuch von Grzybek (2009) dar, das mögliche Vorliegen einer systematischen Beziehung zwischen Ganz- und Teiltext-Präsentation zu prüfen. Als Materialgrundlage dieses Vergleichs dienten einerseits Sprichwörter, die von Hattemer/Scheuch (1983) insgesamt 404 Personen mit der Frage präsentiert wurden, ob sie diese Sprichwörter kennen oder nicht, andererseits Sprichwörter aus der Sammlung von Frey et al. (1988), die Bestandteil der Teiltext-Studie von Grzybek (1991) mit insgesamt 125 Versuchspersonen waren. Im Ergebnis konnte Grzybek (2009, S. 226) eine hoch signifikante Korrelation (und damit einen linearen Zusammenhang) zwischen den Ergebnissen beider Präsentationsformen aufzeigen ( $r = 0,96, p < 0,001$ ). Allerdings waren es insgesamt nicht mehr als zehn Sprichwörter, die in beiden Untersuchungen vorkamen,<sup>14</sup> so dass das Ergebnis nur mit der gebotenen Zurückhaltung und mit dem Hinweis auf entsprechende Vorsicht bei der Verallgemeinerung dargeboten wurde.

Aus diesem Grund soll dieselbe Fragestellung hier auf einer wesentlich breiteren Materialbasis nochmals neu aufgegriffen werden. Grundlage des Vergleichs soll dieses Mal einerseits die Simrock-Studie von Chlosta/Grzybek/Roos (1994) sein, in welcher 20 Versuchspersonen die ca. 13 000 Sprichwörter aus der Sammlung *Deutsche Sprichwörter* von Simrock in Form einer Ganztext-Präsentation dargeboten wurden, andererseits die Frey-Studie von Grzybek (1991), in der die enthaltenen 275 Sprichwörter in Form einer Teiltext-Präsentation insgesamt 125 Versuchspersonen vorgelegt wurden.

Die Schnittmenge derjenigen Sprichwörter, die in beiden Sammlungen und damit in beiden Studien vorkommt, beläuft sich auf insgesamt 134 Sprichwörter, so dass die Materialbasis als durchaus solide angesehen werden kann. Da die Simrock-Studie auf der Befragung von 20 Personen beruht, ergeben sich bei der Auswertung der relativen (d. h. in Prozente umgerechneten) Bekanntheit ( $FAM_{GTP}$ ) 5er-Intervalle; berechnet man für jedes dieser Intervalle die durchschnittliche Bekanntheit ( $FAM_{TTP}$ ) der entsprechenden Sprichwörter aus der TTP – wobei Intervalle, in denen weniger als fünf Vorkommnisse zu ver-

<sup>14</sup> Die Studie von Hattemer/Scheuch (1983) umfasste überhaupt nur 20 Sprichwörter im Vergleich zu 275 Sprichwörtern der Studie von Grzybek (1991).

zeichnen sind, zusammengefasst (gepoolt) werden – ergeben sich die in Tabelle 4 dargestellten Werte (die Werte für relative Bekanntheit der GTP sind in den drei gepoolten Klassen entsprechend gewichtet).

GTP	TTP
100	95,77
95	80,09
90	81,17
85	69,88
80	60,00
75	57,20
70	45,12
61	48,96
50	27,52
28	9,44

Tab. 4: Vergleich der relativen Bekanntheit (GTP vs. TTP) von 134 Sprichwörtern

Auch hier ist die Korrelation zwischen den GTP- und den TTP-Ergebnissen hoch signifikant ( $r = 0,98$ ,  $p < 0,001$ ); der Zusammenhang lässt sich mathematisch im gegebenen Fall mit der einfachen linearen Funktion  $FAM_{TTP} = 1,16 \cdot FAM_{GTP} - 27,31$  beschreiben. Der gegebene Zusammenhang ist grafisch in Abbildung 1 veranschaulicht.

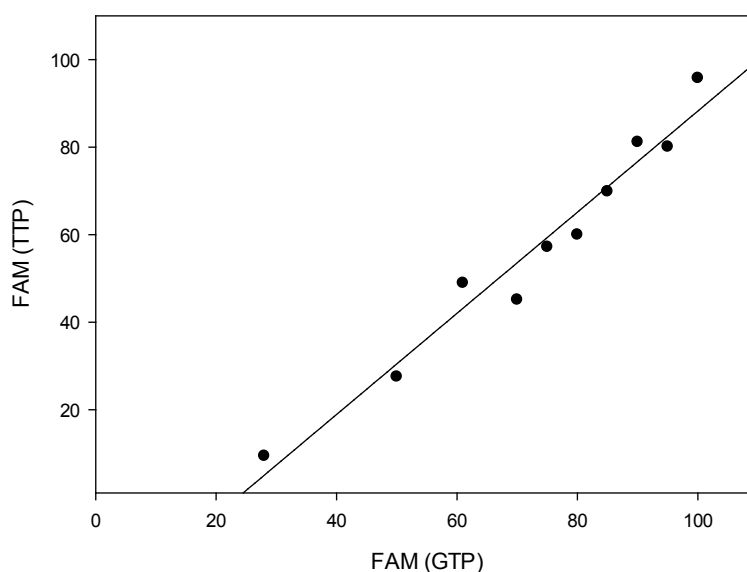


Abb. 1: Sprichwortkenntnis – Vergleich der Bekanntheit von 134 Sprichwörtern nach GTP- und TTP-Erhebung

Es scheint somit ein systematischer (linearer) Zusammenhang zwischen den Ergebnissen beider Präsentationsverfahren zu existieren, der jedoch mit insgesamt niedrigeren Werten für das Verfahren der TTP einherzugehen scheint. Dies würde auch eine statistische Analyse der durchschnittlichen Sprichwortkenntnis unter beiden Bedingungen bestätigen. So beträgt die in Prozentpunkte umgerechnete durchschnittliche Bekanntheit für die 134 genannten Sprichwörter unter der Bedingung der GTP bei  $x = 86,31$  und einer Standardabweichung von  $s = 17,11$ ; im Vergleich dazu ist die durchschnittliche Bekanntheit unter der Bedingung der TTP bei  $x = 74,32$  ( $s = 27,27$ ). Ein statistischer Test auf Vergleich der Mittelwerte weist den Unterschied in der Tat als hoch signifikant aus ( $p < 0,001$ ).

Allerdings stellen sich bei näherer Betrachtung die Verhältnisse zum Teil anders dar. Der Grund dafür ist vor allem darin zu sehen, dass sich das durchschnittliche Alter der beiden Befragten in den beiden Untersuchungen signifikant voneinander unterscheidet: Während die Befragten der GTP-Studie ( $N = 20$ ) einen Altersdurchschnitt von  $x = 60,70$  ( $s = 15,00$ ) aufweisen, ist dieser bei den  $N = 125$  Personen der TTP-Studie deutlich niedriger und beträgt  $x = 40,91$  ( $s = 18,45$ ) – und dieser Unterschied ist hoch signifikant ( $p < 0,001$ ). Da 'ALTER' jedoch bekanntlich ein maßgeblicher, die Sprichwortkenntnis beeinflussender Faktor ist (vgl. Grzybek 1991, Grotjahn/Grzybek 2000), sollte ein solider Vergleich der beiden Präsentationsverfahren auf der Basis zumindest annähernd gleich alter Gruppen durchgeführt werden. Zu diesem Zweck lässt sich auf die im Rahmen der Frey-Studie durchgeführte Teilung der Gesamtgruppe in drei Tertile zurückgreifen; Tabelle 5 präsentiert die durchschnittliche Sprichwortkenntnis für die drei nach dem Alter aufgeteilten Tertile.

	< 28	28-50	> 50
$x$	63,02	73,75	86,22
$s$	33,62	30,03	22,58

Tab. 5: Durchschnittliche Sprichwortkenntnis in drei Altersgruppen

Wie zu sehen ist, weist die dritte Gruppe der Befragten über 50 Jahre ( $N = 41$ ) einen Altersdurchschnitt von  $\bar{x} = 63,88$  ( $s = 8,88$ ) auf, der zwar geringfügig höher als der der Simrock-GTP-Studie ist. Doch ist dieser Unterschied, wie ein nicht-parametrischer Mann-Whitney- $U$ -Test zeigt, nicht signifikant ( $z = -0,46$ ,  $p = 0,64$ ). Die durchschnittliche Sprichwortkenntnis dieser Teil-



gruppe erweist sich in der Tat mit  $x = 86,22$  ( $s = 22,58$ ) als praktisch identisch mit derjenigen der oben bereits dargestellten der GTP-Studie ( $x = 86,31$ ).<sup>15</sup>

Führt man nun analog zu der oben an der Gesamtgruppe durchgeführten Regressionsanalyse (vgl. Abb. 1) eine eben solche unter Beschränkung auf die Gruppe der über 50-Jährigen durch, so stellt sich zunächst heraus, dass GTP- und TTP-Ergebnisse auch unter dieser Bedingung hoch signifikant miteinander korrelieren ( $r = 0,97, p < 0,001$ ).<sup>16</sup> Vor allem aber – und das ist von besonderer Bedeutung – lässt sich die entsprechende Regressionsgleichung unter dieser Bedingung auf die einfache, nur einen Verschiebungsparameter ( $b$ ) aufweisende lineare Funktion  $y = b + x$ , in unserem Fall also  $TTP = b + GTP$ , reduzieren. Mit dem Parameterwert von  $a = 0,26$  lautet die Regressionsgleichung konkret  $TTP = 0,26 + GTP$ , das heißt, es findet nur eine minimale Verschiebung zwischen den auf der GTP und der TTP basierenden Methoden statt. Darüber hinaus lässt sich auch noch zeigen, dass die Abweichung des Parameters  $b$  von 0, wie ein entsprechender Test zeigt, nicht signifikant ist ( $t = 0,17, p = 0,87$ ).<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup> Ein aufgrund der in beiden Fällen fehlenden Normalverteilung durchgeführter nicht-parametrischer Mann-Whitney-U-Test weist diesen Unterschied als statistisch signifikant aus ( $z = -2,10, p < 0,05$ ). Mit den Teilgruppen durchgeführte post-hoc-Mittelwertvergleiche ordnen allerdings die Sprichwortkenntnis der GTP und die der älteren Personen (> 50 Jahre) der TTP in ein und dieselbe Gruppe ein.

<sup>16</sup> Auch hier wurden bei der Auswertung Intervalle mit weniger als fünf Vorkommnissen gepoolt (s. o.).

<sup>17</sup> Die erweiterten linearen Regressionsgleichungen  $y = a \cdot x$  bzw.  $y = b + a \cdot x$  weisen mit den Parameterwerten  $a = 1,01$  bzw.  $a = 1,05$  und  $b = -4,24$  ein identisches Anpassungsergebnis ( $r = 0,97$ ) auf und stellen sich insofern nicht als besser dar.

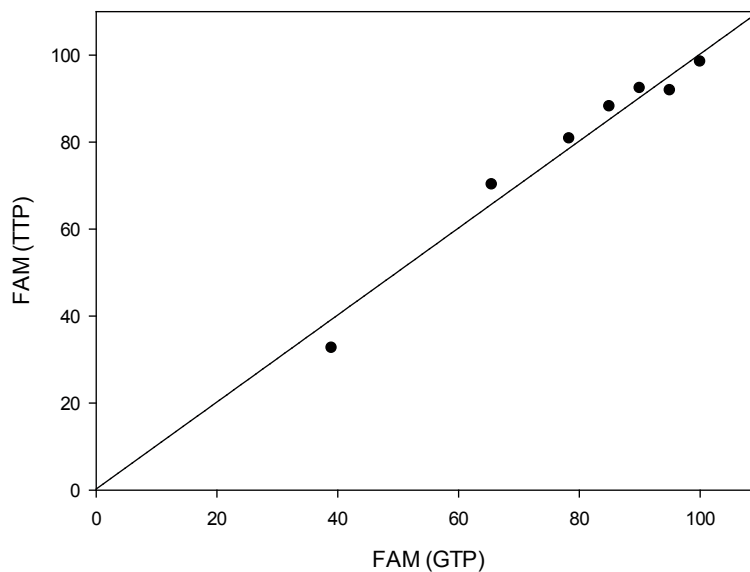


Abb. 2: Sprichwortkenntnis – Vergleich der Bekanntheit von 134 Sprichwörtern nach verschiedenen Methoden (GTP vs. TTP) in vergleichbaren Alterssegmenten

Damit kann – und das ist eine vielleicht ebenso unerwartete wie wichtige Einsicht – nicht nur ein systematischer Zusammenhang zwischen den beiden Erhebungsverfahren (GTP und TTP) von Sprichwortkenntnis als gegeben angesehen werden; beide Verfahren zeitigen offenbar vergleichbare und rechnerisch ineinander überführbare Ergebnisse, solange die *ceteris-paribus*-Bedingung (im gegebenen Fall die Vergleichbarkeit der befragten Personen zumindest im Hinblick auf das Alter der Befragten) gegeben ist.

Mit den obigen Ergebnissen dürfte der möglicherweise gegen das Verfahren der TTP vorzubringende Einwand weitestgehend entkräftet sein, dass die Aufgabe der Vervollständigung die befragten Personen grundsätzlich überfordern und es aufgrund dessen zu unzuverlässigen Ergebnissen führen könnte. Allerdings fehlen entsprechende Detailuntersuchungen bislang. Sie stellen ein ebenso dringliches Desiderat dar. Ein anderer Einwand gegen das TTP-Verfahren könnte sein, dass TTP nur deshalb auf vergleichsweise hohe Bekanntheitsraten komme, weil die befragten Personen die dargebotenen Sprichwortanfänge nicht wirklich vervollständigen, sondern eher erraten würden oder dass sie im Verlaufe des Vervollständigens – zumindest bei der Bearbeitung einer größeren Menge von Sprichwörtern – in ihrer Aufmerksamkeit nachlassen und insofern während des Prozesses „ermüden“. Alle diese möglichen Vorwürfe lassen sich wie im Folgenden zu zeigen sein wird – entkräften.

### 3.3.2 Werden die Befragten müde?

Der eben erwähnte Einwand, das Vervollständigen der dargebotenen Teiltexthe könnte den Befragten zu viel Mühe abverlangen, bedingt die weitere Vermutung, dass es im Verlaufe der Vervollständigung zu Motivationseinbußen und/oder Ermüdungserscheinungen kommt. Dieser Einwand ist insbesondere in Hinsicht auf die (üblicherweise) schriftliche Bearbeitungsform der Aufgabenstellung zu bedenken; und das in besonderem Maße im Hinblick auf ältere Personen.

Um diesen Einwand auf seine Berechtigung und Haltbarkeit zu prüfen, bietet sich ein relativ einfaches Verfahren an, und zwar unter Rückgriff auf die Ergebnisse der Frey-Studie (Grzybek 1991) mit 275 Sprichwörtern und 125 befragten Personen. Zur Überprüfung bedarf es lediglich einer Aufteilung der Gesamtmenge der 275 Sprichwörter in zwei gleich große Teilmengen, einer getrennten Berechnung der durchschnittlichen Kenntnis – nicht der Bekanntheit! – in jeder der beiden Teilmengen bzw. Blöcke, sowie eines anschließenden Vergleichs der Ergebnisse für beide Teilmengen. Sollte es nämlich in der Tat im Verlaufe der Bearbeitung zu Motivationseinbußen oder verringerter Aufmerksamkeit kommen, müsste eine signifikant niedrigere Sprichwortkenntnis im zweiten Teil des Fragebogens die logische Konsequenz sein.<sup>18</sup>

In unserem Fall ergeben sich zwei Teilmengen, die auf den Sprichwörtern 1-137 bzw. 138-275 basieren. Mit einer getrennten Analyse der durchschnittlichen Kenntnis beider Teilmengen kann nun überprüft werden, ob ein Nachlassen der Aufmerksamkeit oder der Ernsthaftigkeit beim Ausfüllen der Fragebögen nach der Hälfte und damit gegen Ende der Aufgabenbewältigung zu beobachten ist. Die Berechnungen lassen sich so durchführen, dass zunächst für jede befragte Person – unter Berücksichtigung von allenfalls fehlenden Werten ('missing values') – die individuelle (relative bzw. prozentuale) Sprichwortkenntnis berechnet wird, und zwar getrennt für jede der beiden Teilmengen mit den daraus resultierenden relativen Prozentpunkten.

---

<sup>18</sup> Die entsprechende Untersuchung der Frage, ob es im Laufe der Bearbeitung in der Tat zu Ermüdungserscheinungen kommt, setzt im Grunde genommen voraus, dass die Befragten Personen die Sprichwortlisten in einem Zug bzw. in einer ununterbrochenen Sitzung beantworten, was sich nur bei Bearbeitung unter Aufsicht kontrollieren ließe. Motivierungseinbußen hingegen könnten durchaus auch bei der Aufteilung der Bearbeitung in (individuell) verschiedene Zeitblöcke auftreten. All dies hängt nicht nur von individuellen Faktoren, sondern u. U. auch vom Umfang der Sprichwortlisten ab. Insofern können die im Folgenden dargestellten Analysen keine letztendlich gültigen Auskünfte geben, wohl aber einen Hinweis auf die Berechtigung der genannten Einwände geben.

Im Ergebnis stellt sich heraus, dass sich die Mittelwerte für die beiden Teilmengen mit  $\bar{x}_1=70,24$  ( $s = 13,45$ ) und  $\bar{x}_2 = 70,02$  ( $s = 11,75$ ) praktisch nicht voneinander unterscheiden; der aufgrund der fehlenden Normalverteilung durchgeführte nicht-parametrische Wilcoxon-Test für zwei verbundene Stichproben bestätigt das und weist diesen Unterschied als nicht signifikant aus ( $z = -0,75$ ;  $p = 0,46$ ). Damit kann im Hinblick auf die Gesamtmenge der befragten Personen die Annahme einer reduzierten Motivation oder verminderter Aufmerksamkeit gegen Ende des Ausfüllens der Fragebögen zurückgewiesen werden.

Wie oben allerdings bereits gesagt wurde, haben sich mögliche Bedenken und Einwände gegen das Verfahren der TTP insbesondere auf die Gruppe der Älteren bezogen. Daher bietet es sich an, nicht nur die Gesamtgruppe der 125 Befragten, sondern auch die drei unterschiedenen Altersgruppen in Hinsicht auf Unterschiede im ersten und zweiten Teil getrennt zu analysieren. Das Ergebnis zeigt, dass sich die Richtung der Unterschiede zwischen durchschnittlicher Sprichwortkenntnis im ersten und im zweiten Teil in der Gruppe der Jüngeren und der Gruppe der 39-50-Jährigen genau anders verhält als erwartet, insofern sie bei den beiden relativ jüngeren Gruppen im zweiten Teil sogar geringfügig höher ist als im ersten; allerdings ist der Unterschied in beiden Fällen nicht signifikant ( $z = -1,13$ ;  $p = 0,26$  bzw.  $z = -1,50$ ;  $p = 0,13$ ). Lediglich in der Gruppe der Älteren ( $> 50$  Jahre) ist die durchschnittliche Sprichwortkenntnis im zweiten Teil niedriger als im ersten, und dieser Unterschied erweist sich auch als signifikant ( $z = -4,46$ ;  $p < 0,001$ ). Allerdings ist der Unterschied in dieser Altersgruppe, in der die durchschnittliche Sprichwortkenntnis ohnehin sehr hoch ( $> 80\%$ ) und von den drei unterschiedenen Gruppen am höchsten ist, vom Umfang her relativ gering und beträgt im Durchschnitt nicht mehr als ca. 2,5 Prozentpunkte.

Die Ergebnisse für die Gesamtgruppe auf der Basis der Befragung aller 125 Personen sowie für die drei unterschiedenen Altersgruppen sind in Tabelle 6 zusammenfassend repräsentiert.

	$N$	$\bar{x}_1$	$s_1$	$\bar{x}_2$	$s_2$	$z$	$p$
1	41	58,77	9,81	59,53	8,95	-1,13	0,26
2	43	68,28	8,75	69,46	7,88	-1,50	0,13
3	41	83,76	7,59	81,09	6,64	-4,46	$< 0,001$
<b>gesamt</b>	<b>125</b>	<b>70,24</b>	<b>13,45</b>	<b>70,02</b>	<b>11,75</b>	<b>-0,75</b>	<b>0,46</b>

Tab. 6: Durchschnittliche Sprichwortkenntnis in drei Altersgruppen und zwei Untersuchungsblöcken

Obwohl es in der Tat in der Gruppe der Älteren zu einem geringfügigen Unterschied kommen kann, sollte der generelle Einwand gegen das Verfahren der TTP wegen eines möglichen Aufmerksamkeits- oder Motivationsverlusts nicht überbewertet werden – und zwar aus dreierlei Gründen:

Untersucht man den Unterschied zwischen dem ersten und dem zweiten Teil nicht durchschnittlich auf die Gesamtgruppe, sondern auf die individuellen Personen bezogen, so stellt sich heraus, dass von den 125 befragten Personen in 68 Fällen (54,40%) die durchschnittliche Sprichwortkenntnis im ersten Teil größer ist als im zweiten ( $FAM_{T1} > FAM_{T2}$ ), in den anderen 57 Fällen (45,60%) trifft der umgekehrte Fall zu ( $FAM_{T1} < FAM_{T2}$ ). Vernachlässigt man des Weiteren die Richtung des Unterschieds und fragt nach dem Ausmaß des jeweiligen Unterschieds in der Kenntnis beider Teilmengen – als nach der jeweiligen Differenz in absoluten Werten, so stellt sich heraus, dass die individuelle Differenz zwischen Teil 1 und Teil 2 im Durchschnitt bei einem Wert von  $\bar{x} = 3,61$  ( $s = 3,09$ ) liegt. Dieser Wert sagt an und für sich nichts aus, ist jedoch im Hinblick auf die folgende Überlegung von Interesse: Zieht man nämlich des Weiteren zusätzlich das Vorzeichen der jeweiligen Differenzen in Betracht, d.h. differenziert man zwischen

- a)  $FAM_{T1} > FAM_{T2}$
- b)  $FAM_{T1} < FAM_{T2}$

so beträgt der Mittelwert im Fall (a)  $\bar{x}_1 = -3,53$  ( $s = 3,22$ ), im Fall (b)  $\bar{x}_2 = 3,71$  ( $s = 2,95$ ). Es zeigt sich also eine deutliche Symmetrie im Ausmaß der Abweichungen nach oben und nach unten. Zum Zwecke der statistischen Absicherung dieses Befunds bietet es sich an, für die gesamte Stichprobe aller 125 Befragten einen Mittelwertvergleich in Form eines  $t$ -Tests für verbundene (abhängige) Stichproben durchzuführen. Die Voraussetzung dazu – nämlich Normalverteilung der Differenzen der Datenpaare – kann als hinreichend erfüllt angesehen werden, insofern ein entsprechender Kolmogorov-Smirnov-Test bei einem Wert von 0,07 einen Signifikanzwert von  $p = 0,20$  (nach Lilliefors-Korrektur) aufweist. Als Ergebnis dieses Mittelwertvergleichs stellt sich der Unterschied in der Kenntnis zwischen der ersten und der zweiten Teilmenge bei einem Wert von  $t_{FG=124} = 0,53$  als nicht signifikant heraus ( $p = 0,60$ ).

Weiterhin liegt es nahe, das soeben beschriebene Prüfverfahren getrennt für diejenigen 57 Befragten durchzuführen, deren durchschnittliche Sprichwortkenntnis im ersten Teil höher als im zweiten (Gruppe A) sowie für diejenigen 68 Befragten, deren Kenntnis im zweiten Teil höher als im ersten war (Gruppe B). Aufgrund der veränderten Gruppengröße und Gruppenzusam-

mensetzung sind vor einem Mittelwertvergleich der beiden Gruppen Tests auf Normalverteilung der Differenzen zwischen Datenpaaren neu durchzuführen. Hierbei stellt sich in beiden Fällen eine signifikante Abweichung von der Normalverteilung heraus: Der Kolmogorov-Smirnov-Test weist für die Gruppe (A) einen Wert von  $p < 0,001$ , für die Gruppe (B) einen Wert von  $p = 0,001$  auf. Aufgrund der damit nicht gegebenen Normalverteilung der Differenzen kommt deshalb für die beiden Teilstichproben nicht (wie für die Gesamtmenge der Befragten) der  $t$ -Test für abhängige Stichproben, sondern sein nicht-parametrisches Pendant, der Wilcoxon-Test in Frage. Im Ergebnis stellt sich heraus, dass sowohl für die Gruppe (A) als auch für die Gruppe (B) der Unterschied in der Kenntnis der ersten und zweiten Teilmenge der Sprichwörter hoch signifikant ist: Für die Gruppe (A) beträgt der Wert  $z = -6,57$  ( $p < 0,001$ ), für die Gruppe (B) beträgt  $z = -7,17$  ( $p < 0,001$ ).

Die Tatsache, dass einerseits kein signifikanter Unterschied in der allgemeinen Kenntnis der Sprichwörter der ersten und zweiten Teilmenge besteht, dass andererseits aber der Unterschied zwischen den beiden (als A und B bezeichneten) Gruppen, die entweder im ersten oder aber im zweiten Teil auf eine höhere durchschnittliche Sprichwortkenntnis kommen, signifikant ist, weist auf die Notwendigkeit hin, sich die Ergebnisse für jede einzelne befragte Person im Detail anzuschauen.

Zum Zwecke dieser Detailbetrachtung bietet sich somit an, für die beiden Werte jeder befragten Person (d. h. den Wert der ersten und zweiten Teilmenge) jeweils einen Vergleich zweier relativer Häufigkeiten (zweier Prozentsätze) durchzuführen; aufgrund des ausreichend großen Stichprobenumfangs beider Teilmengen ( $n_1 = 137$ ,  $n_2 = 138$ ) lässt sich dies in Form einer Approximation durch die Normalverteilung nach folgender Formel realisieren:

$$\hat{z} = \frac{|\hat{p}_1 - \hat{p}_2|}{\sqrt{\hat{p} \cdot (1 - \hat{p}) \cdot \left[ \frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right]}}$$

Hierbei ist  $\hat{p}_1 = x_1 / n_1$ ,  $\hat{p}_2 = x_2 / n_2$  und  $\hat{p} = (x_1 + x_2) / (n_1 + n_2)$ . Schauen wir uns zunächst an einer ausgewählten Person das Vorgehen exemplarisch an, nämlich der befragten Person #1: Im ersten Teil hat diese Person von den insgesamt 137 Sprichwörtern 84 in einer als „bekannt“ zu wertenden Form vervollständigt, im zweiten Teil waren es 68 der 138 Sprichwörter. Somit betragen  $\hat{p}_1 = 84 / 137 = 0,6131$  und  $\hat{p}_2 = 68 / 138 = 0,4928$  – dies entspricht natürlich einem Prozentsatz von 61,31% bekannter Sprichwörter im ersten

und 49,28% bekannter Sprichwörter im zweiten Teil. Damit ergibt sich die folgende Berechnung:

$$\hat{z} = \frac{|0,6131 - 0,4928|}{\sqrt{172/275 \cdot (1 - 172/275) \cdot [(1/137) + (1/138)]}} = 2,01$$

Der Wert von  $z = 2,01$  ist – bei zweiseitiger Prüfung – auf dem 5%-Niveau signifikant ( $p < 0,05$ ): Der Umfang der Sprichwortkenntnis im ersten und im zweiten Teil der Sprichwörter weichen damit signifikant voneinander ab. Insgesamt ist ein solcher Unterschied jedoch nur bei vier weiteren der insgesamt 125 befragten Personen signifikant: Außer der Person #1 sind dies noch die Befragten #16 ( $p < 0,01$ ), #41 ( $p < 0,05$ ), #85 ( $p < 0,05$ ), sowie #108 ( $p < 0,05$ ). In allen fünf Fällen handelt es sich um Befragte, bei denen der Prozentsatz bekannter Sprichwörter im zweiten Teil unter dem des ersten Teils liegt, auch wenn das Signifikanzniveau mit  $p < 0,05$  in vier der fünf Fälle eher gering ausgeprägt ist. Abgesehen davon, dass es sich in vier der fünf Fälle um weibliche Befragte handelt, ergibt sich allerdings kein offensichtlich interpretierbares Profil der Befragten, wie auch die Angaben in der Tabelle 7 zeigen.

#	Alter	Geschlecht	FAM <sub>T1</sub>	FAM <sub>T2</sub>
1	24	w	61,31	49,28
16	23	w	73,04	54,35
41	53	w	89,78	79,71
85	60	w	89,05	78,99
108	66	m	91,24	83,33

Tab. 7: Befragte mit signifikant abweichender Sprichwortkenntnis in Block 1 und Block 2

Es lässt sich somit insgesamt festhalten, dass es im Grunde genommen keine grundsätzlichen Unterschiede in der Sprichwortkenntnis der ersten und zweiten Teilmenge der 275 Sprichwörter gibt: Die Vermutung, es könne im Verlaufe der Beantwortung von Fragebögen zu einem Nachlassen der Aufmerksamkeit oder der Motivation kommen, dürfte sich damit als nicht zutreffend erwiesen haben. Zwar ist der Unterschied in der durchschnittlichen Kenntnis der ersten und der zweiten Teilmenge sowohl bei den Personen, deren Kenntnis in der zweiten Teilmenge höher ist als in der ersten, als auch bei den Personen, deren Kenntnis in der ersten Teilmenge höher ist als in der zweiten, signifikant – das Ausmaß der Abweichungen in beide Richtungen hält sich allerdings insgesamt die Waage. Bezogen auf die einzelnen Befragten, sind

die Abweichungen nur bei fünf der 125 befragten Personen auf dem 5%-Niveau signifikant.

Das Problem lässt sich in der Praxis ohnehin relativ leicht umgehen, indem man bei Fragebögen entweder eine Randomisierung der Abfolge vornimmt oder aber, und auch das sollte ausreichen, Blöcke unterscheidet und diese in verschiedenen Fragebögen in unterschiedlicher Abfolge präsentiert.

Es verbleibt schließlich der mögliche Einwand, Versuchspersonen würden beim Vervollständigen der präsentierten Sprichwortanfänge Ratestrategien einsetzen, (auch und gerade) wenn sie ein Sprichwort nicht kennen. Doch auch dieser Einwand lässt sich entkräften.

### 3.3.3 Raten die befragten Personen ?

Diese Frage lässt sich ebenso negativ beantworten, und zwar auf zweifacher Grundlage: einerseits aufgrund einer Analyse des Antwortverhaltens im Allgemeinen, andererseits aufgrund von systematischen Untersuchungen zu sogenannten Sprichwort-Dummies (Pseudo-Sprichwörtern).

Gehen wir zunächst auf das Vervollständigungsverhalten allgemein ein. Dieses lässt sich vor dem Hintergrund der Klassifikation verschiedener Typen von 'Vervollständigung' einschätzen, wie es von Chlosta/Grzybek/Roos (1994) entwickelt und mehrfach angewendet wurde. Eine abermalige Detaildarstellung dieses Klassifikationssystems wäre hier redundant. Die Eckpfeiler dieses Systems sehen als Ausgangspunkt die tentativ vorgegebene Nullvariante eines Sprichworts vor, mit der keinerlei normative Implikation einer Standardvariante des gegebenen Sprichworts verbunden ist. Wortwörtliche Vervollständigungen ohne jegliche Abänderung der Nullvariante werden hierbei natürlich als 'bekannt' eingestuft. Doch auch bei verschiedenen Arten bzw. Graden von Abweichungen von der Nullvariante ist ein Sprichwort als 'bekannt' einzustufen,

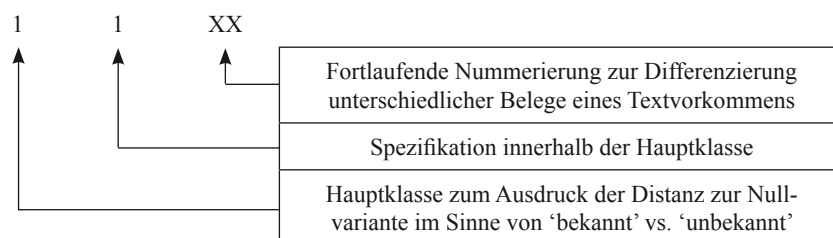
Dies gilt sowohl (1) für sprachliche **Variationen**, die als Veränderungen ersten Grades eingestuft werden, als auch (2) für verschiedene Veränderungen zweiten Grades, die als **Varianten** der vorgegebenen Nullvariante angesehen werden können: Bei allen Ergänzungen, die in die Kategorie 1 fallen, ist davon auszugehen, dass den Befragten das betreffende Sprichwort (auch) in der Form der Nullvariante bekannt ist; allfällige Abweichungen von dieser sind minimal. Bei einer Vervollständigung, die der Kategorie 2 zuzuordnen sind, ist die Abweichung von der Nullvariante größer – in diesem Fall ist davon



auszugehen, dass die befragte Person den jeweils durch die Nullvariante repräsentierten Sprichwort-Typ kennt.

Im Detail wird jede Art von Vervollständigung in Form einer dreigliedrigen, hierarchischen Kodierung erfasst, die hier nicht im Detail dargestellt wird. Je nach Art der Abweichung (Kürzungen; Erweiterungen; orthografische, morphologische, lexikalische, syntaktische Variation u. a. m.) von der Nullvariante und in Abhängigkeit vom jeweiligen Typ der Variation an zweiter Stelle des Codes folgt eine Spezifikation der jeweiligen Hauptgruppe; innerhalb dieser Codierung wird jede einzelne Vervollständigungsverion akribisch erfasst, und zwar in Form einer fortlaufenden Nummer als drittem Element des Codes. Alle übrigen Vervollständigungen, die weder wortwörtlich der Nullvariante entsprechen noch Veränderungen 1. oder 2. Grades darstellen, werden der 3. Hauptkategorie zugeordnet;<sup>19</sup> auch in dieser wird jede einzelne Version exakt dokumentiert, wobei sich hier erfahrungsgemäß eine zweigliedrige Codierung als ausreichend erwiesen hat, bestehend aus der Hauptkategorie (3) und der fortlaufenden Nummer.

Auf diese Art und Weise lassen sich alle Vervollständigungen erfassen, und in Kombination mit den jeweiligen Vorkommenshäufigkeiten lässt sich so auch die jeweilige Standardvariante eines Sprichworts bestimmen – wohlbermerkt a posteriori und frequenzbasiert, so dass sich durchaus auch Vervollständigungen als häufig(sten) herausstellen können, die nicht zu(ver)lässig auf Bekanntheit mit der Nullvariante schließen lassen.



Im Hinblick auf die Frage, ob Befragte bei der Vervollständigung Ratestrategien einsetzen, wird vor dem Hintergrund dieses Schemas folgende Überlegung plausibel: Wenn in der Tat (entgegen der expliziten Aufforderung an die befragten Personen, dies nicht zu tun) Ratestrategien bei der Vervollständigung eingesetzt werden sollten, so können diese erfolgreich sein (d. h. dem

<sup>19</sup> Weitere Hauptkategorien sind z. B. vorgesehen für explizite Negationen von Sprichwörtern (z. B. *Über den Geschmack lässt sich /nicht/ streiten* u. a.), für unleserliche oder nicht zuverlässig dekodierbare Vervollständigungen u. a. m.

Sprichwort mehr oder weniger entsprechen) oder aber nicht. Im ersten Fall würde die Vervollständigung der Kategorie 1 oder 2 zugeordnet – in diesem Fall käme es zur Fehleinstufung eines de facto unbekanntes Sprichworts in die Klasse der bekannten Sprichwörter. Im zweiten Fall würde die Rateversion der Kategorie 3 zugeordnet, was nur dann eine gewisse Auswirkung nach sich ziehen würde, wenn genau diese Ratevariante aufgrund der identischen Formulierung durch mehrere Personen auf eine bestimmte Frequenz käme.<sup>20</sup>

Sollten Ratestrategien also in der Tat eine Rolle spielen, dann wäre zu erwarten, dass zahlreiche (verschiedene) Lösungsversuche in der Kategorie 3 wiederzufinden wären. Genau dies aber ist nicht der Fall: Denn wie die Frey-Studie gezeigt hat, sind nicht mehr als gerade einmal 3,67% aller Vervollständigungen dieser Kategorie zuzuordnen.<sup>21</sup> Im Vergleich zu 28,67% nicht vervollständigten Einheiten kann demnach von einem ausgeprägten Einsatz von Ratestrategien also keinerlei Rede sein, es sei denn, man geht weiterhin davon aus, dass ratende Personen „zufällig“ in größerer Zahl auf wortwörtlich ein und dieselbe Lösung kommen.

Doch sogar diese Vermutung lässt sich bei genauerer Betrachtung als unbegründet und entkräftet ansehen, wie entsprechende Untersuchungen mit sogenannten Dummy-Sprichwörtern (Pseudo-Sprichwörtern) gezeigt haben. Diese sind mittlerweile in einer Reihe von Untersuchungen zum Einsatz gekommen, allerdings mit zum Teil unterschiedlichem Hintergrund (Haas 2008; Gasteiner 2009; Grzybek/Chlosta 2010, i. Vorb.). So schlossen Haas (2008) und Gasteiner (2009) in Ganztext-Präsentationen amerikanischer bzw. kroatischer Sprichwörter jeweils 25 bzw. 24 Dummy-Sprichwörter ein, um so die Validität ihrer Untersuchungen sicherzustellen, während Grzybek/Chlosta (2010) sowie Chlosta/Grzybek (i. Vorb.) darüber hinaus die Präsentation von Dummy-Sprichwörtern selbst einer systematischen Validierung unterzogen.

Da Haas mit einer 4er-Skala arbeitete (s. o.), wertete sie die Einstufung eines Pseudo-Sprichworts durch eine befragte Person als ‘unbekannt’ (*not familiar*) mit 25 Punkten, eine als ‘sehr bekannt’ (*very familiar*) mit 100 Punkten. Auch

<sup>20</sup> Der Fall, dass eine der Kategorie 3 zugeordnete Version sich als die häufigste Variante erweist, kommt durchaus vor – doch ist dies mitnichten als Indiz für die Anwendung von Ratestrategien zu werten, sondern als Hinweis auf die Bekanntheit eines anderen als des durch die Nullvariante vorgegebenen Sprichworts.

<sup>21</sup> Hierbei gilt zu bedenken, dass diese Kategorie nicht nur auch „andere“ Sprichwörter (z. B. *Einmal ist | keinmal* vs. *Einmal ist | jeder dran*), sondern auch Anti-Sprichwörter (*Der Apfel fällt nicht | weit vom Stamm* vs. *Der Apfel fällt nicht | weit vom Ross*) zugeordnet wurden.

wenn die Angaben von Haas einander teilweise im Detail widersprechen,<sup>22</sup> was im hier gegebenen Kontext nicht näher verfolgt werden muss, kamen bei dieser Skalierung die präsentierten Pseudo-Sprichwörter insgesamt im Durchschnitt auf einen Wert von 29, das heißt, sie wurden von den Befragten insgesamt als hochgradig unbekannt eingestuft. Haas selbst (2008, S. 345) weist auf einen möglichen Grund für diesen relativ niedrigen Wert hin, der ihrer Ansicht nach darin besteht, dass sie explizit danach fragte, wie oft die Befragten die gegebenen Einheiten gehört hätten – das heißt, de facto wurde wiederum nach der vermeintlichen Frequenz, nicht nach der subjektiven Kenntnis gefragt.

Dieser Umstand könnte auch erklären, warum Gasteiner (2009) in ihrer Untersuchung auf einen wesentlich höheren Grad an vermeintlicher Bekanntheit kam. Sie fügte ihrer Ganztext-Präsentation von 872 kroatischen Sprichwörtern 24 Dummy-Sprichwörter hinzu; die von ihr befragten 31 Personen mit einem Altersdurchschnitt von  $\bar{x} = 58,42$  Jahren ( $s = 9,13$ ) hatten die Aufgabe, die ihnen unbekanntes Parömien anzustreichen bzw. durchzustreichen. Im Durchschnitt wurde lediglich ca. ein Drittel der Dummy-Sprichwörter (32,39%) als 'unbekannt' markiert, d. h., mehr als zwei Drittel (67,61%) wären demnach als potenziell bekannt anzusehen.

Während dieses Ergebnis auf der einen Seite im Gegensatz zu den Resultaten von Haas (2008) steht und damit die enorme Bedeutung einer exakten Formulierung bei Aufgabenstellung unterstreicht, weist es auf der anderen Seite ein weiteres Mal unmissverständlich auf die Probleme einer Ganztext-Präsentation hin.

Um das Ausmaß dieser Probleme abschätzen zu können, zu Zwecken der Validierung des Teiltex-Verfahrens im Allgemeinen sowie im Hinblick auf die Frage, ob und inwiefern bei diesem in der Tat Ratestrategien zum Einsatz kommen oder womöglich sogar effektiv sind, haben Chlosta/Grzybek (i. Vorb.) eine systematische Analyse mit Dummy-Sprichwörtern durchgeführt. Dabei wurden 15 Dummy-Sprichwörter in eine Ganztext-Präsentation entlang mit authentischen Sprichwörtern eingebunden, sowie einhergehend mit authentischen Sprichwörtern in Form einer Teiltex-Präsentation präsentiert. Bei der Ganztext-Präsentation handelte es sich um die 2032 Sprichwörter des deutschen E-Korpus (Chlosta i. Vorb.), das von 102 Personen mit

<sup>22</sup> Während Haas (2008, S. 331) auf der einen Seite angibt, 23% der Befragten hätten ausnahmslos alle inkludierten Pseudo-Sprichwörter als völlig unbekannt eingestuft, berichtet sie an anderer Stelle, dass alle Pseudo-Sprichwörter von jeweils mindestens mehr als einer Person als (mehr oder weniger) bekannt eingestuft wurden (ebd., S. 345).

einem Durchschnittsalter von  $\bar{x} = 61,83$  Jahren ( $s = 13,22$ ) bearbeitet wurde; bei der Teilttext-Präsentation wurden eben diese 15 Dummy-Sprichwörter zusammen mit 22 authentischen Sprichwörtern 51 Personen (mit einem Durchschnittsalter von  $\bar{x} = 41,92$  Jahren,  $s = 16,65$ ) in Form einer Teilttext-Präsentation dargeboten.

Bei der Ganztext-Präsentation kamen diese 15 Dummy-Sprichwörter auf eine durchschnittliche Bekanntheit von 34,79%, keines von ihnen wurde von allen Befragten als unbekannt eingestuft. Die beiden am wenigsten bekannten Dummy-Sprichwörter (*Ein Freund schärft dir das Beil, der Bruder fällt dir den Baum; Für den Bäcker ist es gestern, für den Studenten morgen*) wurden beide von nicht weniger als 15 der 102 Befragten als 'bekannt' gewertet und kamen so im Durchschnitt auf 14,71%. Das durchschnittlich bekannteste (*Der Mensch hat zwei Arme, aber nur einen Kopf*) wurde von 58 der 102 Befragten als bekannt eingestuft und kam so auf einen Prozentwert von nicht weniger als 56,86% vermeintlicher Bekanntheit.

Im Vergleich dazu kamen dieselben Dummy-Sprichwörter bei einer Teilttext-Präsentation insgesamt lediglich auf eine durchschnittliche Bekanntheit von 1,43% – im Vergleich dazu kamen die authentischen Sprichwörter auf eine durchschnittliche Bekanntheit von 95,80%. Interessant ist jedoch das allgemeine Verhalten der Befragten im Umgang mit den Vervollständigungen: Während, wie gesagt, der Anteil der „Treffer“ etwas mehr als ein Prozent ausmachte, wurden nur bei vier der 15 Dummy-Sprichwörter überhaupt Versuche der Vervollständigung unternommen, in 91,63% der Fälle unternahm die befragten Personen bei den Dummy-Sprichwörtern erst gar keinen Versuch der Vervollständigung. Das Maximum erreichte auch unter dieser Bedingung eine Vervollständigung des Pseudo-Sprichworts *Der Mensch hat zwei Arme | aber nur einen Kopf* – doch wurde es in dieser Form von keinem der Befragten vervollständigt. Statt dessen war die häufigste Ergänzung „... |und zwei Beine“, doch auch diese kam nur auf den überaus geringen Prozentsatz von 13,73%.

Aufgrund der dargestellten Befunde lässt sich somit in der Zusammenschau weitestgehend ausschließen, dass Ratestrategien im Rahmen des Verfahrens der Teilttext-Präsentation eine wesentliche Rolle spielen, so dass dieses Verfahren sich auch aus dieser Perspektive als geeignet erweist.

#### **4. Fazit**

Sinn und Zweck der obigen Darstellungen und Analysen war es zum einen, parömiologisch dafür zu sensibilisieren, allgemein verbreitete Begriffe wie individuelle vs. kollektive Kenntnis und/oder Bekanntheit von Sprichwörtern im Hinblick auf informantenbezogene Untersuchungen differenzierter als bislang in der Regel üblich zu verwenden. Zum anderen sollten auch Querbeziehungen zu und Vergleiche mit textbasierten und verwendungs-, vorkommens- oder frequenzorientierten Fragestellungen der Parömiologie mit der notwendigen Differenziertheit der entsprechenden Termini und Konzepte vorgenommen werden.

Spezifisch im Hinblick auf die Untersuchung der individuellen und in weiterer Folge daraus hervorgehenden kollektiven Sprichwortkenntnis stellt sich heraus, dass das Verfahren der Teilttext-Präsentation im Vergleich zu anderen Verfahren aus globaler Sicht keine erkennbaren Informationseinbußen mit sich bringt, wohl aber wesentliche Vorteile im Hinblick auf die Gefahr der Reduktion von Fehl-Identifikationen einerseits und die Erhebung usueller Varianten und Variationen andererseits. Dies schließt die partielle („lokale“) Überlegenheit oder Unterlegenheit des Verfahrens der Teilttext-Präsentation gegenüber anderen Verfahren nicht aus. Eine detaillierte Untersuchung dieser Frage würde aber weit über den Rahmen des im hier gegebenen Zusammenhang Möglichen hinausweisen.

Natürlich bedeutet die Durchführung von Untersuchungen in Form von Teilttext-Studien unter Umständen einen erheblichen (Mehr)-Aufwand für die konkrete parömiologische Forschung, da bei der Auswertung jede einzelne Vervollständigung akribisch erfasst, dokumentiert und schließlich ausgewertet werden muss. Doch unter Berücksichtigung der Tatsache, dass die Erhebung der Kenntnis bzw. Bekanntheit von Sprichwörtern nicht einfach durch vorkommens-, verwendungs- oder frequenzbasierte Verfahren ersetzt werden kann, ist dies eine probate, wenn nicht gar die einzige Möglichkeit, die usuellen Varianten eines Sprichworts verlässlich zu erheben und sich nicht auf autoritativ festgelegte, parömiografisch kodifizierte und möglicherweise obsoletere Varianten zu beziehen.

**Literatur**

- Albig, William (1931): Proverbs and Social Control. In: *Sociology and Social Research* 15, S. 527-535.
- Arnaud, Pierre (1992): La connaissance des proverbes français par les locuteurs natifs et leur sélection didactique. In: *Cahiers de lexicologie* 60, 1, S. 195-238.
- Bain, Read (1939): Verbal Stereotypes and Social Control. In: *Sociology and Social Research* 23, S. 431-446.
- Čermák, František (1998): Usage of Proverbs: What the Czech National Corpus Shows. In: Ďurčo, Peter (Hg.): *Europhras* 97. *Phraseology and Paremiology*. Bratislava, S. 37-59.
- Chlosta, Christoph (i. Vorb.): E-Korpus bekannter deutscher Sprichwörter. [2012]
- Chlosta, Christoph/Grzybek, Peter (1995): Empirical and Folkloristic Paremiology: Two to Quarrel or to Tango? In: *Proverbium. Yearbook of International Proverb Scholarship* 12, S. 67-85.
- Chlosta, Christoph/Grzybek, Peter (2004): Was heißt eigentlich 'Bekanntheit' von Sprichwörtern? Methodologische Bemerkungen anhand einer Fallstudie zur Bekanntheit anglo-amerikanischer Sprichwörter in Kanada und in den USA. In: Földes, Csaba (Hg.): *Res humanae proverbiorum et sententiarum. Ad honorem Wolfgangi Mieder*. Tübingen, S. 37-57.
- Chlosta, Christoph / Grzybek, Peter (2005): Varianten und Variationen anglo-amerikanischer Sprichwörter: Dokumentation einer empirischen Untersuchung. In: *ELi\_se. Essener Linguistische Skripte\_elektronisch* 5/2, S. 63-145.
- Chlosta, Christoph/Grzybek, Peter (i. Vorb.): Untersuchungen zu Dummy-Sprichwörtern im Deutschen.
- Chlosta, Christoph/Grzybek, Peter/Roos, Undine (1994): Wer kennt denn heute noch den Simrock? Ergebnisse einer empirischen Untersuchung zur Bekanntheit traditioneller deutscher Sprichwörter. In: Chlosta, Christoph/Grzybek, Peter/Piirainen, Elisabeth (Hg.): *Sprachbilder zwischen Theorie und Praxis. Akten des Westfälischen Arbeitskreises 'Phraseologie/Parömiologie' (1991/1992)*. (= *Studien zur Phraseologie und Parömiologie* 2). Bochum, S. 31-60.
- Collis, Harry (2009): *101 American English Proverbs. Understanding Language and Culture through Commonly Used Sayings*. New York u. a.
- Cox, Heinrich L. (1997): Beobachtungen zur standardsprachlichen Sprichwort-Kompetenz deutschsprachiger Universitätsstudent(inn)en. In: Mohrmann, Ruth-Elisabeth/Rodekamp, Volker/Sauermann, Dietmar (Hg.): *Volkskunde im Spannungsfeld zwischen Universität und Museum. Festschrift zum 65. Geburtstag von Hinrich Siuts*. Münster, S. 43-65.
- Eismann, Wolfgang (1984): Bemerkungen zur Bedeutung von G.L. Permjakovs Theorie des sprachlichen Klischees für die Linguistik. In: Grzybek/Eismann (Hg.), S. 277-293.

- Frey, Christa/Herzog, Annelies/Michel, Arthur/Schütze, Ruth (1988): Deutsche Sprichwörter für Ausländer. Eine Auswahl mit Beispielen. 9. Aufl. Leipzig.
- Gasteiner, Anita (2009): Untersuchungen zur Bekanntheit kroatischer Sprichwörter. M.A. Thesis, Universität Graz.
- Grotjahn, Rüdiger/Grzybek, Peter (2000): Methodological Remarks on Statistical Analyses in Empirical Paremiology. In: *Proverbium. Yearbook of International Proverb Scholarship* 17, S. 121-132.
- Grzybek, Peter (1984): How to do things with some proverbs. Zur Frage eines parömiischen Minimums. In: Grzybek/Eismann (Hg.), S. 351-358.
- Grzybek, Peter (1991): Sinkendes Kulturgut? Eine empirische Pilotstudie zur Bekanntheit deutscher Sprichwörter. In: *Wirkendes Wort* 41, 2, S. 239-264.
- Grzybek, Peter (2008a): Proverb Familiarity and Proverb Frequency: Two Faces of One Coin or False Friends? Paper presented at the International Phraseological Conference 'Europhras 2008', Helsinki, 13.-16.8.2008. Helsinki.
- Grzybek, Peter (2008b): Proverb Familiarity in Theory and Practice. Paper presented at the Second Interdisciplinary Colloquium on Proverbs, Tavira, 9.-16.11.2008. Tavira.
- Grzybek, Peter (2009): The Popularity of Proverbs. A Case Study of the Frequency-Familiarity Relation for German. In: Soares, Rui J.B./Lauhakangas, Outi (Hg.): *Proceedings of the Second Interdisciplinary Colloquium on Proverbs. Tavira, S. 214-229.*
- Grzybek, Peter (2011): Towards Proverbial Synergetics: The Case of Text Difficulty. Vortrag (Paris, Université Diderot, Colloque International de Parémiologie, 29.6.2011).
- Grzybek, Peter/Baur, Rupprecht S./Chlosta, Christoph (1996): Das Projekt „Sprichwörter-Minima im Deutschen und Kroatischen“: What is worth doing – do it well!. In: *Muttersprache* 2, S. 162-179.
- Grzybek, Peter/Chlosta, Christoph (2009): Some Essentials on the Popularity of (American) Proverbs. In: McKenna, Kevin J. (Hg.): *The Proverbial 'Pied Piper'. A Festschrift Volume of Essays in Honor of Wolfgang Mieder on the Occasion of his 65th Birthday.* New York, S. 95-110.
- Grzybek, Peter/Chlosta, Christoph (2010): Überlegungen zur empirischen Validierung von Sprichwörter-Dummies. In: Berndt, Annette/Kleppin, Karin (Hg.): *Sprachlehrforschung: Theorie und Empirie. Festschrift für Rüdiger Grotjahn.* Frankfurt a. M., S. 197-209.
- Grzybek, Peter/Chlosta, Christoph/Grotjahn, Rüdiger (i. Vorb.): *Empirische Sprichwortforschung. Status – Methoden – Probleme – Perspektiven.* Hohengehren. [2012]
- Grzybek, Peter/Eismann, Wolfgang (Hg.) (1984): *Semiotische Studien zum Sprichwort. Simple Forms Reconsidered I.* (= Special Issue of: *Kodikas Code – Ars Semiotica. An International Journal of Semiotics* 7, 3/4). Tübingen.

- Grzybek, Peter/Škara, Danica/Heyken, Zdenka (1993): Der Weisheit der Gasse auf der Spur. Eine empirische Pilotstudie zur Bekanntheit kroatischer Sprichwörter. In: Zeitschrift für Balkanologie 29, S. 85-98.
- Haas, Heather A. (2008): Proverb Familiarity in the United States: Cross-Regional Comparisons of the Paremiological Minimum. In: Journal of American Folklore 121, 481, S. 319-347.
- Hattemer, Klaus/Scheuch, Erwin K. (1983): Sprichwörter. Einstellung und Verwendung. Düsseldorf.
- Higbee, Kenneth L./Millard, Richard J. (1983): Visual imagery and familiarity ratings for 203 sayings. In: American Journal of Psychology 96, 2, S. 211-222.
- Krikmann, Arvo (1986): Paremiologičeskie ěksperimenty G.L. Permjakova. Tallinn. [Nachdruck in: Malye formy fol'klora. Sbornik statej pamjati G.L. Permjakova. Moskva: 1995, S. 338-382].
- Lau, Kimberley (1996): 'It's about time': The ten proverbs most frequently used in newspapers and their relation to American values. In: Proverbium. Yearbook of International Proverb Scholarship 13, S. 135-159
- Permjakov, Grigorij L. (1970): Ot pogovorki do skazki (zametki po obščej teorii kliše). Moskva. [Engl.: From Proverb to Folk-Tale. Notes on the general theory of cliché. Moscow, 1979.]
- Permjakov, Grigorij L. (1971): Paremiologičeskij ěksperiment. Moskva.
- Permjakov, Grigorij L. (1973a): K voprosu o paremiologičeskom urovne jazyka. In: Sbornik statej po vtoričnym modelirujuščim sistemam. Tartu, S. 26-33.
- Permjakov, Grigorij L. (1973b): On the paremiological level and paremiological minimum of language. In: Proverbium 22, S. 862-863.
- Permjakov, Grigorij L. (1975a): K voprosu o strukture paremiologičeskogo fonda. In: Tipologičeskie issledovanija po fol'kloru: Sbornik statej pamjati V.Ja. Proppa. Moskva, S. 247-274.
- Permjakov, Grigorij L. (1975b): 538 russkich narodnych izrečenij s usečenoj vtoroj čast'ju ili okončanijem. Moskva.
- Permjakov, Grigorij L. (1982): „K voprosu o paremiologičeskom minimume“. In: Vereščagin, Evgenij M. (Hg.): Slovare i lingvostranovedenie. Moskva, S. 131-137.
- Permjakov, Grigorij L. (1985): 300 allgemeingebäuchliche russische Sprichwörter und sprichwörtliche Redensarten. Moskau/Leipzig.





# Studien zur Deutschen Sprache

FORSCHUNGEN DES INSTITUTS FÜR DEUTSCHE SPRACHE

---



Herausgegeben von

Arnulf Deppermann, Stefan Engelberg und Ulrich Hermann Waßner

Band 60

Kathrin Steyer (Hrsg.)

# **Sprichwörter multilingual**

Theoretische, empirische und angewandte  
Aspekte der modernen Parömiologie

**narr** |  
VERLAG

Redaktion: Dr. Elke Donalies

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.

© 2012 · Narr Francke Attempto Verlag GmbH + Co. KG  
Dischingerweg 5 · D-72070 Tübingen

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Gedruckt auf säurefreiem und alterungsbeständigem Werkdruckpapier.

Internet: <http://www.narr.de>  
E-Mail: [info@narr.de](mailto:info@narr.de)

Satz: Volz, Mannheim  
Druck und Bindung: Hubert & Co., Göttingen  
Printed in Germany

ISSN 0949-409X  
ISBN 978-3-8233-6704-8

## **Inhalt**

Vorwort ..... 7

### **Teil I: Aktuelle Fragen und Tendenzen der Parömiologie**

*Wolfgang Mieder*

„The World’s a Place“ – Zur (inter-)nationalen Sprichwortpraxis  
Barack Obamas ..... 13

*Harald Burger*

Sprichwort und Redensart: Gemeinsamkeiten und Unterschiede –  
theoretisch und textuell, synchron und diachron betrachtet..... 45

*Valerij M. Mokienko*

Russisches parömiologisches Minimum: Theorie oder Praxis? ..... 79

*Peter Grzybek*

Facetten des parömiologischen Rubik-Würfels.  
Kenntnis  $\equiv$  Bekanntheit [ $\Leftrightarrow$  Verwendung  $\approx$  Frequenz] !?..... 99

*Britta Juska-Bacher*

Empirische Methoden in der kontrastiven Sprichwortforschung:  
Möglichkeiten der Informantenbefragung ..... 139

*Carmen Mellado Blanco*

Pragmatische Aspekte der Bedeutung von Sprichwörtern  
aus dem kognitiven Feld SCHWEIGEN  
am Beispiel des Sprachenpaares Deutsch – Spanisch..... 165

*Harry Walter*

Probleme der Erstellung von zwei- und mehrsprachigen  
Sprichwörterbüchern. Erfahrungen der Greifswalder Parömiografie ..... 205

*Željka Matulina*

Die Verwendung von Sprichwörtern in kroatischen, bosnischen,  
serbischen und deutschen Printmedien ..... 227

*Mona Noueshi*

Wie das Land, so das Sprichwort. Interkulturelle und sprachlich-  
stilistische Aspekte in deutschen und arabischen Sprichwörtern.  
Eine kontrastive Untersuchung ..... 259

## Teil II: Das EU-Projekt *SprichWort* – Methoden, Komponenten, Ergebnisse

*Vida Jesenšek*

Sprichwörter aus (kontrastiv-)linguistischer, lexikografischer  
und didaktischer Sicht. Zum Projekt *SprichWort*..... 275

*Kathrin Steyer*

Sprichwortstatus, Frequenz, Musterbildung.  
Parömiologische Fragen im Lichte korpusmethodischer Empirie..... 287

*Katrin Hein*

Zugang zu Sprichwortbedeutung und -gebrauch  
mit Hilfe von Korpora..... 315

*Melanija Fabčič*

Typologie der deutsch-slowenischen Sprichwortäquivalente  
in der Sprichwortdatenbank. Eine Untersuchung basierend auf den  
Unterschieden in der Konzeptualisierung..... 341

*Peter Ďurčo*

Diasystematische Differenzen von Sprichwörtern aus der Sicht  
der kontrastiven Parömiografie..... 357

*Tamás Forgács*

Äquivalenzerscheinungen in der Datenbank der Sprichwortplattform –  
unter besonderer Berücksichtigung der Relation Deutsch – Ungarisch ..... 379

*Elizabeta Bernjak*

Slowenische und ungarische Sprichwörter kontrastiv ..... 405

*Tamás Kispál*

Parömiologische Aufgaben auf der Sprichwortplattform ..... 417

*Darina Vitéková*

Autonomes Lernen von Sprichwörtern am Beispiel eines  
systematisch aufgebauten Konzepts interaktiver Aufgaben  
und Übungen auf der Sprichwortplattform..... 437

*Brigita Kacjan*

Didaktische Lerntipps für das Sprichwortlernen.  
Bedeutung, Funktionen und Umsetzung..... 453