

*Željka Matulina*

## PAREMIJA U HRVATSKOM I NJEMAČKOM TELEVIZIJSKOM PROGRAMU

*dr. sc. Željka Matulina, Sveučilište u Zadru, izvorni znanstveni članak*

UDK 81'33 316.774

*Ovaj rad predstavlja rezultate analize paremiološke građe prikupljene u posljednjih pet godina (2000. – 2005.) u različitim emisijama hrvatskoga i njemačkog televizijskog programa. Cilj je ove analize odgovoriti na sljedeća pitanja: u kojim se programima hrvatske i njemačke televizije upotrebljavaju paremije, u kojim su dijelovima teksta paremije najčešće smještene i u kakvim formalnim oblicima, tko su emitenti ovih paremija i koju funkciju one imaju u emisijama televizijskog programa.*

***Ključne riječi:*** *paremija, paremiologija, frazeologija, paremiološka modifikacija, jezik govorenih medija, komunikativna funkcija paremije, pragmalingvistika*

1. Paremija (1) je najviše istraživana i dosada najiscrpnije obrađena frazeološka vrsta (Burger, Buhofer, Sialm, 1982), što potvrđuje velik broj objavljenih publikacija (Moll, 1958; Mieder, 1990). Za razliku od frazema, paremija se ni jednim svojim formalnim elementom ne mora prilagoditi kontekstu jer ona predstavlja zatvoreni «mikrotekst» koji nije pohranjen u leksikonu i koji se ne «reproducira» kao ostale leksičke jedinice (Burger, 1998), nego se «citira» (Fleischer, 1997: 76). Premda je paremija po svojoj definiciji (2) stabilna sintaktička, morfološka i leksička struktura, dosad vršene analize raznih vrsta tekstova, pokazale su da se paremija najčešće sreće u formalno modificiranom obliku, kao podloga za maštovitu igru riječima i za postizavanje humorističnih efekata (Fleischer, 1997:78; Röhrich, Mieder, 1977; Mieder, 1998; Mieder, Litovkina, 1999). Neki noviji radovi pokazuju da je emocionalni stav korisnika (emitenta) odlučujući čimbenik za izbor i način primjene paremiološke građe (Lüger, 2005). Paremija je polifunkcionalna frazeološka jedinica, koja osim poučno-didaktičke uloge može služiti kao upozorenje, prijetnja, utjeha, opravdanje, argument, zaključak itd. (Röhrich, Mieder, 1977). Koji će funkcionalni aspekt paremije

u određenom komunikativnom trenutku doći do izražaja, ovisi o jezičnom kontekstu i situativnim okolnostima u kojima se primjenjuje. Stoga se u suvremenoj paremiologiji naglašava potreba opisa ne samo tekstova nego i emitenata paremija i okolnosti u kojima oni upotrebljavaju paremiološku građu tj. nastoji se utvrditi koje se osobe, gdje, kada, zašto, kako i za koga koriste kojim paremijama (Röhrich, Mieder, 1977; Burger, Buhofer, Sialm, 1982; Umurova, 2005). Za stvaranje pouzdane korpusne podloge za takve analize nužno je istražiti što više različitih vrsta tekstova, pogotovo svakodnevnoga razgovornog jezika i govornih medija (Bujas, 1993), jer na tom području, unatoč već vršenim istraživanjima (Burger, Buhofer, Sialm, 1982; Ayaš, 1997; Mieder, 1998 i 1999; Nuccorini, 2002), još uvijek postoje velike praznine (Burger, Buhofer, Sialm, 1982).

2. Na korpusnoj podlozi hrvatskog i njemačkog televizijskog programa u ovome radu želi se odgovoriti na neka od gore postavljenih pitanja: na koji se način paremiološka građa koristi u govorenom mediju televizije, tko su emiteni paremija, u kojim se okolnostima te s kojim ciljem koriste paremijom. Usporedbom hrvatskoga i njemačkog korpusa želi se, osim toga, dati odgovor na pitanje postoje li slične smjernice upotrebe paremija u oba televizijska programa. Odabrani korpus sadrži ukupno 478 paremija evidentiranih u razdoblju od 2000. do 2005. godine. Korpus je prikupljan samo povremeno i njime su obuhvaćeni u tom razdoblju dostupni televizijski tekstovi (3). Stoga je njemački dio korpusa znatno slabije zastupljen od hrvatskoga: na 413 hrvatskih primjera dolazi 65 njemačkih, a među njima ima paremija koje se javljaju dva ili više puta, najčešće u različitim formalnim preoblikama. Za korpusnu jedinicu načelno je uzeta rečenica. Manji broj rečenica sadrži po dvije ili više različitih paremija, a u nekoliko primjera dijelovi jedne paremije disperzirani su na nekoliko rečenica. Paremije su bilježene isključivo u večernjim emisijama (4) na televizijskim kanalima HRT 1, HRT 2, HRT 3, GTV (Gradska televizija: Studio Rijeka, Studio Split i Studio Zadar), RTL televizija, Nova i Obn odnosno na Pro 7, Sat 1, RTL, VOX, VIVA, Tv-Focus, Super rtl i BBC-Exclusiv. U hrvatskome televizijskom programu najveći broj paremija javlja se u igranim stranim filmovima (5) i televizijskim filmskim serijama (31,23%). Prema kvantitativnoj zastupljenosti, slijede zatim na hrvatskoj televiziji političke emisije (22,03%) (6), informativni program (17,43%), zabavni program (14,28%) (7), dokumentarni program (13,31%) i reklame (1,69%). Na njemačkoj televiziji paremije se najčešće rabe u zabavnom programu, i to uglavnom u talk-show emisijama o raznim aktualnim temama (29,23%), zatim u okviru reklame (27,69%) i u humorističnim filmskim TV-serijama (24,61%). Iza toga slijede informativni (10,76%) i dokumentarni program (7,69%) (8).

**Tablica br. 1: Zastupljenost paremija u televizijskom programu (2000.-2005.)**

(a) Program hrvatske televizije

Vrsta programa	Broj evidentiranih paremija	Postotak u odnosu na ukupni broj
HF Film	129	31,23%
HP Političke emisije	91	22,03%
HI Informativni program	72	17,43%
HZ Zabavni program	59	14,28%
HD Dokumentarni program	55	13,31%
HR Reklama	7	1,69%
Ukupno paremija	413	

(b) Program njemačke televizije

Vrsta programa	Broj evidentiranih paremija	Postotak u odnosu na ukupni broj
NJZ Zabavni program	19	29,23%
NJR Reklama	18	27,69%
NJF Film	16	24,61%
NJI Informativni program	7	10,76%
NJD Dokumentarni program	5	7,69%
Ukupno paremija	65	

3. Analiza odabranoga korpusa pokazala je da se paremije manje upotrebljavaju u izvornom (nemodificiranom) obliku, a češće u modificiranom. U hrvatskom dijelu korpusa omjer je nemodificiranih paremija prema modificiranim 20,33% prema 79,17% (84 nemodificirane paremije prema 327 modificiranih), a u njemačkom 35,38% prema 64,61% (23 nemodificirane paremije prema 42 modificirane). Pod «modifikacijom» ovdje se podrazumijeva okazionalna, za potrebe određenoga teksta izvršena promjena izvornog oblika paremije (Burger, 1998; Ptashnyk, 2001). Modificirane paremije iz analiziranoga korpusa mogu se svrstati u pet tipoloških skupina: prema brojčanoj zastupljenosti redoslijed ovih tipoloških skupina je sljedeći: sintaktičke (A), tekstne (B), leksičke (C), morfološke (D) i fonološke (E) modifikacije. Budući da je kriterij za određivanje tipova modifikacija bio formalni oblik paremije, semantičke modifikacije u ovome radu nisu izdvojene kao zasebna tipološka skupina. Utvrđeni tipovi modifikacija međusobno se ne isključuju, pa nisu rijetki slučajevi istodobnih preoblika iz različitih tipoloških podskupina.

Tablica br. 2: Tipovi modifikacija paremija u televizijskom programu

	(a) Hrvatski korpus	b) Njemački korpus
Modifikacije	A sintaktičke 258 (62,46%)	A sintaktičke 20 (30,76%)
	B tekstne 41 (9,92%)	E fonološke 8 (12,30%)
	C leksičke 16 (3,87%)	C leksičke 6 (9,23%)
	D morfološke 8 (1,93%)	B tekstne 5 (7,69%)
	E fonološke 4 (0,96%)	D morfološke 4 (6,15%)
Ukupni broj modificiranih paremija	327 (79,17%)	43 (66,15%)
Ukupni broj nemodificiranih paremija	86 (20,82%)	22 (33,84%)
Sveukupno	413	65

3.1. Sintaktičke modifikacije (A) u oba su podkorpusa najbrojnije (ukupno ih je 278 ili 58,15%). Evo koje su sve vrste promjena zabilježene u ovoj skupini: (AI) Metajezična formulacija (9) ispred, iza ili umetnuta među dijelove paremije (*Naša čuvena poslovice kaže: Nije magarac onaj koji posrne nego onaj koji se ne zna dići.* /HRT 2: HD/ • *Um caruje a snaga klade valja, stara je poslovice.* /HRT 1: HD/ • *Das Lachen ist, wie ein Sprichwort sagt, die beste Medizin.* /BBC Exclusiv: NJD/); (AII) Metajezična formulacija iza paremije zasebna je rečenica (*Sprechen ist Silber, Schweigen ist Gold. Kennen Sie das bekannte Sprichwort?* /MIVA: NJZ/); (AIII) Partikula uvodi paremiju (*No, kakvo pitanje, takav i odgovor.* /HRT 1: HP/); (AIV) Glagol uvodi paremiju (*Sehen Sie, Blut ist dicker als Wasser!* /Sat 1: NJF/); (AV) Partikula i glagol istodobno uvode paremiju (*Ali, znate, koga su klale zmije, boji se i gušterice.* /HRT 1: HP/ • *[...] und Sie wissen ja, wer zuerst kommt, zahlt zuerst!* /Pro 7: NJZ/); (AVI) Imenica ili vlastito ime uvode paremiju (*Johne, prijatelji se poznaju u nevolji.* /HRT 1: HF/); (AVII) Paremija je dio hipotakse sindetskog tipa (*Das echte Glück findet man nur dann, wenn der richtige Topf den richtigen Deckel findet.* /Sat 1: NJZ/); (AVIII) Paremija je dio hipotakse asindetskog tipa (*Mušterija je uvijek u pravu, zna to svaki dobar trgovac.* /HRT 1: HI/ • *Ich wollte sagen, Geld stinkt nicht.* /Sat 1: NJZ/); (AIX) Paremija je dio paratakse sindetskog tipa (*Mladi se ne vraćaju, a na starima svijet ne ostaje.* /HRT 1: HI/); (AX) Velerizam (10) - duhovita dopuna paremije (*Alles hat ein Ende, nur der Roche hat zwei!* /MIVA: NJZ/ • *Ljubav je slijepa, al' joj brak brzo nađe lijeka.* /GTV: HD/); (AXI) Paremija je u službi rečeničnoga člana (*Pa to je valjda i konac koji djelo krasí.* /HRT 1: HD/); (AXII) Podvostručenje paremije /izvorna paremija na latinskom, pa zatim na hrvatskom/ (*De gustibus non disputandum est. Ili: O ukusima se ne raspravlja.* /RTL televizija: HF/ • *Ovdje važi ona latinska: Quod licet lovi, non licet bovi – Što dolikuje Jupiteru, ne dolikuje volovima.* /HRT 2: HP/); (AXIII) Eliminiranje dijela paremije (*Vrabac u ruci.* /HRT 2: HF/ • *Vuk ne mijenja ćud.* /HRT 2: HF/); (AXIV) Adiranje novih elemenata (*Nakon kiše dolazi sunce, ali i visok vodostaj vode.* /HRT 1:

HI/ • [...] *jer nije crno zlato sve što sija.* /HRT 1: HI/ • *Svaki Cigo, ne - svaki Rom, hvali svoga konja.* /HRT 1: HP/); (AXV) Negiranje potvrdnog oblika paremije ili potvrđivanje negiranog oblika paremije (*Da nesreća uvijek dolazi u paketu, pokazuje novi [zakon o bolovanju].* /nova: HZ/ • *Ni poslovice nisu uvijek istinite: nije istina da tko pjeva zlo ne misli, jer u ovom slučaju tko pjeva misli zlo.* /HRT 1: HP/); (AXVI) Permutacija (*Tri su gosta dosta.* /GTV: HP/ • *Troje za tango.* /HRT 2: HF/); (AXVII) Promjena vrste rečenice (*Jesu li u laži zaista kratke noge? Kada, kako i o čemu se laže?* /HRT 2: HI/ • *Zašto ribu ne bismo počeli čistiti od glave?* /HRT 2: HP/).

Nisu sve vrste sintaktičkih modifikacija podjednako učestale u hrvatskom i njemačkom dijelu korpusa. U njemačkom korpusu nisu zabilježene sintaktičke preobliske iz podskupina: AVI, AIX, AXII i AXIII. Najzastupljenija su u oba korpusa proširenja paremija metajezničnim formulacijama, najčešće s lijeve strane paremije (AI). U hrvatskom dijelu korpusa uočen je i veći broj sintaktičkih modifikacija tipa AIV, AXIII i AXIV, a u njemačkom korpusu osim izvornih paremija najviše su zastupljene sintaktičke preobliske tipa AIV i AXI.

3.2. Tekstnim modifikacijama (B) nazvali smo slučajeve u kojima su jedna ili više paremija integrirane u dijaloški oblik teksta (BI) i slučajeve disperzije paremije na dvije ili više uzastopnih rečenica (BII) (ovamo ne spada ranije u okviru sintaktičkih modifikacija opisano podvostručenje paremije) te pojave kontaminacije dviju paremija ili paremije i neke druge frazeološke vrste (BIII). Nisu rijetki slučajevi istodobnog modificiranja paremija prema svim trima modelima.

3.2.1. Dijalog (BI). Osoba X: *Riba smrdi od glave.* Osoba Y: *Japanci jedu glave.* (HRT 2:HF) • Osoba X /policajac se obraća svome kolegi/: *Imam najčišći ormarić u postaji.* Osoba Y /njegov kolega policajac/: *Čistoća je pola zdravlja!* (nova: HF) • Osoba X: *Je li za svađu potreban jedan ili dvoje?* Osoba Y: *Pa, dvoje.* (HRT 1: HP) • Osoba X: *Istina boli, ha?* Osoba Y: *Možda ne toliko [...] kao kad skočiš na bicikl bez sjedala!* (HRT: HF) • Osoba X /voditeljica emisije/: *Oprostite što ste ovako dugo čekali. Znae, bilo je puno predsjedničkih kandidata.* Osoba Y /gost u emisiji/: *Tko čeka, taj dočeka!* (HRT 1: HP) • Osoba X /suprug se obraća svojoj supruzi/: *Postala si prava faca!* Osoba Y /njegova supruga/: *Bez muke nema nauke!* (HRT 1: HF) • Osoba X /prijateljica se obraća svojoj prijateljici/: *Sretan rođendan!* Osoba Y /prijateljica odgovara/: *Danas si mi već čestitala!* Osoba X: *Od viška glava ne boli!* (HRT 3: HF) • Osoba X /voditeljica TV-emisije završava svoju reportažu paremijom/: [...] *da bi Dubrovnik bio šećer na kraju.* Osoba Y /njen kolega voditelj započinje istom paremijom iduću reportažu o drugoj temi/: *A šećer danas dolazi i s Martinijem [...].* (HRT 1: HI) • Osoba X: *Ali, nemojte nikome reći!* Osoba Y: *Bez brige. Neću!* Znae kako kažu: *Dug jezik potapa brodove.* (nova: HF) • Osoba X /supruga/: *Ich sehe nichts.* Osoba Y /njen suprug/: *Wo nichts ist, da ist auch nichts!* (Sat 1: NJF)

3.2.2. Disperzija (BII). Osoba X /voditelj TV-emisije/: *Tiha voda?* Osoba Y /gost u emisiji/: *Brege dere.* (HRT 1: HZ) • Osoba X /voditeljica emisije započinje svoj tekst

paremijom/ *Znamo da je pravda spora. No, stanovnicima je važno da je ona i dostižna.* (nova: HI) • *Osoba X /sudionik u TV-emisiji, po zanimanju novinar/: Oni vele: Prvi se mačići u vodu bacaju. A ja im odgovorim: Po jutru se dan poznaje. To znači - različite poslovice za isti sadržaj.* (HRT 1: HI)

3.2.3. Kontaminacija (BIII). *Torba glavu čuva, ako je u njoj.* (HRT 1: HR) /Izvor: a. Čizma glavu čuva, a šubara ju kvari; b. nositi glavu u torbi/ • *Osoba X: [Što hoćeš reći]? Osoba Y: Da je vrabac u ruci zeleniji od trave u tuđem vrtu.* (HRT 2: HF) /Izvor: a. Bolje vrabac u ruci nego golub na grani; b. Trava je uvijek zelenija u tuđem vrtu, prema engl. *Grass is always greener in somebody else's backyard.*/ • *Was noch nicht ist, kann erst noch werden.* (Pro 7: NJF) /Izvor: a. Was nicht ist, kann nicht sein; b. Aus nichts kann auch nichts werden./

3.3. Treća skupina sadrži leksički modificirane paremije (C). Ovdje razlikujemo dvije podskupine: internu ili paradigmatiku supstituciju leksika (CI) i eksternu ili tekstom uvjetovanu supstituciju (CII). U prvom slučaju novi, okazionalni leksički elementi (supstituendi) u bliskim su semantičkim vezama s izvornim, uzualnim leksičkim materijalom (supstituti), a to znači da u odnosu prema supstitutima supstituendi mogu biti sinonimi, hiponimi, hiperonimi, antonimi, te stilski ekspresivniji, «jači» leksemi iz istoga leksičkog polja. (Ptashnyk, 2001: 438). Supstituendi iz druge tipološke skupine (CII) preuzimaju se iz teksta izvan paremije i nisu ni u kakvu semantičkom odnosu s izvornim leksičkim materijalom. Eksterni supstituendi određeni su širim kontekstom televizijske emisije a njihova je glavna funkcija uspostavljanje i održavanje tekstne kohezije. U korpusu su zabilježene i leksičke supstitucije nastale kombinacijom prvih dvaju tipova (CIII).

3.3.1. Interna supstitucija (CI). *Kalendar liječi sve rane.* (HRT 2: HF) /Izvor: *Vrijeme liječi sve rane.*/ • *Wohlbefinden geht bei einem Mann immer durch den Magen.* (Sat 1: NJF) /Izvor: *Die Liebe des Mannes geht durch den Magen.*/

3.3.2. Eksterna supstitucija (CII). *Što je vlast prije dvije godine posijala, to ćemo mi sada morati žnjeti.* (HRT 3: HP) /Izvor: *Kako posiješ, tako ćeš i žeti.*/ • *Slaven Letica ima program pod [geslom] «Na mladima dug ostaje».* (HRT 1: HP) /Izvor: *Na mladima svijet ostaje.*/ • *Haška pravda je spora, ali sigurno je skupa!* (HRT 1: HI) /Izvor: *Pravda je spora, ali dostižna.*/ • *Essen gut. Alles gut.* (RTL: NJR) /Izvor: *Ende gut, alles gut.*/ • *Preise gut, alles gut!* (RTL: NJR) /Izvor: *Ende gut, alles gut.*/

3.3.3. Kombinacija interne i eksterne supstitucije (CIII). *Kaciga glavu čuva.* (HRT 1: HD) U ovoj višestruko modificiranoj paremiji «kaciga» je stilski «jači» leksem u odnosu na «šubaru» pa se tu radi o internoj supstituciji prema izvoru: Čizma glavu čuva, a šubara ju kvari. Supstituend «kaciga» paremiju povezuje i s vanjskim kontekstom, pa je ova supstitucija istodobno i eksterna. • *Andere Länder, andere Titten.* (Pro 7: NJZ) Ova modificirana paremija nastala je eksternom supstitucijom s fonološki srodnijom uzualnom paremijom *Andere Länder, andere Sitten* i istodobnom internom supstitucijom sa sadržajno bližom uzualnom aloparemijom *Andere Städtchen, andere Mädchen*, jer

supstituend «Titten» (vulg. izraz za «dojke») u semantičkom smislu predstavlja dio supstituta «Mädchen» («djevojka»), pa je supstitut «Mädchen» u ovom slučaju supstituendov hiponim. • *Wer zu spät kommt, verpasst das Beste!* (RTL: NJR) U ovom je primjeru glavna rečenica *verpasst das Beste* interni supstituend prema izvornom supstitutu «*ist mit den Gemalten an der Wand*» /usp. izvor: *Wer zu spät kommt, ist mit den Gemalten an der Wand*/, jer su sadržaji supstituta i supstituenda vrlo bliski; s druge strane supstituend je semantički potpuno integriran u kontekst reklame u kojoj je primijenjen, pa se može istodobno protumačiti i kao eksterni supstituend u odnosu prema izvoru.

3.4. Četvrtu skupinu modifikacija (D) predstavljaju morfološke promjene sastavnica paremije, npr. promjene broja, lica, padeža, glagolskog oblika za vrijeme itd. Primjeri: *Wasa. Du bist, was du ißt.* (RTL: NJR) /Izvor: *Der Mensch ist, was er ißt.* / • *On je svakom loncu poklopac.* (HRT 1: HF) /Izvor: *Svaki lonac nađe svoj poklopac.* / • *Mi najprije trebamo očistiti svoje dvorište, pa onda ići dalje [...].* (HRT 1: HP) /Izvor: *Pometi najprije ispred svojih vrata.* /

3.5. Fonološke modifikacije (E) čine najmanju skupinu u korpusu. U svim se evidentiranim slučajevima radi i o istodobnoj eksternoj leksičkoj supstituciji (CII) a uglavnom se radi o zamjeni ili ponavljanju jednoga fonema ili jednoga sloga u užem kontekstu rečenice, čime se postiže igra riječima i dodatni humoristični efekt. *Ako sila Boga ne moli, a Bog silu ne voli, što ako treba silu primijeniti?* (HRT 1: HP) Ovdje se radi o alteriranju fonema «v» i «m» u istoj glasovnoj okolini «voli» - «moli». /Izvor: *Sila Boga ne moli.* / • *Neprihvatljiva je [...] politika na principu «reci, pa poreci» [...]; preporučujemo Sanaderu onu staru, koju i [...] prvašići znaju: Ispeci, pa reci!* (nova: HP) Slog «ci» ponavlja se u četiri riječi u rečenici, zatim se ponavljaju slogovi «pa», «po» i «pe» i konačno, fonem «p» se ponavlja u inicijalnoj poziciji u čak pet riječi u rečenici. /Izvor: a. *Reci ali ne poreci*; b. *Ispeci, pa reci.* / • *Wenn zwei sich streiten, freut sich der Brite.* (Sat 1: NJZ) Zamjenjuju se fonemi «b» i «d» u inicijalnoj poziciji u riječima «Brite» - «Dritte». /Izvor: *Wenn zwei sich streiten, freut sich der Dritte.* / • *Erst die Arbeit, dann die Kost.* (Pro 7: NJR) U inicijalnoj poziciji u riječi fonemski skup «kn» alterira s fonemom «k» u «Krost» /naziv prehrambenog proizvoda koji se reklamira/ prema «Kost». /Izvor: *Erst die Arbeit, dann die Kost.* / • [...] *und Sie wissen ja, wer zuerst kommt, zahlt zuerst!* (Pro 7: NJZ) Zamjenom fonema «m» s fonemom «z» i čestim ponavljanjem fonema «z» koji se izgovara <ts> stvara se poseban zvučni efekt koji podsjeća na zveckanje metalnih novčića. /Izvor: *Wer zuerst kommt, mahlt zuerst.* / • Sličan efekt postiže se pri reklamiranju prehrambenog proizvoda «Wasa» uslijed ponavljanja fonema «s» u morfološki i leksički nazivu toga proizvoda prilagođenoj paremiji: *Wasa. Du bist, was du ißt.* (VOX: NJR) /Izvor: *Der Mensch ist, was er ißt.* /

4. Nema strogih topoloških pravila koja bi se mogla primijeniti na paremiološke jedinice. Ovakva pravila utvrđena su samo za neke frazeološke vrste, npr. za šablonizirane pozdravne formulacije (Burger, 1998). Ipak, postoje određena mjesta na

kojima se paremije javljaju češće nego drugdje. U okvirima ovoga korpusa najviše paremija nalazi se u završnome dijelu teksta (u hrvatskom 29,96%, u njemačkom 36,36%), a manje na početku teksta (u hrvatskom 18,04%, u njemačkom 16,36%). Slične su rezultate dale i ranije vršene analize frazeološke i paremiološke građe u pisanim i govornim medijima njemačkog jezičnog prostora (Matulina 1995, 1996a, 1996b; Ayaš, 1997; Burger, 1998). U središnjim je dijelovima teksta (11) u hrvatskom televizijskom programu 51,98% paremija, a u njemačkom 49,09% paremija. Ovamo spadaju i slučajevi s paremijom kao jedinim tekstom, npr. u reklamnim porukama.

4.1. Istražili smo koji se oblici paremija najviše upotrebljavaju u pojedinim dijelovima teksta. Na početku teksta u programima hrvatske televizije paremija je najčešće uvedena kakvom metajezničnom formulacijom (AI:32,20%) ili se javlja kao dio hipotakse sindetskog tipa (AVII:22,03%), a na trećem je mjestu paremija modificirana morfološkim sredstvima (D:13,55%). U središnjem dijelu teksta najviše je paremija u izvornom obliku (22,35%), zatim paremija uvedenih metajezničnom formulacijom (AI:21,76%) i paremija u dijaloškom tekstu (BI:12,94%). Na ovoj lokaciji u tekstu u oba korpusa često se nalaze glagoli govorenja i mišljenja kao uvod u paremiju, npr. hrv. *reći, kazati, misliti, potvrditi, zaključiti, znati, (u)vidjeti* i njem. *sagen, sehen, wissen, kennen* itd, a oni su isto tako obvezna sastavnica većine metajezničnih formulacija. Primjeri: • *Što bi naš narod reko: Tko se zadnji smije, najslade se smije!* (GTV: HF) • *Japanska poslovica kaže: Ptica ne pravi gnijezdo na голу drvetu.* (HRT 1: HF) • *Vidi, vidi! Tko visoko leti, nisko pada!* (HRT 1: HF) itd. U završnom dijelu teksta javljaju se podjednako često paremija u izvornom obliku (29,59%), metajezničnom formulacijom uvedena ili nadopunjena paremija (AI:29,59%), pa onda paremija uvedena partikulama (AIII), među kojima su najčešće *no, pa, evo, jer i ipak* (8,16%).

U njemačkome televizijskom programu na početku ima najviše paremija u izvornom obliku (70%) i metajezničnom formulacijom uvedenih ili nadopunjenih paremija (AI:20%). I njemačke metajeznične formulacije najčešće sadrže glagole govorenja i mišljenja (AIV:15,38%). Primjeri: • *Mein Vater sagte immer: Der Kunde ist König.* (Pro 7: NJR) • *Sehen Sie, Blut ist dicker als Wasser!* (Sat 1: NJF) itd. U središnjem dijelu teksta u njemačkom korpusu paremija uglavnom zadržava izvorni oblik (34,61%), iza toga slijede eksterne leksičke supstitucije paremije (CII:23,97%) i paremija uvedena ili nadopunjena metajezničnom formulacijom (AI:15,38%). Na završetku teksta u njemačkome televizijskom programu najčešće se upotrebljava paremija u izvornom obliku (36,84%), zatim paremija uvedena partikulom, npr. *na, eben, ja i tja* (AIII:10,52%), metajezničnom formulacijom uvedena paremija (AI:10,52%) i paremija kao sastavnica hipotakse sindetskog tipa (AVII:10,52%).



**Tablica br. 3a: Lociranje paremija u emisijama hrvatskog televizijskog programa**

	Broj paremija	Najčešći strukturni tipovi
Početak teksta	67 (16,22%)	AI (32,20%); AVII (22,03%); D (13,55%)
Završetak teksta	122 (29,53%)	izv.par. (29,59%); AI (29,59%); AIII (8,16%)
Sredina teksta	224 (54,23%)	izv.par. (22,35%); AI (21,76%); BI (12,94%)
Ukupni broj	413	

**Tablica br. 3b: Lociranje paremija u emisijama njemačkog televizijskog programa**

	Broj paremija	Najčešći strukturni tipovi
Početak teksta	10 (15,38%)	izv.par. (70%); AI (20%); AIV (15,38%)
Završetak teksta	24 (36,92%)	izv.par. (36,84%); AIII, AI i AVII (10,52%)
Sredina teksta	31 (47,69%)	izv.par. (34,61%); CII (23,97%); AI (15,38%)
Ukupni broj	65	

5. Tražeći odgovor na pitanje tko su emitenti paremija i s kojom komunikativnom namjerom oni upotrebljavaju paremiološki materijal utvrdili smo u hrvatskome televizijskom programu pet kategorija emitenata, a u njemačkom tri: (a) glumci u igranim filmovima i TV-serijama (hrv. 98 ili 29,96% i njem. 13 ili 23,63%); (b) voditelji TV-emisija, izvjestitelji i spikeri, dakle neposredni izvoditelji televizijskoga programa (hrv. 61 ili 18,65% i njem. 19 ili 34,54%); (c) stručnjaci raznih profila (gosti u TV-emisijama) (hrv. 40 ili 12,23% i njem. Ø); (d) političari (gosti u TV-emisijama ili emitenti u političkim događajima što ih izravno prenosi televizija) (hrv. 37 ili 11,31% i njem. Ø); i (e) (anonimni) emitenti reklamnih poruka (hrv. 5 ili 1,52% i njem. 16 ili 29,09%). U ostalim primjerima iz korpusa emitent nije identificiran (hrv. 81 ili 24,77% / njem. 6 ili 10,90%). Gotovo je nemoguće odrediti aktualnu funkciju paremije ako se ona promatra kao izolirana, iz teksta izdvojena jezična jedinica (Röhrich, Mieder, 1977). Budući da je podloga za našu analizu načinjena uglavnom od izoliranih rečenica, a ne od opsežnijih ulomaka tekstova, pri određivanju funkcije paremija iz korpusa vodili smo se specifičnostima emitenta i glavnom temom TV-emisije.

5.1. Filmski glumci kao emitenti. Zanimljiva je upotreba paremija u televizijskim filmovima i humorističnim serijama. Glavni junaci ovih filmova predstavljaju obične, male ljude, uglavnom nižega stupnja obrazovanja (12) ili osobe (niže) srednje klase, a polovica su emitenata iz ove skupine muškarci (45,91%). Paremija je najčešće integrirana u dijalog u kojem u pravilu sudjeluje glavni junak i njemu bliske osobe:

supruga, djeca, rođaci, susjedi. Glavni lik (analiza je pokazala da se u većini slučajeva radi o ulozi oca) služi se paremijom kao sredstvom *pouke* i *savjeta* kojima se obraća djeci ili osobama nižega ranga, ali paremijom se koristi i kao *upozorenjem* suparniku ili mrskom susjedu (*Wer A sagt, muss auch B sagen.* /Sat 1: NJF, «Meister Krause»/), kao *utjehom* djetetu (*Nur langsam. Rom ward auch nicht an einem Tag erbaut.* /HRT 2: NJF, «Forsthaus Falkenau»/) te kao *podlogom* za *duhovit verbalni okršaj* sa suprugom ili partnericom. Primjeri: Osoba X /supruga/: *Ich sehe nichts.* Osoba Y /suprug/: *Wo nichts ist, da ist auch nichts.* (Sat 1: NJF, «Meister Krause») /Izvor: Aus nichts kann auch nichts werden./ • Osoba X /supruga/: *Wo sind [die Schlüssel]?* Osoba Y /suprug/: *[...] weiß nicht.* Osoba X /supruga/: *Was du nicht weißt, das macht mich nicht heiß.* (Sat 1: NJF, «Bračne vode»/»Love and Marriage»/) /Izvor: Was ich nicht weiß, das macht mich nicht heiß./ Najproduktivniji emitenti iz ove skupine su glavni junaci TV-serija «Meister Krause - Ordnung muss sein», «Bill Cosby Show», «Forsthaus Falkenau», «Alles Atze» i «Bračne vode». I u cjelovečernjim igranim filmovima koje prikazuje televizija glavni se junaci najčešće koriste igrom riječima i raznim vrstama preinaka paremija s namjerom postizanja *humorističnih efekata* ili kao sredstvom *intenziviranja* sadržaja, a u dijalozima kao recipijenti sudjeluju ne samo djeca i supruga nego i prijatelji i kolege glavnoga junaka. Primjeri: Osoba X /sudkinja/: *Svi smo mislili da je pravda oko za oko.* Osoba Y /privatni detektiv/: *Oko za oko i cijeli bi svijet ostao slijep.* (HRT 2: HF, «Zakon i red») /Izvor: Oko za oko, zub za zub./ • Osoba X /djevojka se obraća dvojici muškaraca koji igraju karte/: *Svrbe me leđa. Tko će me počesati?* Osoba Y /jedan od dvojice muškaraca/: *Počesi se sama, pa će te i Bog počesati!* (HRT 1: HD, ulomak iz reportaže o filmskoj divi Jeanne Moreau) /Izvor: Pomozi si sam, pa će ti i Bog pomoći./ Primjeri iz našega korpusa pokazuju da se ova kategorija emitenata najčešće koristi paremijama u dijalogu (BI), izvornim paremijama, zatim leksički modificiranim paremijama CI i CII tipa i sintaktički modificiranim paremijama AIII i AX tipa.

5.2. Izvoditelji TV-programa kao emitenti. U drugu najbrojniju kategoriju emitenata spadaju neposredni izvoditelji televizijskoga programa, a to su voditelji TV-emisija, izvjestitelji i spikeri. U 65,57% korpusa emitenti su muškarci. Ova kategorija emitenata koristi se paremijom s drukčijom komunikativnom namjerom. Prije svega, oni paremiološkim materijalom *začinjaju* svoj tekst, *stilski ga obogaćuju* i *retorički strukturiraju*. Paremija im također služi za *uspostavljanje kontakta* s gledateljima i gostima TV-emisije, najčešće kao *uvod u tekst* emisije (*inicijalna funkcija*) te kao *sažeti završetak*, *zaključak teksta* (*konkluzivna funkcija*). Navest ćemo niže nekoliko primjera za paremiju u funkciji uspostavljanja kontakta s gostom/gostima TV-emisije. Voditeljica TV-emisije «Piramida» ovim riječima započinje svoju zabavnu emisiju: *Možemo početi onom temom: Ko bi gori, sad je doli.* (HRT 1: HZ) • Voditelj «Brisanoga prostora» odabire sljedeći uvod u svoju emisiju: *I da počnemo s onom kineskom: Dabogda, živio u zanimljivim vremenima!* (HRT 1: HI) • Voditelj TV-emisije «Glamour café» integrira poznatu latinsku izreku u rečenicu kojom se na početku emisije obraća svome gostu, gospodinu Žderiću: *A na licu mjesta provjerili smo onu «nomen est omen», jel'te*

gospodine Žderiću, kako Vi ovo komentirate? (HTV 1: HZ) • Voditelj TV-emisije «Drugo lice» svoj intervju s dvije ministrice pravosuđa, bivšom i sadašnjom, započinje i završava istom porukom «žene su zle i nepouzdanе». Kao uvodom u emisiju koristi se, naime, rečenicom: *Kako kaže stara albanska poslovice: Kad si u društvu s jednom ženom, onda si u društvu s pola vraga, a kad si u društvu s dvije žene, onda si u društvu s deset vragova*, a u istom tonu i zaključuje emisiju: *Kažu Albanci da držati orla za rep a ženu za riječ, da je to ustvari jedno te isto. Dakle, na kraju – ništa.* (nova: HP) I u inicijalnoj kao i u konkluzivnoj funkciji paremija je u hrvatskom televizijskom programu najčešće uvedena ili nadopunjena kakvom metajezičnom formulacijom, a u programu njemačke televizije prevladavaju izvorne paremije. Raznovrstan paremiološki materijal pružaju također i razgovori o posebnim prigodnim temama izravnom telefonskom vezom s gledateljima izvan TV-studija. Tako je npr. na pitanje novinara *Što mislite o suđenju Slobodanu Miloševiću u Haagu?* gledatelj iz Gospića odgovorio: *Svaka rit dođe na svoj šekret!* A gledatelj iz Dubrovnika: *Tko čini zlo, zlo mu se vraća.* (HRT 1: HP) Na pitanje voditelja «Latinice» u okviru teme *Želite li da Hrvatska uđe u Europsku uniju?* jedan je slušatelj telefonom dao sljedeći komentar: *Poslužit ću se jednom poštapalicom: Ne zovu magarca na svadbu da se veseli nego da vodu nosi!* (HRT 1: HP) Komentirajući temu «Bogati i nesretni» u emisiji «Latinica» jedna je gledateljica kazala: *Ima jedna stara poslovice, koju su moji roditelji prenijeli na me, a na njih njihovi roditelji: Oteto – prokleta!* (HRT 1: HP) Primjeri iz korpusa, nadalje, pokazuju da neki izvoditelji TV-programa aktivnije i maštovitije rabe paremiološku građu nego drugi (13). Na ovome mjestu ističemo paremije dežurnoga meteorologa iz podrubrike «Vremenska prognoza» informativnoga programa hrvatske televizije: • *Jer tu vrijedi izreka: Travanjske kiše, svibanjsko cvijeće.* (HRT 1: HI) • *Rujanske su kiše, kažu neki, zlato poljima a otrov vinogradima.* (HRT 1: HI) • *A Sveta Kata [njezin je spomendan sutra] došla je nekoliko dana ranije. Negdje [gdje je jutros obilnije napadalo snijega] će zaključiti: Sveta Kata – obilata vrata.* (HRT 1: HI) Paremiološki su najproduktivnije emisije «Glamour café», «Globalno sijelo», «Latinica», «Znakovi vremena» i «007». Evo kako voditelj emisije «Znakovi vremena» započinje jedan od svojih intervjuja s gostom emisije o temi «Terorizam i islam»: *Ako sila boga ne moli, a bog silu ne voli, što ako treba silu primijeniti [...]?* (HRT 1: HP) Igra riječima na podlozi poznate poslovice poslužit će i voditeljici političke emisije «007» kao uvod: *Nekad milicija, a sada policija bila je rogata, a - kako kažu - s rogatima se ne valja bosti.* (HRT 1: HP) Među izvoditeljima njemačkoga televizijskog programa po uporabi paremiološke građe ističu se voditelji zabavnih emisija «Taff», «Talk talk», «Was guckst du?» i «Die Wochenshow». Emitenti u programu hrvatske televizije najčešće upotrebljavaju paremije uvedene metajezičnom formulacijom (AI), glagolom (AIV) i partikulom (AIII), a emitenti na njemačkoj televiziji najviše rabe izvorni oblik paremije.

5.3. Gosti TV-emisija: stručnjaci raznih profila. I u ovoj kategoriji emitenata, koja je evidentirana samo u hrvatskom korpusu, više je muškaraca (94,73%) (14). Visokoobrazovani emitenti korisnici su paremija u 89,47% korpusa. Među njima se

nalaze: akademici, znanstvenici, profesori, liječnici, ministri, filmski redatelji, pravnici, psiholozi, novinari, svećenici, operna diva, balerina, kapetan duge plovidbe itd. Analiza primjera iz korpusa pokazuje da svi oni pozivanjem na *autoritet* paremije najčešće žele *potvrditi i potkrijepiti vlastito stajalište i uvjeriti gledatelje u istinitost, neupitnost činjenica koje iznose*. Na pitanje voditelja TV-emisije «Nedjeljom u dva» (HRT 1: HI): *Je li Vas strah prije nego započnete operaciju mozga?* poznati je hrvatski neurokirurg odgovorio: *Strah je dat od Boga, stara je poslovice*. Obrazovani emitenti nerijetko posežu za latinskim i biblijskim citatima, jer žele da njihova poruka bude što dojmljivija: • *Quod licet lovi, non licet bovi. Tako [...] kaže poznata latinska poslovice*. (HRT 2: HP, «Latinica») • *[Citirat ću] onu latinsku: Vladati sobom najveći je oblik vlasti*. (HRT 3: HP, Prijenos sjednice Hrvatskoga Sabora) Uporabom latinskog izvora oni, osim toga, daju svojoj poruci uzvišeniji ton te signaliziraju svoju namjeru da žele ostati *među upućenima, distancirani* od svih onih koji ne spadaju u isti krug. Utvrdili smo da se ova grupa emitenata najviše koristi paremijama uvedenima metajezničnom formulacijom (AI), zatim podvostručenim paremijama (AXII) i paremijama integriranim u hipotaksu i parataksu sindetskog tipa (AVII i AIX).

5.4. Političare kao emitente paremija izdvojili smo u zasebnu skupinu. I ovdje najviše paremija upotrebljavaju muškarci (83,78%). Političari redovito sudjeluju u raznim emisijama TV-programa, prije svega u informativnom programu te kao pozvani gosti u emisijama zabavnoga programa i u specijalnim političkim emisijama («Forum», «Otvoreno», «Meridijan 16», «Željka Ogresta i gosti», «Nedjeljom u dva», «Brisani prostor» i dr.). Paremiološki najproduktivniji emitenti paremija iz ove skupine jesu predsjednik Republike i premijer te stranački prvaci HSP-a, HKDU-a i HDSS-a. I oni se paremijama služe isključivo s ciljem *potvrđivanja i potkrjepljivanja vlastitih stajališta*. Nacionalnom ili stranom paremiološkom baštinom (albanskom, kineskom, japanskom, engleskom itd.) političari se također služe kako bi *opravdali* svoje već učinjene ili tek planirane političke poteze, npr.: */premijer/ Ja sam siguran da se za dobrim konjem diže prašina [...]*. (HRT 1: HI, «Vijesti»); */premijer/ Za dobrim konjem diže se prašina, kaže narodna poslovice*. (HRT 1: HP, «Brisani prostor»); */predsjednik HSP-a/ Ali, znate, koga su klale zmije, boji se i gušterice*. (HRT 1: HP, «Forum») Također ih rabe i kao savjet i smjernicu za određeno ponašanje: */predsjednik Republike/ Znadu ljudi onu kinesku poslovice: Ako čovjeku želiš pomoći za jedan dan, daj mu ribu. Ako mu želiš pomoći za čitav život, daj mu udicu*. (HRT 1: HP, «Predsjednički kandidati se predstavljaju»); */predsjednik Republike/ Dalmatinci kažu: Čovik i tovar znaju više nego sam čovik*. (HRT 1: HI, «Vijesti»); */prvak HSP-a/ Ovdje bih citirao jednu staru englesku poslovice, koja kaže da svaku pobjedu treba prespavati. Tako i ja njima [HDZ-u] poručujem da sve najprije prespavaju*. (HRT 1: HP, «Rezultati izbora 2003») Mudra narodna izreka povod je i za duhovit, opuštenu dijalog između voditelja emisije i njegova gosta, npr.: *Osoba X /voditelj TV-emisije «Drugo lice»/: Evo Vam par [vojničkih] čizama, neka se nađu. Zlu ne trebalo! Osoba Y /gost u TV-emisiji, visoki funkcionar u MUP-u/: Čizma glavu čuva. Osoba X /voditelj TV-emisije «Drugo lice»/: Da, da, a šubara ju kvari*. (nova: HP, «Drugo

lice») U političkom kontekstu paremije se također rabe kao *upozorenje*, *opomena*, pa čak i *prijetnja*: *You reap what you sew*. (HRT 1: HI, 15. 9. 2001; transparent predstavnika Jugoslavije na uličnim prosvjedima protiv američke politike povodom terorističkog napada na New York); *From violence comes violence*. (HRT 1: HI, 15. 9. 2001; transparent predstavnika Austrije na uličnim prosvjedima protiv američke politike povodom terorističkog napada na New York) U ovoj tematskoj skupini najviše je paremija uvedenih metajezikom formulacijom (AI), glagolom (AIV) te glagolom i partikulom (AV).

5.5. Emitenti reklamnih poruka anonimni su, a paremijama se uglavnom koriste za reklamiranje prehrambenih proizvoda (keksa, sladoleda, juha, namaza za kruh, hrenovki itd.). U hrvatskom korpusu samo je jedan takav primjer od ukupno 7 primjera (*Odavno znamo da ljubav prolazi kroz želudac. I zato promijenite [navike]*. /HRT 1: HR/), dok je u njemačkom korpusu takvih 9 od ukupno 18 primjera (*Cremissimo Lagnese Eis. Geteilte Freude ist doppelte Freude*. /RTL: NJR/ • *Meine Oma – die konnte kochen! Liebe – die geht durch den Magen!* /Pro 7: NJR/ • *In der Kürze liegt die Würze*. /Pro 7: NJR/ • *Essen gut. Alles gut*. /RTL: NJR/). Ostale paremije (u hrvatskom 6 od 7 i u njemačkom 9 od 18) koriste se za reklamiranje odjeće ili predmeta za kućanstvo te za reklamiranje usluga u bankarstvu, trgovini i osiguravajućim institucijama (*Dobra se vijest brzo širi*. /HRT 2: HR/ • *Preise gut, alles gut!* /RTL: NJR/). U oba dijela korpusa gotovo jednu trećinu čine izvorne paremije (u hrvatskom 2 od 7, a u njemačkom 7 od 18). Modificirane paremije u hrvatskim reklamnim porukama spadaju u skupine sintaktičkih i tekstnih preoblika (AXI; AXIII+CI; BI), a u njemačkim reklamnim porukama najviše je leksički, sintaktički i fonološki modificiranih paremija (AI; AXI; CI; CI+E; CIII; D+E). Svi emitenti reklamnih poruka su muškarci.

6. Zaključak. Istražujući korpus paremija u programu hrvatske i njemačke televizije u razdoblju od 2000. god. do 2005. god., došli smo do sljedećih rezultata. U hrvatskom korpusu utvrdili smo 413 paremija, među kojima su najčešće sljedeće: *Od glave riba smrdi, a od repa se čisti*; *U zdravom tijelu zdrav duh*; *Po jutru se dan poznaje*; *Oko za oko, zub za zub*; *Na mladima svijet ostaje* i *Mi o vuku, a vuk na vrata*. U njemačkom televizijskom programu utvrdili smo u istom razdoblju 65 paremija, a najčešće su: *Reden ist Silber, Schweigen ist Gold*; *Ende gut, alles gut*; *Alles hat ein Ende*; *Morgenstunde hat Gold im Munde*; *Andere Länder, andere Sitten*; *Wenn zwei sich streiten, freut sich der Dritte*; *Der Mensch ist, was er ißt*; *Jeder Topf findet seinen Deckel*. U paremiološkom korpusu obaju televizijskih programa zajedničke su samo četiri paremije (*Tko rano rani dvije sreće grabi* / *Morgenstunde hat Gold im Munde*; *Ljubav muškarca ide kroz želudac* / *Die Liebe des Mannes geht durch den Magen*; *Šutnja je zlato, govoriti je srebro* / *Reden ist Silber, Schweigen ist Gold*; *Sve što te ne ubije, to te ojača* / *Alles, was dich nicht umbringt, macht dich stärker*), ali njih upotrebljavaju različiti emitenti u različitim komunikativnim situacijama, s različitom komunikativnom namjerom, pa čak i u različitim formalnim preoblikama. Paremiološka građa utvrđena je u svim tematskim područjima obaju televizijskih programa, i to u igranim filmovima,

u dokumentarnom i političkom programu, u informativnom i zabavnom programu te u reklamama. U vezi s lociranjem paremija u tekstovima televizijskih emisija, može se zaključiti da se i u njemačkom i u hrvatskom korpusu paremija najčešće nalazi na završetku tekstova, gdje ima izrazitu konkluzivnu, rezimirajuću funkciju. Analiza je, nadalje, pokazala da su u hrvatskom televizijskom programu najčešći emiteni paremija filmski glumci i političari, a da se u njemačkom televizijskom programu paremijama najviše koriste voditelji TV-emisija, izvjestitelji i spikeri, te glavni junaci regionalnih humorističnih TV-serija. U oba televizijska programa emiteni paremija uglavnom su muškarci: u filmovima je glavni emiten paremija stariji muškarac, često u ulozi oca, koji se paremiološkim izrazima obraća (svojoj) djeci, osobama ženskoga spola, osobama nižega ranga, te prijateljima i kolegama s posla. Kada se obraća djeci i osobama nižega ranga, ovaj emiten paremiju upotrebljava kao pouku ili savjet, a kad se obraća ženi ili prijateljima, onda je paremija uglavnom osnova za duhovitu igru riječima s isključivom humorističnom funkcijom. Političari se obraćaju čitavoj naciji, pa stoga svoje iskaze najčešće potkrjepljuju mudrim narodnim izrekama, latinskim i biblijskim citatima, kojima se pozivaju na neupitne nacionalne i povijesne vrednote. Neposredni izvoditelji hrvatskoga TV-programa paremije najčešće rabe u svrhu stilskog obogaćenja i strukturiranja teksta, a ovdje najčešće u uvodnom dijelu teksta i na njegovu završetku. Pokazalo se, osim toga, da veći dio paremija podliježe raznolikim modifikacijama, a u oba dijela korpusa najčešće su sintaktičke modifikacije.

Možemo zaključiti da u oba televizijska programa postoje uglavnom isti trendovi u uporabi paremiološke građe. Ipak, u okvirima korpusa koji nam je stajao na raspolaganju, utvrdili smo da se u hrvatskom televizijskom programu susreće više tipova modifikacija i više raznolikih kategorija emitenata koji se paremiološkom građom najčešće služe u svrhe potkrjepljivanja i potvrđivanja osobnoga stajališta. U njemačkom korpusu puno je jače izražena funkcija igre riječima, humorističnosti i komike.

### Napomene (fusnote)

(1) Prema grčkoj riječi *paroimía*, «poslovica», usp. Simeon, 1969: 21 i Klaić, 1962: 1092.

(2) Bitna odlika paremije je njen preneseni smisao, njena metaforičnost (Gülich, 1978, sek. cit. prema Burger, Buhofer, Sialm, 1982: 39). Pomoću kriterija metaforičnosti moguće je paremiju razgraničiti od ostalih frazeoloških vrsta koje imaju rečeničnu strukturu, npr. od krilatice, sentence, aforizma, maksime i drugih. Pri odabiru građe za ovo istraživanje u obzir je uzeto šire tumačenje paremije pa su u korpus uvrštene i paremije s doslovnim značenjem kao i one s prenesenim značenjem te paremije s «dvostrukim čitanjem» tj. paremije koje imaju i doslovno i preneseno značenje.

(3) Tekstove s paremijama sakupljali smo mehaničkom metodom, tj. zapisivanjem na kartice, pa je zbog velike brzine odvijanja govorenih tekstova često bilo nemoguće zabilježiti sav uz paremiju pripadajući kontekst.

(4) Obrazovni i školski program te posebne TV-emisije za djecu i mladež nisu uzeti u obzir jer se taj dio televizijskoga programa emitira u jutarnjim i ranijim poslijepodnevima.

(5) Pri analizi smo u obzir uzeli samo prijevodne ekvivalente na hrvatski, ne i paremije iz polaznog jezika. Cilj nam nije bio utvrđivanje translatorske vrijednosti hrvatskih ekvivalenata te se nismo bavili ni pitanjem stoje li paremije na hrvatskom jeziku za paremije u originalnom tekstu filma.

(6) U kategoriju «političkih» emisija nisu uvrštene samo emisije koje u televizijskom programu nose takav naziv, nego načelno i sve druge emisije koje se bave političkim temama.

(7) Iz zabavnog programa izdvojili smo igrane filmove i TV-humoristične serije, jer oni čine zasebnu cjelinu.

(8) Za razliku od dokumentarnoga programa hrvatske televizije, u kojem prevladavaju politički sadržaji i teme iz nacionalne povijesti, dokumentarni program njemačke televizije bavi se prije svega socijalnim temama, gospodarstvom i primijenjenom znanostima.

(9) «Metajezičnom formulacijom» nazvali smo uvodnu parafrazu, koja je najčešće smještena s lijeve strane paremije a kojoj je funkcija uvesti paremiju u kontekst. Na ovaj način upotrijebljene paremije najzastupljeni su strukturni tip među sintaktičkim modifikacijama: u hrvatskom su dijelu korpusa utvrđene 94 različite uvodne formulacije (23,76%), dok ih u njemačkom dijelu korpusa ima 7 (10,76%). U metajezičnoj formulaciji eksplicitnim se jezičnim sredstvima ukazuje na sve bitne karakteristike paremije kao vrste. (a) Imenicama «poslovica», «izreka», «moto», «poštapalica» itd. daje se na znanje da se radi o paremiji. (b) Kvalitativnim pridjevima «stari», «drevni», «poznati», «čuveni» itd. upućuje se na činjenicu da su paremije dijakronijski vrlo stare jezične tvorevine, a klasifikacijskim pridjevima «narodni», «domaći», «biblijski» te pridjevima što označuju narod ili jezik «latinski», «hrvatski», «židovski», «kineski», «albanski», «na jidišu» itd. upozorava se na porijeklo paremije, a u tu svrhu koriste se osim toga i različite priložne oznake, npr. «u Dalmaciji», «u Bosni», «u našoj staroj domovini», «u ovom kraju» itd. (c) I konačno, u metajezičnim formulacijama nerijetko su zastupljene imeničke skupine «naši stari», «moj djed», «moja baka», «moja majka» i slični izrazi koji upućuju na putove usmene predaje paremija sa starije generacije na mlađu.

Navest ćemo samo neke od brojnih zanimljivih primjera metajezičnih parafraza. Pritom ćemo mjesto na kojem u tekstu stoji paremija označiti kraticom «PAR».

Njemački korpus.

*Ein altes vietnamesisches Sprichwort sagt: PAR; Sie kennen das alte Sprichwort: PAR?;*

*PAR: Kennen Sie das bekannte Sprichwort?; Mein Vater sagte immer: PAR; Meine*

*Großmutter hat immer gesagt: PAR, itd.*

Hrvatski korpus.

*Ima jedna stara hrvatska poslovice: PAR; Opet će doći po onoj staroj rimskoj: PAR; Jedna zagorska poslovice kaže: PAR; U ovom kraju imamo izreku: PAR; Citirajmo onu staru narodnu: PAR; U vezi s drevnom narodnom mudrošću da PAR; Znete, u Kini sam naučio jednu poslovice: PAR; Poslovice na jidišu kaže: PAR; Naša čuvena poslovice kaže: PAR; Francuzi su izmislili jednu dobru poslovice: PAR; I što bi ribari iz moga kraja rekli: PAR; Moja mama je govorila: PAR; Djed je govorio: PAR; Moj brat kaže: PAR, itd.*

(10) «Velerizam» je poseban složeni oblik paremije, kojim se izvrcé, parodira ili na komičan način negira njen sadržaj, npr. *Was ich nicht weiß, macht mich nicht heiß, sagte der Ochse, als er gebraten wurde. «Vrijeme je novac», kaže gostioničar i u račun ubroji datum.* Samuel Weller, Dickensova figura u djelu «Pickwick Papers», rado poseže za ovakvim paremiološkim oblicima, stoga je po njemu ta vrsta dobila ime, usp. Röhrich, Mieder «Sprichwort», 1977: 11-13. U paremiološkom korpusu njemačkog televizijskog programa često je u različitim okazionalnim varijantama rabljen velerizam *Alles hat ein Ende. Nur die Wurst hat zwei.*

(11) U «središnji dio» teksta uvrstili smo i one paremije za koje nismo uspjeli identificirati lokaciju.

(12) Filmski su glumci također obrazovane osobe. Ipak, u ovoj analizi polazimo od njihove filmske uloge, dakle od simuliranoga emitenta paremije. Simulirani emitenti većine filmova, dakle obični, mali, neškolorani ljudi, odgovaraju stvarnim, realnim emitentima u svakodnevnim razgovornim situacijama.

(13) I Burger skreće pozornost na idiolektalne osobitosti govornika koje su odlučujući čimbenik izbora i upotrebe frazeoloških izraza. Istraživanja vršena na frazeološkom korpusu švicarskoga njemačkog pokazala su da među deset govornika barem jedan upotrebljava tri puta više određenih frazeoloških izraza nego ostali govornici, usp. Burger, Buhofer, Sialm, 1982: 125.

(14) «Činjenica da tolike poslovice u svim jezicima tako malo laskavo govore o ženama, jasan je dokaz da su ih stvarali muškarci», A. Gabelli, sek. cit. prema Radić, 1989: 451.

## Literatura

1. Ayaß, R. (1997). *Das Wort zum Sonntag. Fallstudie einer kirchlichen Sendereihe.* Stuttgart.



2. Bujas, Ž. (1993). Četveromjesečno «s» (dnevnik leksikografa). U: Filipović, R. (ur.). Rječnik i društvo. Zbornik radova sa znanstvenog skupa o leksikografiji i leksikologiji održanog u Zagrebu 11-13. 10. 1989. Zagreb: HAZU, 39-45.
3. Burger, H., Buhofer, A., Sialm, A. (1982). *Handbuch der Phraseologie*. Berlin - New York: Walter der Gruyter.
4. Burger, H. (1998). *Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen*. Berlin: Erich Schmidt.
5. Klaić, B. (1962). *Rječnik stranih riječi*. Zagreb: Zora.
6. Lüger, H.-H. (2005). Phraseologismen zwischen Prägnanz und Polemik: Am Beispiel französischer Politikerporträts. Burlington (Vermont): *Proverbium*, 22, 107-128.
7. Matulina, Ž. (1995). Parömie als textorganisatorisches Mittel. Ljubljana: *Linguistica XXXV*, 1, 177-188.
8. Matulina, Ž. (1996a). Upotreba poslovice u njemačkom dnevnom listu «Westdeutsche Allgemeine Zeitung». Zadar: *Radovi Filozofskog fakulteta u Zadru*, sv. 34-35 (24-25), 103-126.
9. Matulina, Ž. (1996b). Gebrauch von Sprichwörtern im kroatischen Fernsehprogramm. Burlington (Vermont): *Proverbium*, 13, 185-214.
10. Mieder, W. (1990). *International Proverb Scholarship*. New York - London: Garland Publishing, Inc.
11. Mieder, W. (1998): *Verdrehte Weisheiten. Antisprichwörter aus Literatur und Medien*. Wiesbaden: Quelle & Meyer.
12. Mieder, W., Litovkina, A. T. (1999). *Twisted Wisdom. Modern Anti-Proverbs*. Burlington (Vermont).
13. Moll, O. E. (1958). *Sprichwörterbibliographie*. Frankfurt a. M.
14. Nuccorini, S. (2002) (ur.). Phrases and Phraseology - Data and Descriptions. Sek. cit. prema Omazić, M. (2002). Stefania Nuccorini. Phrases and Phraseology - Data and Descriptions. U: *Jezikoslovlje*. 3.1-2, Osijek, 258.
15. Ptashnyk, S. (2001). Phraseologische Substitution und ihre Funktionen im Text. U: *Wirkendes Wort*, 3, 435-454.
16. Röhrich, L., Mieder, W. (1977). *Sprichwort*. Stuttgart: Metzler.
17. Simeon, R. (1969). *Enciklopedijski rječnik lingvističkih naziva*. Zagreb: Matica Hrvatska.
18. Umurova, G. (2005). *Was der Volksmund in einem Sprichwort verpackt*. Frankfurt a. M.: Peter Lang.

## Izvori paremija

1. Anić, V. (2000). *Rječnik hrvatskoga jezika*. Zagreb: Novi Liber.
2. Mieder, W. /ur./ (1992): *A Dictionary of American Proverbs*. New York – Oxford: Oxford University Press.
3. Mudrić, S. /ur./ (1994). *Latinske izreke*. Rijeka: As Team.
4. Radić, T. (1989). *Vox populi*. Zagreb: Globus.
5. Simrock, K. (1988). *Die deutschen Sprichwörter*. Stuttgart: Metzler.
6. Skarpa, V. J. (1909). *Hrvatske narodne poslovice*. Šibenik: Hrvatska tiskara

## SUMMARY

Željka Matulina

## THE PROVERB IN THE CROATIAN AND GERMAN TELEVISION PROGRAM

This paper represents the results of an analysis of a corpus of proverbs collected in the Croatian and German television program in the last five years (2000 – 2005) and focuses on the following themes: in which television programs the proverbs are used, in which parts of texts the proverbs are located, which are the formal issues of these proverbs, who are the emitters of proverbs and which is the function of proverbs in the television program.

**Key words:** *proverb, paremiology, phraseology, the paremiological modification, the language of the spoken media, the communicative functions of proverbs, pragmalinguistics*