

Inhalt

Leseempfehlung.....	XV
Leseufad zu Ihrem Interessengebiet der metaphorischen Text-Bild-Beziehungen	XIX
Leseufad zu Ihrem Interesse an Adaptionen von Weinrichs und Lakoffs & Johnsons Metapherntheorien.....	XX
Leseufad zu Ihrem Interesse an der kunstwissenschaftlichen Sicht auf die Zeitmetaphorik	XXII
0 Einführung in die Arbeit.....	XXV
1. Teil	XXV
2. Teil	XXXI
3. Teil	XXXVI
1 Sprachliche und kognitive Metaphorik	59
Einleitung.....	59
1.1 Linguistische und kognitive Metapherntheorien zur Analyse von Text-Bild-Gefügen	61
Stöckls Harmonisierung einer linguistischen und einer kognitiven Metapherntheorie	61
Weitere vorwiegend linguistische Metaphernanalysen von Text-Bild-Gefügen.....	64
1.1.1 Hartmut Stöckl (2004).....	72
Zusammenfassung.....	72
Kommentar	84
1.2 Die Metapherntheorien von Harald Weinrich (1958-76) und George Lakoff & Mark Johnson (1980)	96
Einleitung.....	96
1.2.1 Weinrichs und Lakoffs & Johnsons Metapherntheorien in der Forschung... 98	98
Einleitung.....	98
1.2.1.1 Die Rezeption von Lakoffs & Johnsons und Weinrichs Metapherntheorien in Deutschland.....	99
Die Rezeption von Lakoffs & Johnsons Buch „Metaphors we live by“	99
Die Diskussion um die Verwandtschaft der Konzepttheorie mit der Bildfeldtheorie	101
Die erste und zweite Phase der Rezeption von Weinrichs Bildfeldtheorie	106
Eine vierte Rezeptionsphase von Weinrichs Bildfeldtheorie?	110
Schaubild „Die Rezeption von Weinrichs Bildfeldtheorie“	113
1.2.1.2 Die Traditionsstränge der Bildfeldtheorie und der kognitiven Theorie des metaphorischen Konzepts.....	114
Die Ursprünge der Bildfeldtheorie	114
Das Denkmodell als Teil der Bildfeldtheorie.....	117
Eine Theorienkette zwischen Weinrichs und Lakoffs & Johnsons Metapherntheorien	126
Die Feldtheorie als Ergänzung der Theorie des metaphorischen Konzepts?.....	134
Schaubild „Die Erforschung des Metaphernsystems“	149

1.2.2	Harmonisierung und Kombination der Metaphertheorien Weinrichs und Lakoffs & Johnsons	150
	Einleitung.....	150
1.2.2.1	Das Bildfeld und das metaphorische Konzept	152
	Übergreifende und interne Strukturen	152
	Übersicht	161
	Kulturalität – Universalität.....	164
	Übersicht	173
1.2.2.2	Arten, Unterarten, Kategorien und Teilkategorien der Metapher.....	176
	Metaphernarten.....	176
	Die Lexemmetapher und die Strukturmetapher.....	176
	Übersicht	190
	Die Morphemmetapher und die Orientierungsmetapher sowie die ontologische Metapher.....	194
	Übersicht	206
	Exkurs: Ontologie und Metaphorik.....	209
	Gibt es weitere Metaphernarten und Formen neben der Metapher?	215
	Übersicht	225
	Die alltägliche und die literarische bzw. künstlerische Kategorie der Metapher	228
	Übersicht	238
1.3	Zusammenfassung	241
1.3.1	Rückblick	241
	Stöckls Metaphernanalyse von Text-Bild-Gefügen in ihrem Forschungskontext	242
	Rezeption der Metaphertheorien Weinrichs und Lakoffs & Johnsons in Deutschland.....	243
	Vernetzung der Metaphertheorien Weinrichs und Lakoffs & Johnsons mit anderen Theorien.....	245
	Vergleich des Bildfelds mit dem metaphorischen Konzept und ihre Kombination.....	250
	Übergreifende und interne Strukturen	250
	Kulturalität – Universalität.....	252
	Die Arten und Kategorien der Metapher im Vergleich zueinander und ihre Kombination	254
	Die Lexemmetapher und die Strukturmetapher.....	254
	Die Morphemmetapher und die Orientierungsmetapher sowie die ontologische Metapher.....	257
	Exkurs: Ontologie und Metaphorik.....	259
	Gibt es weitere Metaphernarten?.....	259
	Die alltägliche und die literarische bzw. künstlerische Kategorie der Metapher	261

2	Visuelle Metaphorik	263
	Einleitung.....	263
	Schaubild „Die Erforschung der visuellen Metapher“.....	266
2.1	Aldrichs Erforschung der visuellen Metapher	267
	Übersicht.....	267
2.1.1	Virgil C. Aldrich (1968/71)	267
	Zusammenfassung.....	267
	Kommentar.....	271
	Teil 1.....	271
	Teil 2.....	272
	Teil 3.....	272
	Teil 4.....	274
2.2	Aldrichs erster Ansatz: Die Kunstwerkmetapher	275
	Übersicht.....	275
2.2.1	Richard Wollheim (1987/93)	275
	Zusammenfassung.....	276
	Kommentar.....	279
	Teil 1.....	280
	Teil 2.....	282
2.2.2	Carl R. Hausman (1989)	283
	Zusammenfassung.....	284
	Kommentar.....	287
	Teil 1.....	287
	Teil 2.....	288
2.3	Aldrichs zweiter Ansatz: Die Bildinhaltsmetapher (hybride Metapher)	291
	Übersicht.....	291
2.3.1	Albert Rothenberg (1980)	292
	Zusammenfassung.....	292
	Kommentar.....	294
	Teil 1.....	294
	Teil 2.....	295
2.3.2	James A. W. Heffernan (1985)	297
	Zusammenfassung.....	297
	Kommentar.....	299
	Teil 1.....	300
	Teil 2.....	301

2.3.3	Noël Carroll (1994)	302
	Zusammenfassung.....	302
	Kommentar	306
	Teil 1.....	306
	Teil 2.....	309
2.4	Aldrichs dritter Ansatz: Typen der visuellen Metaphorik.....	312
	Übersicht	312
2.4.1	Irving Massey (1977)	313
	Zusammenfassung.....	313
	Kommentar	316
	Teil 1.....	316
	Teil 2.....	319
2.4.2	Charles Forceville (1988-2003)	320
	Zusammenfassung.....	321
	Kommentar	328
	Teil 1.....	328
	Teil 2.....	332
2.4.3	Eli Rozik (1998).....	339
	Zusammenfassung.....	339
	Kommentar	343
	Teil 1.....	344
	Teil 2.....	346
2.5	Aldrichs vierter Ansatz: Die subjektive visuelle Metapher	351
	Übersicht	351
2.5.1	Hermine Feinstein (1982)	351
	Zusammenfassung.....	352
	Kommentar	354
	Teil 1.....	355
	Teil 2.....	356
2.6	Zusammenfassung	359
2.6.1	Die Aspekte der Forschungen.....	359
2.6.2	Die logischen Bezüge zwischen den Forschungen	368
	Erster Ansatz: Die Kunstwerkmetapher.....	368
	Zweiter Ansatz: Die Bildinhaltsmetapher (hybride Metapher)	369
	Dritter Ansatz: Typen der visuellen Metapher	370
	Vierter Ansatz: Die subjektive visuelle Metapher.....	370
	Zwischen den Ansätzen	371
2.6.3	Rückblick	372

3	Zeitmetaphern in der Anzeigenwerbung und der Gegenwartskunst	375
	Text-Bild-Gefüge mit Zeitmetaphern.....	375
3.1	Die Zeitthematik im Kontext der Untersuchung	384
3.1.1	Zeit.....	384
3.1.2	Zeitmetaphorik.....	390
3.1.3	Zeit und Zeitmetaphorik in Bildern der Kunst.....	408
3.2	Orientierungsmetaphern der Zeit in Text-Bild-Gefügen	439
3.2.1	Verschiedene Zeitmetaphern in Bildern von Text-Bild-Gefügen.....	439
3.2.1.1	Die zeitlichen Orientierungsmetaphern im Kontext von Kress & van Leeuwen (1996).....	439
	Orientierungsmetaphern der Zeit in der Anordnung von Bildern.....	449
	Orientierungsmetaphern der Zeit in der Ausrichtung von Motiven.....	454
	Der fruchtbare Augenblick – implizite Zeitstufen.....	456
	Das Trompe l’Œil.....	458
	Orientierungsmetaphern der Zeit im zentralperspektivischen Bild.....	460
	Die Zeitperspektive.....	462
	Geschwindigkeit, Dynamik und Bewegung in Bildern.....	465
	Orientierungsmetaphern der Zeit in collagierten Bildern.....	466
	Die Zeit in der Grafik.....	468
	Die Zeit im Maß.....	471
	Die Zeit als Pfeil.....	473
	Die Zeit als Schleife.....	475
3.2.2	Farbliche Zeitmetaphern in Bildern von Text-Bild-Gefügen.....	478
	Die Vergangenheit.....	488
	Die Zukunft.....	491
3.2.3	Zeitmetaphern in Schrift mit Bildcharakter.....	494
	Fünf Kalligrafen von Gerhard Rühm.....	509
3.2.4	Auswertung der Untersuchungen zu den Orientierungsmetaphern.....	519
3.2.4.1	Die identifizierten Orientierungsmetaphern der Zeit in Schemata – Bildschemametaphern der Zeit.....	519
	Schaubild „Bildschemametaphern der Zeit auf der Fläche und im Flächenraum“.....	521
	Schaubild „Bildschemametaphern der Zeit in der Farbe und in der Linie“.....	522
	Vergleich der Werbeanzeigen mit den Kunstwerken: ihre Bildschemametaphern der Zeit.....	536
	Die Verteilung der drei Unterarten der Bildschemametapher auf die Werbeanzeigen und Kunstwerke.....	536
	Die Text-Bild-Disposition der Bildschemametaphern in den Werbeanzeigen und Kunstwerken.....	544
	Die Bildschemametaphern als Hinweis auf zwei zeitliche Subkulturen hinter den Werbeanzeigen und Kunstwerken.....	557

3.3	Strukturmetaphern der Zeit in Text-Bild-Gefügen	567
	Einleitung.....	567
3.3.1	Die Untersuchung	569
	Die Identifikation der Strukturmetaphern	570
	Die Analyse der Strukturmetaphern.....	570
	Die themenorientierte Deutung eines Text-Bild-Gefüges.....	571
	Die kontext- und konbildsensible Gruppierung der Strukturmetaphern im Gebrauch ..	572
	Die themenorientierte Gruppierung der Strukturmetaphern im Metaphernsystem	572
3.3.1.1	Das Modell.....	573
	Die klassischen Typen der visuellen Metapher im Modell.....	575
3.3.1.2	Die Matrix.....	576
	Die klassischen Typen der visuellen Metapher in der Matrix	580
3.3.2	Zwei Musteruntersuchungen	585
3.3.2.1	Eine Werbeanzeige von Microsoft	585
	Die Identifikation der Strukturmetaphern.....	585
	Die Analyse der Strukturmetaphern	587
	Die Deutung der Werbeanzeige in Hinblick auf ihre Zeitmetaphorik.....	589
3.3.2.2	Thomas Schütte: „Tot“ (1985).....	589
	Die Identifikation der Strukturmetaphern.....	589
	Die Analyse der Strukturmetaphern	591
	Die Deutung des Kunstwerks in Hinblick auf seine Zeitmetaphorik	596
3.3.3	Beispieluntersuchungen nach Themen	598
3.3.3.1	Anfänge	598
	Eine Werbeanzeige von Mercedes	598
	Gabriele Schmidt-Heins: „Bevor es losgeht“ (1996)	600
3.3.3.2	Beschleunigungen	601
	Bernhard & Anna Blume: „Mahlzeit“ (1985/86).....	602
	Zum Einbezug von Textelementen in die Analyse von Metaphern in Bildern.....	605
3.3.3.3	Augenblicke.....	608
	Eine Werbeanzeige von Hewlett-Packard	608
	Rosemarie Trockel: „Ohne Titel“ (1992)	611
3.3.3.4	Wartezeiten.....	613
	Eine Werbeanzeige von AEG.....	613
	Günter Brus: „Das Warten auf den Besuch“ (1982).....	616
3.3.3.5	Urlaubszeiten.....	619
	Eine Werbeanzeige für Portugal	619
	Werner Büttner: „Das Leben ist kein Urlaub“ (1986)	621
	Zur hybriden Metapher	624
	Zur Bestimmung der Richtung einer Metapher	628
3.3.3.6	Zeitzone.....	631
	Eine Werbeanzeige der Nord/LB.....	631
	Eine Werbeanzeige von Lufthansa.....	633
	Werner Büttner: „Geliebte Heimat“ (1985).....	634

3.3.3.7	Kosmos und Zeit	638
	Eine Werbeanzeige von Mercedes.....	638
	Sigmar Polke: „Sternhimmeltuch“ (1968)	641
	Zu den Unterarten der Strukturmetapher	645
3.3.3.8	Chronos.....	652
	Curt Stenvert: „Zahn der Zeit“ (1965).....	653
3.3.3.9	Jahrzehnte	657
	Eine Werbeanzeige der Deka-Fondsgesellschaft	657
	Anselm Kiefer: „20 Jahre Einsamkeit“ (1991-2000)	661
	Zur Unterscheidung von Metonymie, Vergleich und Metapher	666
3.3.4	Auswertung der Untersuchung zu den Strukturmetaphern	673
3.3.4.1	Die insgesamt identifizierten Strukturmetaphern im Modell und in der Matrix	673
	Die neuen Metapherotypen.....	675
	Die vertiefende Metapher	675
	Die überhöhende Metapher und die teilweise überhöhende Metapher	678
	Die frei abgeleitete Metapher.....	681
	Die teilweise vertiefende Metapher und die vollständige Metapher	685
	Die klassischen Typen der visuellen Metapher unter den Beispielen	687
	Die hybride Metapher.....	687
	Die vergleichende Metapher	688
	Die konbildliche Metapher und die kontextuelle Metapher.....	690
	Die Text-Bild-Metapher.....	693
	Vergleich der Werbeanzeigen mit den Kunstwerken: ihre Metapherotypen und -varianten	697
3.3.4.2	Die identifizierten Strukturmetaphern der Zeit im Modell und in der Matrix	703
3.3.4.3	Die identifizierten Strukturmetaphern der Zeit in Feldern – Bildfeldmetaphern der Zeit	710
	Schaubild „Bildfeldmetaphern der Zeit“	712
	Schaubild „Bildfeldmetaphern des Lebens“	714
	Vergleich der Werbeanzeigen mit den Kunstwerken: ihre Bildfeldmetaphern der Zeit.....	725
	Die Kategoriezugehörigkeit der Bildfeldmetaphern der Werbeanzeigen und Kunstwerke.....	725
	Die Bildfeldmetaphern als Hinweis auf zwei zeitliche Subkulturen hinter den Werbeanzeigen und Kunstwerken	732

4	Zusammenfassung der Arbeit	739
4.1	Der aktuelle linguistische Forschungskontext	739
4.1.1	Die Untersuchungen zur Orientierungsmetapher	741
4.1.2	Die Untersuchung zur Strukturmetapher	752
5	Anhang	779
5.1	Metaphernlisten	779
	18 Listen der Bildschemametaphern der Zeit	779
	Neun Listen: Die Zeit auf der Fläche, im Flächenraum und im Raum	779
	Vier Listen: Die Zeit in der Farbe	783
	Fünf Listen: Die Zeit in der Linie.....	784
	Zwei Listen der Bildfeldmetaphern der Zeit.....	786
	Erste Liste: Bildfeldmetaphern der Zeit	786
	Zweite Liste: Ergänzte Bildfeldmetaphern der Zeit.....	787
5.2	Abbildungsverzeichnis	788
	Schaubilder.....	788
	Übersichtstabellen	788
	Modelle und Matrizen.....	789
5.3	Quellenverzeichnis der Text-Bild-Gefüge	790
	Quellenverzeichnis der Werbeanzeigen	790
	Quellenverzeichnis der Kunstwerke	792
5.4	Literaturverzeichnis	796
5.5	Modellvordruck	813
5.6	Tafeln	815
5.7	Register der Text-Bild-Gefüge	861