

Konzeptuelle Metapher in den Autofachzeitschriften

1. Einleitung und Problemstellung

Es ist eine bewährte Tatsache, dass der Autojournalismus längst eine eigenständige Sprache entwickelte, die sich in ihrem Charakter von anderen Verteilersprachen abhebt. Die Texte in der Autofachpresse sind einem populärwissenschaftlichen Bereich zwischen Technik und Öffentlichkeit anzusiedeln und weisen daher zweierlei Charakter auf, der sich auch in der Metapherwelt widerspiegelt. Einerseits tendieren sie in die Richtung, Fachwissen zu ermitteln, andererseits neigen sie auch dazu, der technischen Sachlichkeit etwas mehr literarischem Charme zu verleihen. Daher sind die Texte ein interessantes Untersuchungsobjekt, besonders, wenn es um die Metaphern geht. Da dieser Aspekt der Autofachartikeln in der Linguistik kaum berücksichtigt worden ist, setzt man sich hiermit zum Ziel, es zu untersuchen. Besonders attraktiv stellt es sich aus der Sicht der kognitiven Theorie von Lakoff/Johnson dar. Als Korpus fungieren die Ausgaben von *Auto-Tests*¹, einem monatlichen Sammelband der Artikel des *Auto-Bilds*. Der Titel wurde aufgrund hoher Auflage und dadurch sprachlicher Repräsentativität gewählt.

2. Metaphertheorie

Die bekanntesten Metaphertheorien lassen sich vier folgenden Gruppen zuordnen: Interaktions-, Vergleichs-, Substitutions-, und Kognitionstheorie (vgl. Nöth, 2000:344) und betrachten diese sprachliche Erscheinung aus unterschiedlichen Perspektiven, unter denen der pragmatische Gesichtspunkt der Kognitionstheorie jener ist, der im Interesse dieses Aufsatzes bleibt.

Für weitere Erörterungen ist es dennoch vonnöten, die klassische Verstehensweise zu erfassen, um das Wesen der Metapher darzustellen. In der Rhetorik versteht man unter Metapher traditionell einen Redeschmuck, der dazu dient, die erfundenen abstrakten Gedanken und Inhalte mit Hilfe der Sprache zu materialisieren (nach Ueding/Steinbrink 1994:283-285). Jedoch nicht der Redeschmuck steht dabei im Vordergrund, sondern die

¹ Im Weiteren als AT abgekürzt.

Intention des Sprechers. Nicht also die Schönheit der Sprache, wie das Wort *Redeschmuck* vermuten ließe, ist hier der Grund für ihre Entstehung, sondern das kommunikative Ziel eines Individuums. Nach Aristoteles und Quintilian beschreibt die traditionelle Rhetorik die Metapher als ein literarisches Mittel, das auf einem verkürztem Vergleich beruht. Drei Komponenten gehören demnach zur Metapher. Es sind: *„der eigentliche Ausdruck, der durch das Bild veranschaulicht werden soll; der veranschaulichende uneigentliche, also bildliche Ausdruck; der Vergleichspunkt beider (tertium comparationis), in dem eigentlicher Ausdruck und Bild übereinstimmen und der ihre Ähnlichkeit erst hervorhebt.“*

Die Theorie wurde jedoch im Laufe der Zeit erweitert und um neue Elemente bereichert, was von Kienpointer (1999:67) an folgenden Kritikpunkten der traditionellen Metapherntheorie liegen mag: *„Die so genannte Nullstufe der Sprache vorausgesetzt, die als Ausgangsbasis der Metaphern dient, ist schwer auszumachen. Es ist kaum nachvollziehbar, warum erst eigentliche Ausdrücke vorhanden sein müssen, um diese dann durch uneigentliche zu ersetzen, zumal Metaphern – nach psycholinguistischen Untersuchungen – genauso schnell verarbeitet werden wie die direkten Ausdrücke.“*

Die Kognitionstheorie geht hingegen davon aus, dass Metaphern das Ergebnis eines Übertragungsvorgangs sind. Die Gedanken der Menschen, ihr Alltagsleben und schließlich die ganze Welt werden in den so genannten Konzepten systematisiert. Ein dem Sprecher vertrautes Ausgangschema wird demnach auf weniger vertrautes Zielschema übertragen. Ausgangspunkte sind dabei in der Regel konkret und einfach, Zielpunkte eher abstrakte und komplexere Sachverhalte. Wie das Lakoff/Johnson (1998:11), die Autoren einer weitreichendsten Theorie aus dieser Gruppe feststellen konnten, sind die Metaphern überall in der Sprache präsent:

Wir haben (...) festgestellt, dass die Metapher unser Alltagsleben durchdringt, und zwar nicht nur unsere Sprache, sondern auch unser Denken und Handeln. Unser alltägliches Konzeptsystem, nach dem wir sowohl denken als auch handeln, ist im Kern und grundsätzlich metaphorisch.

Darüber hinaus sind sie kaum als Resultate kreativer Vorgänge anzusehen, sondern besitzen einen schematischen Charakter, der sich in einer universellen Übertragbarkeit der metaphorischen Konzepte vom Individuum zu Individuum innerhalb einer Sprache manifestiert. Sie sind also erstens überall nachvollziehbar, zweitens können dieselben Schemata von mehreren Individuen gebraucht werden, indem sie vom demselben

Anfangsgerüst ausgehen. Deshalb sprechen Lakoff/Johnson nicht mehr von der Metapher, sondern von einem metaphorischen Konzept.

Die Idee der konzeptuellen Metapher besteht in der systematischen Verbindung zwischen zwei verschiedenen konzeptuellen Domänen, von denen die eine (X) als Zielbereich und die andere (Y) als Ursprungsbereich der metaphorischen Übertragung fungiert. Mittels eines Rückgriffs auf einen anderen Erfahrungsbereich erfolgt das Verstehen X als Y. Die Richtung einer metaphorischen Projektion ist aber nicht beliebig. Lakoff & Johnson behaupten, die Relation der Elemente X und Y sei unumkehrbar. Die zentrale These ihrer Theorie besagt, dass abstrakte und komplexe Zielbereiche (X) in der Regel durch den Rückgriff auf konkrete, einfache und sinnlich erfahrbare Ursprungsbereiche (Y) konzeptualisiert werden können.

Die Typologie der konzeptuellen Metapher stellt ein folgendes Schema dar:

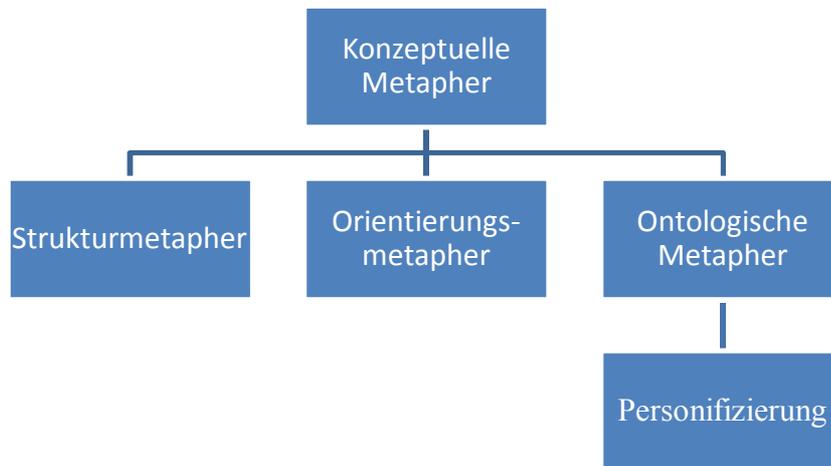


Abb. 1 Die Typologie der konzeptuellen Metapher nach Lakoff und Johnson

Wenn ein Konzept von einem anderen Konzept her strukturiert ist, haben wir mit einer Strukturmetapher zu tun. Sie ermöglicht einem Individuum einen komplizierten Bereich, ein Abstraktum zu verstehen, indem man sich auf bekannte und leichter zugängliche Bereiche bezieht. Nach diesem Prinzip wird zum Beispiel die Zeit als Geld verstanden. Diese Metapher kommt in folgenden Sätzen zum Ausdruck:

*Das **kostet** mich viel Zeit.*

*Dadurch können wir viel Zeit **sparen**.*

*Der **Zeitgewinn** ist enorm.*

*Sie haben schon viel Zeit **vergeudet**.*

Orientierungsmetapher sind dagegen mit der räumlichen Orientierung (wie: oben/unten, innen/außen, nah/fern) verbunden. Die metaphorischen Konzepte im Falle der Orientierungsmetapher haben ihre Grundlage in den physischen und kulturellen Erfahrungen der Menschen. Es lassen sich dabei folgende Beispiele für die Orientierungsmetaphern nennen:²

GLÜCKLICH SEIN IST OBEN

*Ich fühle mich heute **obenauf**.*

*Das **beflügelte** meinen Geist.*

*Ich bin heute in **Hochstimmung**.*

TRAURIG SEIN IST UNTEN

*Ich fühle mich **niedergeschlagen**.*

*Meine Stimmung **sank**.*

*Ich **verfiel** in eine **tiefe** Depression.*

GESUND SEIN IST OBEN

*Sie hat eine **hervorragende** Gesundheit.*

*Er ist in **Höchstform**.*

*Mit seiner Gesundheit geht er **bergauf**.*

KRANKHEIT UND TOD SIND UNTEN.

*Die Krankheit **warf** ihn **nieder**.*

*Eine Erkältung hat ihn **in die Knie** gezwungen.*

Ontologische Metaphern entstehen auf der Grundlage unserer Erfahrung mit den physischen Objekten der Außenwelt. Sie übertragen ein gegenständliches Konzept (wie Gefäß, Substanz, Objekt) auf Ereignisse, Ideen, Zustände oder Emotionen. Als Beleg für eine solche Auffassung von abstrakten Gegenständen nennen Lakoff/Johnson die Tatsache, dass "jeder Mensch ein Gefäß mit einer begrenzenden Oberfläche und einer Innen-Außen-Orientierung ist".³ Als Beispiele sind folgende ontologische Metaphern zu nennen:

² Lakoff/Johnson (1980/1988:22-25).

³ Lakoff/Johnson (1980/1998:39).

ZUSTÄNDE SIND GEFÄSSE

*Er ist **in** Liebe entbrannt.*

*Langsam **komme** ich **in** Form.*

*Er **fiel in** tiefe Depression.*

*Er **kam in** einen Zustand der Euphorie.*

THEORIEN SIND GEBÄUDE

*Ist das **das Fundament** Ihrer Theorie?*

*Die Theorie muss besser **untermauert** werden.*

*Diese Theorie ist **auf Sand** gebaut.*

Es gibt auch Konzepte, bei denen das physische Objekt die Gestalt einer Person annimmt. In einem solchen Fall sprechen Lakoff/Johnson von der Personifikation. Sie beruht auf dem Verleihen nichtpersonifizierten Entitäten, Merkmalen, Erfahrungen oder Tätigkeiten, die dem Menschen eigen sind; zum Beispiel:

*Diese Vorstellungen **sind** schon im Mittelalter **gestorben**;*

*Die Tatsachen **sprechen** gegen ihn;*

*Ihre Liebe ist **tot**.*

Es soll auch erwähnt werden, dass alle diese metaphorischen Konzepte einen partiellen Charakter haben. Es wird nur ein Teil des Ursprungsbereichs auf den Zielbereich übertragen.

3. Konzeptuelle Metaphern in der Autofachpresse

Wie es schon in der Einleitung angesprochen wurde, bemühen sich die Journalisten der Automobilpresse den technischen und den literarischen Bereich unter einen Hut zu bringen, was damit resultiert, dass die fachsprachlichen Ausdrücke mit Hilfe unterschiedlicher Metaphern für einen Otto-Normal-Leser klar gemacht werden sollen. Hierfür das erste Beispiel für eine Strukturmetapher:

Fahrleistungen des Motors sind wie Temperament eines Menschen

Die attributiv bzw. prädikativ benutzten Adjektive sollen im Falle der angeführten Textbelege die früher beschriebenen Eigenschaften eines gerade gefahrenen Motors hervorheben und

dabei beleben. Dadurch wird die urteilende Autorenintention untermauert und ein Eindruck von Emotionen geweckt.

- 1) (...) überrascht hier der Mazda, der mit seiner exakten Schaltung am flottesten Tempo 100 erreicht und **quirlig** am Gas hängt.
- 2) Trotz seines Leistungsmankos wirkt er subjektiv **munterer** als der **phlegmatische** Motor im Corsa.
- 3) Bei 2000 Umdrehungen wird der Diesel schlagartig **munter**, (...)
- 4) Der Zweiliter-Saugmotor ist ein starkes Stück bayerischen Motorbaus, nur im unteren Drehzahlbereich wirkt er etwas **apathisch**.
- 5) Zudem ist der 1,2 Liter-Dreizylinder-TDI deutlich **lebendiger** als der freudlose 1,6 TDI mit seiner ausgeprägten Drosselcharakteristik.
- 6) Generell wirkt der Avensis nicht ganz **vital**, die gefühllose und unpräzise Lenkung verstärkt den Eindruck. (AT, 12/2009:66)
- 7) Dieser Motor wurde zusammen mit Toyota entwickelt und macht im Cuore einen **quietschfiedelen** Eindruck. (AT, 9/2007:122)
- 8) Er fährt aber nach wie vor **behäbig**. (AT, 8/2010:24)

Die betonte Emotionalisierung der Textabschnitte wird mit Hilfe von Metaphern aktiviert, die mehr Fahrgefühl vermitteln sollen, als nur eine bloße Bezeichnung: beschleunigt schnell-langsam, und dadurch überzeugender wirken. Das versuchen die Textproduzenten durch eine Metapherkonstruktion zu realisieren, deren Zweck darauf beruht, einen Perspektivenwechsel von mechanisch-unbelebt auf lebendig-menschlich anzustellen. Dabei wird die Langsamkeit als etwas negatives und Schnelligkeit als etwas positives aufgefasst. An der Rezipientenseite sollen es indes die Vorstellungen für solche Adjektive wie *vital*, *munter*, *behäbig* usw. wachgerufen werden, die naturgemäß im Zusammenhang mit einem Lebewesen auftreten müssten.

Orientierungsmetapher

Für die Orientierungsmetapher konnten im Korpus ein paar interessante Belege gefunden werden, die eine Abstrakte Gruppe von Entitäten in eine Sphäre räumlicher Vorstellung überbringen und dort einordnen. Anhand der Bezifferung der Getriebegänge ist man davon ausgegangen, dass es einen oberen (mit höherer Bezifferung) bzw. unteren (mit geringerer Bezifferung) Gang gibt, statt eine Einteilung in länger und kürzer übersetzte Gänge vorzunehmen, was aus dem technischen Gesichtspunkt gesehen ein durchaus präziserer

Ausdruck wäre und was in dieser Fachsprache auch gepflegt wird. Reassumierend kann gesagt werden:

Das Gängeschalten funktioniert nach dem Prinzip unten-oben

8) Schade, dass die Automatik zu früh **herunterschaltet**. (AT, 12/2009:66)

9) Man sah es als größten Schwachepunkt an, da der Automat meist zu spät **hochschaltete**. (AT, 12/2009:70)

10) Die Charakteristik animiert zum entspannten Bummeln im **hohen** Gang. (AT, 9/2007:126)

11) Die Schaltvorgänge sind von **unten** nach **oben** sinnvoll aufgebaut und lassen sich sauber einrasten. (AT, 6/2010:137)

Diese Metapher hat sich schon dermaßen in die Sprache(n)⁴ eingelebt, dass ihr keine emotionalisierende Funktion zugeschrieben werden kann. Das hingegen kann zweifelsohne bei der nächsten unter die Lupe zu nehmenden Metapherngruppe festgestellt werden.

Onthologische Metapher - Personifizierung

Wiederum bemüht sich der Textproduzent mit Hilfe dieses Typs der Metapher den technischen Begriffen ein Hauch Emotionalität zu verleihen, indem menschliche Charaktereigenschaften auf das beschriebene Automobil übertragen werden. Bemerkenswert ist dabei, dass der Wagen es auf die potentielle Kundschaft absieht und auf schematische Eigenschaften dieser Gesellschaftsgruppen zurückgreift. So wird eine Luxuslimousine eines großen Formats, die von höheren Managerschichten gefahren wird, mit deren Beschaffenheit konfrontiert. Dafür ein paar Belege:

Ein Auto besitzt menschliche Eigenschaften

12) Audi A6 3.0TDI quattro: **ein respektierter Entscheidungsträger mit Durchsetzungsvermögen**. (AT, 8/2010:28)

⁴ Vgl. auch im Polnischen (wyższy i niższy bieg) und Englischen (higher and lower gear) kommt dieses Benennungsschema vor.

- 13) (...) Mercedes E350 CDI: **bewährte Persönlichkeit mit ausgeprägtem Repräsentationstalent. Vielseitig, souverän, neigt zur herrischen Art, (...).** (AT, 8/2010:28)
- 14) BMW 530d: **der neue Star im Führungszirkel. Ein jugendlich-dynamischer Machertyp - schneidig, fotogen, fühlt sich zu höherem berufen.** (AT, 8/2010:28)
- 15) Für den letzten **Karrieresprung an die Spitze** reicht es Audi nicht. (AT, 8/2010:29)
- 16) Es gibt Typen, die kommen **als Vorgesetzte** zur Welt und der Mercedes ist so einer. (AT, 8/2010:32)

Diesem Muster entsprechend werden den Automobilen kleinerer Größen, die hauptsächlich von Frauen gewählt und chauffiert werden weibliche Attribute zugeschrieben.

- 17) Sehr erwachsen tritt der erst kürzlich **aufgefrischte** Opel Corsa auf. (AT, 8/2010:28)
- 18) Von außen ist dem Corsa **die Verjüngungskur** nicht anzusehen. (AT, 8/2010:28)
- 19) Geschickt hüllt er sich in **ein spanisches Kleid** und gibt **die emotionale Südländerin.** (AT, 4/2010:24)

Interessant sieht in dieser Hinsicht die Tatsache des Produktionslandes eines Wagens aus, das menschlicher Nationalität ähneln soll. Wird der Wagen diesem Konzept nach in Frankreich produziert, kürt man ihn im Artikeltext zu einem Franzosen und das völlig abgesehen von den langwierigen Beziehungen zwischen den jeweiligen Marken, die letztendlich zu einem Autokonzern gehören und dadurch technisch weitgehend gleich sein mögen (z.B. VW-Skoda-Seat) Dazu werden oft mit Vorurteilen beladene, attribuierende Eigenschaften hinzugefügt, die dieses emotionalisierende Muster noch zu verstärken haben.

Herkunftsland des Wagens ist mit Nationalität eines Menschen gleichzusetzen

- 19) **Der Franzose** kommt erst nach 38 Metern zum Stehen.
- 20) Auch innen zeigt sich **der solide Japaner** allerdings ziemlich kanuserig.
- 21) **Der Franzose** ist **charmant** eingerichtet, auch wenn viel nacktes Blech und hartes Plastik verbaut werden. (AT, 6/2010:25)
- 22) Das leichte Untersteuern stellt kein Risiko dar, **der Schwede** wirkt aber nicht so souverän wie die Anderen im Vergleich.(AT, 6/2010:44)
- 23) **Der vernünftige Tscheche** läuft im Vergleich herber und lauter, gibt seine Leistung ungestümer ab. (AT, 12/2009:50-51)

24) Der **feurige Spanier** ist ebenfalls günstiger. (AT, 12/2009:49)

So bekommt jedes Automodell eine seinem Fahrgefühl entsprechende subjektive Nominalisierung, die sich bei jedem Leser leicht in ein vorhandenes Vorstellungsrahmen über die Welt einordnen lässt. Dadurch gewinnen die Texte an Lebendigkeit und Emotionen. Dadurch reduziert man auch den rein sachlichen Charakter der technischen Fachsprache, die für einen Laien auf lange Sicht langweilig erscheinen kann.

4. Schlussbemerkung

In der untersuchten Textsorte leisten die Metaphern einen besonderen pragmatischen Beitrag, indem sie das Emotionalpotenzial erhöhen. Konzeptuelle Metaphern steuern den Aufbau von Wagenbeschreibung durch einen Perspektivenwandel von unbelebt zu belebt, so dass beim Leser nicht nur Testwerte im Augenschein stehen sollen sondern auch positive bzw. negative Gefühle über Rückgriffe zum schematischen Wissen aktiviert werden.

Literaturverzeichnis:

Dobrovol'skij, Dimitij (1997): *Metaphernmodelle und Idiome in mündlichen Fach- und Vermittlungstexten*. In: Biere, Bernd Ulrich/Liebert, Wolf-Andreas (Hrsg.): *Metaphern, Medien, Wissenschaft*. S. 148-179. Westdeutscher Verlag.

Kienpointer, Manfred (1999): *Metaphern in der politischen Rhetorik*. Stuttgart-Weimar

Lakoff, George/Johnson, Mark(1998): *Leben in Metaphern. Konstruktion und Gebrauch von Sprachbildern*. Heidelberg (Original aus.: *Metaphors, we live by*, 1980)

Nöth, Winfried (2000): *Handbuch der Semiotik*. Stuttgart

Sandig, Barbara (2006): *Textstilistik des Deutschen*. Berlin

Ueding, Gert/Steinbrink, Bernd (1994): *Grundriss der Rhetorik*. Stuttgart-Weimar.

Metafora konceptualna w prasie motoryzacyjnej

Prasa motoryzacyjna stanowi ciekawy a mimo to niedoceniany obiekt badań lingwistycznych. Język używany w tych publikacjach meandruje między językiem fachowym techniki a językiem literackim, bądź typowo prasowym. Z pragmatycznego punktu widzenia kombinacja tych cech konstituuje powstawanie interesujących metafor konceptualnych, które przeanalizowano na podstawie teorii Lakoffa/Johnsona na materiale językowym z niemieckiego miesięcznika motoryzacyjnego Auto-Tests, będącego zbiorczym wydaniem Auto-Bild.