

JIŘINA MALÁ

## METAPHERN UND IDIOME ALS TEXTSTILISTISCHE MITTEL IN DER TEXTSORTE FILMREZENSION. DARGESTELLT AN FILMREZENSIONEN AUS DEN WOCHENMAGAZINEN „DER SPIEGEL“ UND „FOCUS“\*

### Abstrakt:

Die Textsorte Filmrezension stellt eine ergiebige Quelle für die Untersuchung der Metaphorik und Idiomatik dar, da Metaphern und Idiome in dieser publizistischen Textsorte nicht nur ihre stilistischen Funktionen als Mittel der Emotionalität und Expressivität ausüben, sondern auch als Mittel der Textkohärenz eingesetzt werden. Der vorliegende Beitrag widmet sich der Charakterisierung der textstilistischen Funktionen von Metaphern und Idiomaten in drei konkreten Filmrezensionen aus den deutschen Wochenmagazinen Der Spiegel und FOCUS.

### 1. Einleitung

In dem vorliegenden Beitrag möchte ich meine Aufmerksamkeit der Textsorte Filmrezension an Hand von Filmrezensionen in den deutschen Wochenmagazinen „Der Spiegel“ und „FOCUS“ schenken. Meiner Analyse liegen drei Filmrezensionen aus der Rubrik „Kultur – Film“ mit den folgenden Titeln und Untertiteln zugrunde:

#### 1. Drei Nesthocker auf Erlösungstrip

[Lead:] Der Regisseur Wes Anderson schickt in „Darjeeling Limited“ drei Brüder auf eine Indienreise, die bunt, traurig und magisch ist wie ein schöner Traum (In: Der Spiegel 1/2008, S. 131, von Wolfgang Höbel)

#### 2. Inderkram

[Lead:] In dem Railroad-Movie „Darjeeling Limited“ offenbart Wes Anderson eine kunterbunt-komische Kulturreise (In: FOCUS 1/2008, S. 54, von Harald Pauli)

#### 3. Citizen Hughes

[Lead:] Leonardo Di Caprio und Martin Scorsese porträtieren den geheimnisvollen US-Milliardär Howard Hughes: ein Leben für Filme, Flugzeuge und Frauen (In: Der Spiegel 3/2005, S. 126, von Urs Jenny)

Zwei Filmrezensionen beziehen sich auf denselben Film: „**Darjeeling limited**“, der Anfang 2008 in die deutschen Kinos kam. Die dritte Filmrezension

---

\* Der Beitrag entstand im Rahmen des Projekts GAČR 405/07/0652

enthält Metaphorik und Idiomatik, die mit dem Thema des Filmes im Zusammenhang steht und die Textkohärenz gewährt.

Den Ausgangspunkt für die Textanalyse bilden die textstilistischen Überlegungen. Die Textstilistik mit ihren Kategorien Textsorte, Stil und Stilmittel stellt den Rahmen für die Untersuchung von Metaphern und Idiomen als textstilistische Mittel dar. Wenn man eine Filmrezension analysieren und interpretieren will, muss man also mehrere linguistische Kategorien in Betracht ziehen. In meiner Textanalyse gehe ich von der Textstilistik aus, dann wird die Filmrezension und ihre Textsorten-Spezifität erörtert. Danach wird auf die Problematik der Metaphorik und Idiomatik und die Belege aus den konkreten Filmrezensionen eingegangen.

## 2. Textstilistische Konzeption

Die erste Frage, die man sich bei der stilistischen Textanalyse stellt, ist die Frage nach der Stilkonzeption. Bei der Textanalyse von Filmrezensionen kommt die Stilkonzeption im weiteren Sinne zur Geltung, die den Stil des Textes in seiner Ganzheit einschließt. Diese Konzeption bezieht sich auf Textsortenstile und betrachtet ihre Eingliederung in gesellschaftliche Kommunikationsbereiche und breitere kulturhistorische Zusammenhänge.

Die Stilistik im modernen Sinne ist also als Textstilistik zu erfassen, der Stil ist auf der Textebene angesiedelt, manifestiert sich im Textganzen (Kommunikationsbereich, Textsorte, Thema, Individualität des Verfassers, Epoche, Zeitgeschmack) sowie im Textdetail in der Auswahl und Anordnung einzelner sprachstilistischer Mittel: es geht um lexikalische sowie syntaktische Elemente unter verschiedenen Aspekten: Metaphern und Idiome, aber auch Neologismen, Archaismen, Fremdwörter, verschiedene Wortbildungs- und Satzkonstruktionen (vgl. Sandig 2006: 4f.).

Bei der Textsorte Filmrezension, in der viele Aspekte zusammenfließen, wird die Stilauffassung im weiteren Sinne deshalb bevorzugt, weil außer den üblichen Beschreibungen von Stilelementen und Stilfiguren auf der Textebene auch das Thema, der kulturhistorische Hintergrund, das Textsortenspezifische und u.U. auch die grafische Gestaltung (Fotos, Bilder, Infografik) mit einbezogen werden. Die Spezifik der Filmbranche spielt ebenso eine wichtige Rolle: Hier spiegeln sich unser konzeptuelles Wissen (kognitivlinguistisch als „Frame“ bezeichnet) sowie unser Sachwissen (enzyklopädisches Wissen) wider. Auf Grund dieses außersprachlichen Wissens kann der Rezipient festlegen, was zu einem Film oder allgemein zur Filmkunst gehört (vgl. Fix 2007: 347; Thim-Mabrey 2001: 122).

## 3. Textsorte Filmrezension

Jeder Text kann im Prinzip zu einer bestimmten Textsorte zugeordnet werden, wobei vorausgesetzt wird, dass Textsortenwissen mehr oder weniger zur Sprach-

kompetenz der Sprachbenutzer gehört, also eng mit unseren Erfahrungen im Umgang mit Texten aus verschiedenen Kommunikationsbereichen zusammenhängt. Die Textsorten sind als „Modelle“ zu betrachten, die sich in einer Sprachgemeinschaft auf Grund von kulturspezifischen Konventionen herausgebildet haben und die individuell gefüllt werden können, wobei die Art der sprachlichen Realisierung kommunikativer Handlungsmuster eine Rolle spielt und pragmatische Informationen der mikrostrukturellen und makrostrukturellen Erscheinungen der sprachlichen Textgestaltung wichtig sind (vgl. Sandig 2006: 5). Die Textsorten lassen sich als jeweils typische Verbindungen von kontextuellen (situativen), kommunikativ-funktionalen und strukturellen Merkmalen – hinsichtlich von Thema, inhaltlichem Aufbau und sprachlichen Mitteln – beschreiben (vgl. Thim-Mabrey 2005: 33; Brinker 2001: 135; Fix et al. 2002: 220).

Die Filmrezension wird als *meinungsbetont-persuasive* journalistische Textsorte charakterisiert (vgl. Lüger 1995: 139ff.). Textaufbau und Sprachgestaltung der Rezension hängen eng mit deren Funktion zusammen: einen (neuen) Film vorzustellen und zu bewerten. Allgemein kann man also von der informativen und appellativen Funktion sprechen (vgl. Brinker 2001: 33). Charakteristisch für die Rezension ist eine große Variabilität, die mit der Individualität des Rezensenten zusammenhängt. Die *Informationen* über den jeweiligen Film (Titel, Ursprungsland, Thema, Regisseur, Schauspieler) wechseln mit *bewertenden* Textsegmenten, in denen der Filmrezensent seine Meinung präsentiert. Die Handlungstypen DARSTELLEN und BEWERTEN des Filmes werden oft miteinander verbunden, d.h. die Stellungnahmen des Textautors sind meistens nicht klar abgesetzt, die Bewertungen sind in der gesamten Textgestaltung zu spüren, das persönliche Erleben tritt stark in den Vordergrund. Sprachlich findet das seinen Niederschlag in Formulierungen, die die subjektiven Erwartungen und Gefühle betonen. Es werden viele expressive Stilmittel (Metaphern, Idiome, syntaktische Stilfiguren, originelle Wortkombinationen, und Wortbildungskonstruktionen, Sprachspiele und verschiedene Anspielungen) verwendet, die die Argumentation unterstützen und die ebenfalls als Mittel des Humors, der Satire oder Ironie der Unterhaltung dienen können. Auch in der Schlagzeile, die die Aufmerksamkeit der Leser fesseln soll, werden oft expressive stilistische Mittel (darunter sehr oft Metaphern und Idiome) eingesetzt. Die allgemeine Tendenz, die in der letzten Zeit deutlich zu spüren ist, ist die Tendenz, Informationen und Einstellungen auf unterhaltende Art und Weise zu präsentieren, das sog. „Infotainment“ (vgl. Burger 1999: 73f.).

#### 4. Metaphorik und Idiomatik

Es muss zunächst betont werden, dass die kognitive Linguistik die Metaphorik und Idiomatik in ein neues Licht gestellt hat. Das Verständnis der Metapher als poetisches Ausdrucksmittel („Redeschmuck“ der antiken Rhetorik) sowie als Figur des Ersatzes der traditionellen Stilistik ist seit der Entfaltung der Diskussion um die Metapher als kognitiv semantisches Phänomen nicht mehr so ein-

deutig aufrecht zu erhalten. Der kognitiv-semantische Ansatz, wie er u.a. von den Linguisten G. LAKOFF, M. JOHNSON, K.-H. LIEBERT vertreten wird, betont die zentrale Rolle der menschlichen Erfahrung bei der Entwicklung bedeutungsvoller Konzepte. Das Entstehen bedeutungsvoller konzeptueller Strukturen ist zunächst auf zwei Quellen zurückzuführen: auf körperliche und interaktive Erfahrungen und auf die angeborene Fähigkeit, Aspekte dieser konkreten Erfahrungsbereiche mit Hilfe imaginativer Prozesse auf abstrakte konzeptuelle Strukturen zu projizieren. Die ersten konzeptuellen Strukturen, die man von klein auf aus seiner körperlichen und interaktiven Erfahrung mit seiner Umwelt entwickelt, sind räumlich-bildliche Schemata wie die des BEHÄLTERS, der KRAFT, von OBEN- und -UNTEN, von VORN- und- HINTEN, von ZENTRUM-und-PERIPHERIE, von TEIL-und-GANZEM, von QUELLE-PFAD-und-ZIEL. Neben räumlichen Bildschemata funktionieren als Ausgangsbasis für imaginative Prozesse konkrete Grundkonzepte für konkrete Gegenstände aus unserer realen Erfahrungswelt. Aus diesen konkreten Grundkonzepten (körperliche Aktivitäten wie Halten, Greifen, Berühren, Reisen, Essen, Kampf, Spiel sowie Körperteile, Tier- und Pflanzenwelt, Licht, Wetter, Geld und Maschinen) wird imaginativ auf abstraktere Strukturen (mentale Prozesse wie Denken, Glauben, Lernen, Vergessen, Erinnern, Gefühle, Kommunikation, Moral usw.) projiziert, die im Allgemeinen der Sinneserfahrung nicht unmittelbar zugänglich sind und sich daher für ein metaphorisches Verständnis besonders anbieten (vgl. Radden 1997: 74ff.).

Unter der Metapher versteht man also nicht mehr ein Stilmittel, das einen Sachverhalt bildhaft veranschaulicht oder als sprachliches Bild den Text „schmückt“, „sondern sie ist Teil des *Wissens* über diesen Sachverhalt sowie Teil seiner perspektivischen *Bewertung*. Gleichzeitig ist sie auf sprachlicher Ebene bei der Kommunikation neuer Gedanken unersetzlich. Sie schlägt eine Brücke zwischen dem Bekannten und dem Unbekannten, dem Konkreten und dem Abstrakten. Und sie schlägt eine Brücke zwischen Sprache und Kognition.“ (Drewer 2003: 10). Die kognitive Metaphernforschung hat den breiten Anteil von Metaphern an der Alltagskommunikation nachgewiesen, aber auch in der Medienkommunikation werden sie ganz offensichtlich spontan und unmittelbar als Sachverhaltsbezeichnungen gewählt oder geprägt, so dass in der Metapher der Reflex eines besonderen kognitiven, nicht nur sprachlichen Zugangs zu den bezeichnenden Sachverhalten vermutet wird. (vgl. Thim-Mabrey 2001: 262).

Sehr oft kommen Metaphern in Form einer festen Wortverbindung, eines Idioms vor. Es gilt jedoch das Prinzip, dass nicht alle Metaphern idiomatisch sind und nicht alle Idiome man als Metaphern bzw. Metonymien auffassen kann.

Die Idiome stellen eine wichtige, wenn nicht die wichtigste Gruppe der Phraseologismen dar und bilden somit das Zentrum der Phraseologieforschung, die auf eine lange Tradition anknüpft. Die „traditionelle“ Phraseologie, die auf die russische Phraseologieforschung (V. V. VINOGRADOV u.a.) zurückgeht und vor allem durch die Leipziger (W. FLEISCHER) und Zürcher Schule (H. BURGER) repräsentiert wird, konzentrierte sich vorwiegend auf die Systemeigenschaften der Phraseologismen, ihre Klassifizierung (neben den Idiomem werden

auch andere Klassen wie Kollokationen, Kommunikationsformeln und grammatische Phraseologismen ermittelt) und ihre textstilistischen Funktionen.

In den 80er und 90er Jahren bekommt die Phraseologieforschung ebenso wie die Metaphernforschung neue Impulse von der Kognitiven Linguistik, Kognitiven Semantik und Kultursemiotik. Die kognitiv-psychologischen Studien heben die mentalen Prozesse hervor, die die Speicherung und das Abrufen der Idiome bei der Sprachproduktion und –rezeption gewährleisten. Die „traditionelle“ Definition des Idioms als einer Lexikoneinheit, die formal gesehen aus mehreren Wörtern besteht, semantisch gesehen aber eine Lexikoneinheit bildet und ähnlich wie ein Wort gespeichert und behandelt wird, muss einer flexibleren Beschreibung des Idiom-Begriffs Platz machen (vgl. Dobrovol'skij 1997: 51). Unter Idiomen werden in der kognitiven Phraseologieforschung feste, reproduzierbare Wortverbindungen aufgefasst, die als mentale Lexikoneinheiten verarbeitet werden und sich im Unterschied zu anderen festen Wortgruppen durch einen hohen Grad an Irregularität auszeichnen (vgl. *an jmdm. einen Narren gefressen haben* vs. *etw. in Betrieb setzen*) (vgl. ebd.: 10). „Idiome sind reproduzierbare Wortkomplexe, die den Kernbereich des phraseologischen Systems ausmachen, indem sie zusätzliche Irregularitätsmerkmale in verschiedenen Kombinationen und mit *einer unterschiedlichen Intensität* aufweisen, solche wie Non-Kompositionalität, Allomorphie zwischen der formalen und semantischen Struktur, semantische Simplizität (asymmetrisch zur lexikalischen Komplexität), syntaktische Undurchlässigkeit, Fixiertheit des Konstituentenbestandes, konnotativ-pragmatische Extension der Bedeutung, 'poetische' Markiertheit der Form, unikale Konstituenten, Defektivität des Paradigmas, semantische Inkompatibilität der Konstituenten, die Unmöglichkeit der literalen Interpretation der entsprechenden Wortkette, Opakheit u.a.“ (Dobrovol'skij 1995: 48).

Die Irregularitätsmerkmale der Idiome können in verschiedenen Kombinationen und mit unterschiedlicher Intensität auftreten. Daraus ergeben sich auch unterschiedliche Idiom-Typologien: z.B. Idiome, die sich durch das Merkmal der Opakheit auszeichnen vs. motivierte Idiome mit einer nachvollziehbaren Inferenzgrundlage („phraseologische Ganzheiten“ vs. „phraseologische Einheiten“) (vgl. Dobrovol'skij 1997: 112ff.). Auch die Motiviertheit weist verschiedene Typen auf: der Motiviertheit auf Grund der Form begegnet man vor allem bei Vergleichen und Paarformeln (intensivierende Funktion): *strahlen wie ein Honigkuchenpferd, mit Mann und Maus*, die semantische Motiviertheit liegt z.B. den usualisierten Wortspielen zugrunde: *Kotzebues Werke studieren* – 'sich übergeben' (vgl. ebd.: 116f.).

Im Zentrum unseres Interesses steht die metaphorisch bedingte Motiviertheit eines Idioms, die weder im Sinne der Aktualisierung seiner wörtlichen Bedeutung noch als Bedeutungsübertragung zu verstehen ist, sondern es geht um Operationen mit den Wissensstrukturen, wie sie sich aus der konzeptuellen Metapherntheorie ergeben, und zwar um die Projizierung des relevanten Wissens vom Bildspenderbereich (source domain) auf den Zielbereich (target domain). Projiziert werden z.B. konkrete, sinnlich erfahrbare Vorstellungen auf abstrakte

oder schlecht beobachtbare Sachverhalte, die dadurch strukturiert werden. Die projizierten Vorgänge werden als *kognitive Modelle* oder *Konzepte* bezeichnet und realisieren sich in Einzel-Metaphern (z. B. *Geldquelle: meine Geldquelle ist versiegt*) oder in metaphorischen Verbindungen (z.B. *Idiom an der Quelle sitzen* – ‚gute Verbindungen zu etw. haben und daher zu besonders günstigen Bedingungen zu etw. gelangen, damit auch zu Geld‘) (vgl. Dobrovol'skij 1997: 117ff.; Burger 1998: 81).

Eine wichtige Rolle spielen die Fragen der metaphorischen Motivationen durch Kultursymbole. Jeder Mensch lebt in seinem kulturellen Raum, dessen Kultur durch semiotische Systeme verschiedener Art konstituiert wird. Die Idiome, die einen symbolischen Wert tragen (Idiome, die z.B. gewisse Tierbezeichnungen, Farben, Zahlen als Komponenten enthalten), verlangen die Einbeziehung extralinguistischer Phänomene, darunter vor allem des kulturellen Wissens (vgl. Roos 2001; Dobrovol'skij/Piirainen 1996; Dobrovol'skij 1997). So symbolisiert GOLD in unserer Kultur etwas besonders Wertvolles, Gutes und Erstrebenswertes, was auch in der Wortverbindung *der goldene Mittelweg* – ‚eine angemessene, vermittelnde Lösung eines Problems, Konflikts‘ zum Ausdruck kommt. In Bezug auf die Filmrezensionen kommt der metaphorisch und symbolisch bedingten Motiviertheit der Idiome die größte Bedeutung zu.

## 5. Metaphern und Idiome in den Filmrezensionen

Bei der Beurteilung der stilistischen Leistungen von Metaphern und Idiomem aus der Sicht der „traditionellen“ Stilistik werden vor allem ihre Anschaulichkeit, Emotionalität und Expressivität hervorgehoben. Diese Konstatierung, speziell auf die Idiome bezogen, ergibt sich daraus, dass die Idiome verschiedenartige Konnotationen aufweisen, da sie an gewisse Stilschichten gebunden (umg., salopp, derb, gehoben) und mit verschiedenen stilistischen Markierungen versehen sind. Bei W. FLEISCHER (1997: 198) kommt im Hinblick auf die Expressivitätssteigerung als eine der Hauptfunktionen der Idiome ihren konnotativen Qualitäten besondere Bedeutung zu. Die Feststellung, dass die Idiome expressiv wirken, reicht jedoch angesichts der neueren kognitiven Konzeption nicht aus. „Es gilt als eine Binsenweisheit der Phraseologieforschung, dass idiomatische Wortgruppen zur Verständigung über Dinge des Alltagslebens oft weit besser geeignet sind als entsprechende freie Lexemverbindungen, weil sie als *treffender*, *griffiger* und *aussagekräftiger* empfunden werden, also eine expressive Wirkung besitzen.“ (Dietz 1999: 2).

Die Metaphern und Idiome sind im Stande, mehr zu leisten. Sie tragen als Bestandteile der semantischen Felder oder „Frames“ auf der Inhaltsebene zur Textkohärenz bei. Semantische Felder oder „Frames“ sind Wissensrahmen, die es in Texten erlauben, kohärente Begriffs- und Assoziationsnetze zu aktivieren. Es handelt sich um Mittel der emotionalen und argumentativen Lesersteuerung, mit denen sozial eingespielte Stereotype und Konzeptualisierungen aufgerufen und

im Sinne der Textintention verknüpft werden können. Im Text finden wir sie z.B. als einzelsprachtypische und kulturell verankerte idiomatische Wortbildungskonstruktionen und Phraseologismen, die zum eingespielten Wissensbestand einer Sprachgemeinschaft gehören (vgl. Holly 2007: 398).

So kommt in der Filmrezension **Drei Nesthocker auf Erlösungstrip** gleich im 1. Absatz nach dem Lead, in dem der Film-Titel „**Darjeeling Limited**“ vorgestellt wird, das Idiom *etw. ist nicht jedermanns Tasse Tee* – „etw. ist nicht jedermanns Geschmack“ als bewertende Handlungsfolge vor, denn mit Darjeeling wird vor allem eine erlesene Teesorte assoziiert:

(1) [Lead]: Der Regisseur Wes Anderson schickt in „Darjeeling Limited“ drei Brüder auf eine Indienreise, die bunt, traurig und magisch ist wie ein schöner Traum. [1. Abs.]: Dieser Film ist *nicht jedermanns Tasse Tee*, das lässt schon der Titel ahnen. *Eltern* beispielsweise sollte man vor ihm warnen – nicht, weil hier gutangezogene, wohlgesittete junge Menschen sich bedenkenlos Drogen in ihre Drinks kippen, fortwährend paffen und auch sonst potentiell schädliche Dinge praktizieren wie schnellen Sex auf einer Zugtoilette. Sondern weil dieser Film auf poetische Weise eine Untat anklagt, die *fast alle Eltern* begehen: die Schurkerei, *Kinder* eines Tages allein zu lassen in einer Welt, in der sie sich verloren fühlen.

Die Filmrezension in FOCUS, die sich durch nüchterneren Stil, dafür aber mehr Infografik (zwei Fotos mit ausführlicheren Untertiteln) auszeichnet, führt dagegen im 1. Absatz schlichte Erklärungen ohne jegliche Metaphorik und Idiomatik auf:

(2) Der „Darjeeling Limited“ – das zweite Wort steht für luxuriöse Züge – führt mitnichten nach *Darjeeling*, in jenen Höhenkurort, der hauptsächlich für seinen *erlesenen Tee* berühmt ist.

Beiden Filmrezensionen ist jedoch das semantische Feld „**Familie**“ gemeinsam, denn das Thema des Filmes sind Familienkonstellationen, genau eine Familie, die aus drei ungleichen Brüdern, dem vor kurzem verstorbenen Vater und einer Mutter, die ein buntes Hippie-Leben hinter sich hat und nun als Nonne in Indien lebt, „besteht“. Einzelllexeme *Eltern, Kinder, Vater, Mutter* sowie metaphorische Bilder in Komposita wie *Muttertier* (Der Spiegel), *Un-Väter und Über-Mütter* (FOCUS), Periphrasen: *die Frau, die sie in die Welt gesetzt hat, hippiehafte Egoistin* (Der Spiegel), *Frau Mutter, die sich [ ...] als biedere Nonne entpuppt* (FOCUS), Metonymien: *Kindsköpfe* für die Brüder (Der Spiegel) durchziehen wie rote Fäden (vgl. Schwitalla 2007: 113) beide Texte und sind Bestandteile bewertender Aussagen über den Film und seinen Regisseur sowie über die heutigen Familienverhältnisse<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Das Thema der Hippie-Mütter, die ihre Kinder verlassen haben und/oder ein alternatives Leben führen, kommt häufig in der gegenwärtigen Kinematographie sowie Literatur vor, z.B. in dem Roman des kontroversen französischen Schriftstellers Michel Houellebecq „Elementarteilchen“.

(3) In den skurrilen Filmen dieses eigenwilligen Post-New-Hollywood-Auteurs (...) *ringt* meist *das Kind im Manne mit bizarr-verzweigten Familienverhältnissen*, belastet von Un- Vätern und Über-Müttern, Versagenängsten und Verlustergebnissen. (FOCUS)

Der Autor der FOCUS-Rezension verwendet hier eine Metapher für das Familienleben: Die Familie kann einen KAMPF darstellen, mit allen möglichen Verlusten und Versagen.

Der Autor der Spiegel-Rezension spielt in seinen Bewertungen des Films und des Regisseurs mit einer originellen und expressiven Wortkombination auf Sigmund Freud an, der sich in seiner Psychoanalyse auch mit familiären Konstellationen befasste:

(4) Man kann Andersons *Hauruck-Freudianismus*, in dem *mit Schuldkomplexen hantiert* wird wie in der klassischen Slapstickkomödie mit *Sahnetorten*, als üblen Manierismus *verteufeln*. Aber ein hinreißender Film ist „Darjeeling Limited“ in jedem Fall...

Und er setzt in der Pointe die Metapher LEBEN ist KAMPF ein, ein Leben, in dem die Familie als NEST, d.h. Ort der Geborgenheit, funktionieren sollte, funktioniert aber nicht:

(5) Den drei Helden aber bleibt nichts anderes übrig, als mit neuem Mut, jeder auf sich allein gestellt, den *Kampf* aufzunehmen mit einem Leben, das ihnen keine Wahl lässt: Die Rückkehr ins *Elternest* ist definitiv *ausgeschlossen*.

In dem letzten Absatz wird der Bogen zur Schlagzeile gespannt: die drei *Nesthocker* finden keine Rückkehr ins *Elternest*.

Die Filmrezension des biographischen Films über den geheimnisvollen US-Milliardär Howard Hughes **Citizen Hughes** (Anspielung auf „Citizen Kane“ von Orson Welles – Abs. 7) nutzt vor allem die Orientierungsmetaphern OBEN IST GUT und UNTEN IST SCHLECHT aus. Der Held erlebte viele Höhenflüge, nicht nur als Flieger, Pionier der Aviatik, sondern auch weil er reich war und in die Filmindustrie investierte und Erfolg bei Frauen hatte: die Alliteration im Lead bringt es deutlich zum Ausdruck: *ein Leben für Filme, Flugzeuge und Frauen*. Schließlich kam es aber zu seinem Fall, er ist wahnsinnig geworden. Der Wahnsinn als eine abstrakte Kategorie wird zunächst durch die Metaphorik aus dem Bereich der wilden Tiere veranschaulicht, denn er ist genauso unberechenbar und gefährlich wie das Verhalten wilder Tiere:

(6) [1. Abs.] Große Männer haben große *Macken*. Wen die Götter vernichten wollen, den *schlagen sie mit Wahnsinn*.

[4. Abs.] ... doch hinter dem Lächeln *lauerte eine monströse Egomanie*, und dahinter, noch tiefer, ein *paranoider Wahnsinn*, der Schritt um Schritt mit selbsterstörerischer *Dynamik sein Leben verschlang*.

Als Assoziation auf den Wahnsinn kommt im darauf folgenden Absatz das einzige Idiom in dieser Filmrezension vor:



(7) [5. Abs.] An Howard Hughes hat man sich erstaunlich lange nicht herangetraut. Doch dann kam ein junger *Himmelsstürmer*, **der einen Narren an der Figur gefressen hatte**: Leonardo DiCaprio.

Das Idiom. *einen Narren an jmdm., an etw. gefressen haben* (umg.) – ‘jmdn., etw. sehr gern haben’ hat der Rezensent wahrscheinlich auf Grund der Assoziationskette *Wahnsinn – Narr* eingesetzt. Das Idiom drückt zum einen sehr treffend das Engagement von Leonardo di Caprio für diesen Film aus, zum anderen spielt es eine zentrale Rolle im Textverlauf: es gewährt einen Übergang von den Textsegmenten, die das Leben von Hughes schildern, zu den Textsegmenten, in denen der Film als Kunstwerk dargestellt und bewertet wird.

Zu der antonymischen Metaphorik OBEN – UNTEN tragen die Wortbildungsmittel (Präfixe *auf-* und *ab-*) bei:

(8) [8. Abs.] Es (das Drehbuch – J.M.) beschränkt sich auf jene zwei Jahrzehnte ..., in denen der Sonnyboy mit der reptilienschnellen Intelligenz, als *Aufsteiger* in einer Aura von Unbesiegbarkeit sein Imperium schuf, und es gibt doch den anfangs harmlosen Symptomen der Schwerhörigkeit und der *Paranoia* genug Schärfe, um das späte Abtrudeln des Überfliegers in die einsame Hölle des Wahns zu signalisieren.

Die metaphorische Antonymie bildet auch die Pointe dieser Rezension, in der der Rezensent das Leben und den Fall des Haupthelden gleichzeitig mit der schauspielerischen Leistung von Leonardo di Caprio (nicht besonders positiv) bewertet:

(9) Leonardo di Caprio verkörpert einerseits eindringlich die Verzweiflung des Strategen, der mit wachen Verstand selbst wahrnimmt, wie er den Verstand verliert; und er glüht andererseits in der *Euphorie des Fliegers*, der sich nur allein hoch oben im Cockpit glücklich und frei fühlt... – doch einen Grundzug dieses Mannes vermag auch er nicht zu überspielen: *Sein Fall* hat keine Tragik; er lässt einen kalt.

## 6. Fazit

Wie sich aus den Textanalysen ergibt, begegnet man den Metaphern in den Filmrezensionen fast auf Schritt und Tritt als textkonstituierenden und inhaltlichen Bestandteilen. Es ist dadurch zu erklären, dass die Metaphern als Prinzipien menschlicher Wahrnehmung und Wissensorganisation, als äußere Manifestation des inneren Vorgangs, des Denkens in Modellen und „Konzepten“ funktionieren.

Die Idiome dagegen sind in den untersuchten Texten sehr wenig vertreten. Wenn sie vorkommen, markieren sie wichtige Stellen im Text (Beispiel: *einen Narren an der Figur gefressen haben* an der Schnittstelle von zwei inhaltlichen Textsegmenten), wecken Aufmerksamkeit, sind Bestandteile der assoziativen Prozesse im Denken (Beispiel: *nicht jedermanns Tasse Tee sein*). Bei den Idiomem geht es ebenso wie bei den Metaphern darum, wie sie im Rahmen der Handlungsstruktur eingesetzt werden: sie dienen zur Pointierung, Hervorhebung, Intensivierung.

Die Metaphern und Idiome üben in meinungsbetont-persuasiven Textsorten wie der Filmrezension bewertende Handlungen aus und tragen dazu bei, die Gedanken des Rezensenten auf originelle und kreative Weise zu vermitteln.

### LITERATURVERZEICHNIS:

- BRINKER, Klaus (2001): *Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden*, 5. Auflage. Berlin: Erich Schmidt
- BURGER, Harald (1998): *Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen*. Berlin: Erich Schmidt
- BURGER, Harald (1999): *Phraseologie in Fernsehnachrichten*. In: *Wörter in Bildern – Bilder in Wörtern* (Hrsg. von Baur/Chlosta/Piirainen). Baltmannsweiler. S. 71–106
- DIETZ, Hans-Ulrich (1999): *Rhetorik in der Phraseologie. Zur Bedeutung rhetorischer Stilelemente im idiomatischen Wortschatz des Deutschen*. Tübingen: Max Niemeyer
- DOBROVOL'SKIJ, Dmitrij (1995): *Kognitive Aspekte der Idiom-Semantik. Studien zum Thesaurus deutscher Idiome*. Tübingen: Max Niemeyer
- DOBROVOL'SKIJ, Dmitrij (1997): *Idiome im mentalen Lexikon. Ziele und Methoden der kognitivbasierten Phraseologieforschung*, WVT Wissenschaftlicher Verlag Trier 1997
- DOBROVOL'SKIJ, Dmitrij / PIIRAINEN, Elisabeth (1996): *Symbole in Sprache und Kultur. Studien zur Phraseologie aus kultursemiotischer Perspektive*. Bochum: Universitätsverlag Dr. N. Brockmeyer
- DREWER, Petra (2003): *Die kognitive Metapher als Werkzeug des Denkens. Zur Rolle der Analogie bei der Gewinnung und Vermittlung wissenschaftlicher Erkenntnisse*. Gunter Narr Verlag Tübingen
- FIX, Ulla / POETHE, Hannelore / YOS, Gabriele (2002): *Textlinguistik und Stilistik für Einsteiger. Ein Lehr- und Arbeitsbuch*. 2., korrigierte Auflage. Frankfurt am Main: Peter Lang
- FIX, Ulla (2007): *Zugänge zu Textwelten. Linguistisch-literaturwissenschaftliche Möglichkeiten, in die Geschlossenheit eines Erzähltextes einzudringen*. In: *Linguistische Hermeneutik. Theorie und Praxis des Verstehens und Interpretierens* (Hrsg. von Fritz Hermanns/Werner Holly). Tübingen: Max Niemeyer, S. 333–356
- FLEISCHER, Wolfgang (1997): *Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache*. 2., durchgesehene und ergänzte Auflage. Tübingen: Max Niemeyer
- HOLLY, Werner (2007): *Audiovisuelle Hermeneutik. Am Beispiel des TV-Spots der Kampagne „Du bist Deutschland“*. In: *Linguistische Hermeneutik. Theorie und Praxis des Verstehens und Interpretierens* (Hrsg. von Fritz Hermanns/Werner Holly). Tübingen: Max Niemeyer, S. 387–426
- LAKOFF, G., JOHNSON, M. (2002): *Metaforý, kterými žijeme*. Brno 2002
- LIEBERT, Wolf-Andreas (1992): *Metapherbereiche der deutschen Alltagssprache. Kognitive Linguistik und die Perspektiven einer Kognitiven Lexikographie*. Peter Lang, Frankfurt/M. 1992
- LÜGER, Heinz-Helmut (1995): *Pressesprache*. 2., neu bearbeitete Auflage. Tübingen: Max Niemeyer
- PÜSCHEL, Ulrich (2007): *Ein Frühstücksgespräch bei Theodor Fontane. Die handlungssemantische Textanalyse als interpretative Stilistik*. In: *Linguistische Hermeneutik. Theorie und Praxis des Verstehens und Interpretierens* (Hrsg. von Fritz Hermanns/Werner Holly). Tübingen: Max Niemeyer. S. 281–299
- RADDEN, Günter (1997): *Konzeptuelle Metaphern in der kognitiven Semantik*. In: *Kognitive Linguistik und Fremdsprachenerwerb*, Hrsg. von Wolfgang Börner/Klaus Vogel, 2. Auflage. Gunter Narr Verlag Tübingen 1997, S. 69–87
- ROOS, Eckhard (2001): *Idiom und Idiomatik. Ein sprachliches Phänomen im Lichte der kognitiven Linguistik und Gestalttheorie*. Shaker Verlag Aachen
- SANDIG, Barbara: (2006): *Textstilistik des Deutschen*. Berlin, New York: de Gruyter

- SCHWITALLA, Johannes (2007): Metaphern als Mittel der Textkohärenz. In: *Studia germanistica. Acta facultatis philosophicae universitatis ostraviensis. Sborník prací OU č. 2, 233/2007*, S. 107–121
- THIM-MABREY, Christiane (2001): *Grenzen der Sprache – Möglichkeiten der Sprache. Untersuchungen zur Textsorte Musikkritik*. Frankfurt am Main: Peter Lang
- THIM-MABREY, Christiane (2005): *Stilnormen als Textsortennormen. Korrektur und Beratung zu Texten von Schülern und Studierenden*. In: Adamzik, Kirsten/Krause, Wolf Dieter: *Text-Arbeiten. Textsorten im fremd- und muttersprachlichen Unterricht an Schule und Hochschule*. Gunter Narr Verlag Tübingen 2005, S. 31–43

