

Mikulová, Anna

Metaphorik, Überzeugungskraft, Bewertung : (Anhand von Sachtexten aus Internet-Seiten und Publizistik aus dem Bereich der Krankheitsversicherungen und des Gesundheitswesens)

Brünner Beiträge zur Germanistik und Nordistik. 2004, vol. 18, iss. 1, pp. [145]-162

ISBN 80-210-3499-8

ISSN 1211-4979

Stable URL (handle): <https://hdl.handle.net/11222.digilib/106064>

Access Date: 21. 02. 2024

Version: 20220831

Terms of use: Digital Library of the Faculty of Arts, Masaryk University provides access to digitized documents strictly for personal use, unless otherwise specified.

ANNA MIKULOVÁ

METAPHORIK, ÜBERZEUGUNGSKRAFT, BEWERTUNG (Anhand von Sachtexten aus Internet-Seiten und Publizistik aus dem Bereich der Krankheitsversicherungen und des Gesundheitswesens)

Metapher

Es können wohl in der Geschichte der Linguistik des XX. Jhs. verschiedene „Wenden“ verzeichnet werden; uns geht es um eine, die auf den ersten Blick vielleicht eher unauffällig wirken dürfte, ihre Folgen für die allgemeine Sprachauffassung jedoch von Bedeutung sind: Es handelt sich um eine grundlegende Veränderung im Verständnis der Metapher. Während bis in die dreißiger Jahre des vergangenen Jahrhunderts die Metapher bloß als ein „Schmuck der Rede“ verstanden worden war, wird sie in neuer Zeit als ein integraler Bestandteil der Sprache aufgefasst, unsere sprachliche Auffassung der Welt sei in einem „Metaphergewebe“ erfasst. Hartmut WINKLER erwähnt in seinem Artikel den Aufsatz von Max BLACK *Die Metapher*, der im Jahre 1936 erschien und einen Durchbruch zu einer neuen Auffassung der Metapher bedeutete.¹

Ehe wir jedoch diese „moderne“ Auffassung der Metapher vorzustellen bemüht sein werden, finden wir es angebracht das „klassische“ Verständnis der Metapher mindestens kurz zu erwähnen: Fritz MAUTHNER schreibt in seiner Abhandlung *Die Metapher*, dass der Begriff Metapher in Wort und Bedeutung auf ARISTOTELES zurückgeht. „So gilt seit zweitausend Jahren die Metapher für die (bewusste) Übertragung vom weiteren Begriff auf den engeren, oder vom engeren Begriff auf den weiteren“.²

In der klassischen, rhetorischen Auffassung war die Metapher als ein impliziter Vergleich aufgefasst. Hier ist das bekannte Tertium comparationis immer ein höherer Begriff: z.B. wenn man *Haar wie Kohle* sagt, ist es die Farbe. An dem Erratenlassen des Vergleichszeichens liegt es, dass die Metapher poetischer

¹ Vgl.: WINKLER, Helmuth: *Metapher, Kontext, Diskurs, System* in: Kodikas/Code. Ars Semiotika. Vol 12 (1989), Nr.1/2, S.21–40. Ich zitiere die WEB-Veröffentlichung der Abhandlung: vgl.: <http://www.uni-paderborn.de/~winkler/metapher.html>. S. 1.

² Vgl. MAUTHNER, 1982, S. 1.

als ein expliziter Vergleich wirkt.³ MAUTHNER setzt seine Vergleichnis-Erklärung der Metapher fort und führt als Beispiel das metaphorische Sprichwort: *Vorsicht ist die Mutter der Weisheit* an; hier liegt es auf der Hand, dass sich die Weisheit zur Vorsicht, wie die Tochter zur Mutter verhalte und das Tertium comparationis ist, dass die Mutter die Tochter erzeugt habe, oder ev. auch dass die Tochter der Mutter ähnlich und gehorsam sei.⁴

In der traditionellen Auffassung wurde die Metapher als ein bildlicher Ersatz des „eigentlichen“ sprachlichen Ausdrucks (in diesem Sinne habe also jede Metapher ihren wörtlichen Ausdruck auf den sie zurückgeführt werden könne) interpretiert.⁵ Von BLACK wird nun die Metapher, als eine „Integration“ beschrieben: *„Ausgangspunkt ist das Befremden, daß der metaphorische Ausdruck in seinem konkreten textuellen Umraum thematisch nicht recht zu passen scheint; eine Metapher also, sagt Black, sei nur dann zu verstehen, wenn die Differenz überwunden und die Bedeutung des metaphorischen Ausdrucks und die des Kontextes miteinander abgeglichen werde.“*⁶ BLACK führt das Beispiel der metaphorischen Aussage, der Mensch sei ein ‚Wolf‘ an. Es werden die Eigenschaften, die normalerweise dem Wolf zugeschrieben werden, auf den Menschen ‚projiziert‘. Er nimmt also an, dass es in der Sprache für jeden Begriff ein System von Merkmalen und Eigenschaften gibt, mit dem es als Wissen im Umfeld des Begriffs zu rechnen gilt, und dass dieses Wissen im Falle der metaphorischen Verwendung in anderen Kontexten und auf andere Gegenstände übertragen werden könne.⁷ Black ist bemüht mit aller Deutlichkeit die Ansicht zum Ausdruck zu bringen, dass es sich da um ein konventionelles Wissen handle, das in einer gesellschaftlichen Vereinbarung verankert sei, von den Kategorien der Wahrheit oder Unwahrheit völlig unabhängig sei; aus diesem Grunde spricht BLACK nicht von ‚Eigenschaften‘, sondern von einem ‚System assoziierter Gemeinplätze‘.⁸ Was den Zusammenhang zwischen Metapher und den Konventionen der jeweiligen Sprachgemeinschaft betrifft, kann man wohl dieser Überzeugung sicher zustimmen, denn gerade auf Grund dieser – man dürfte wohl sagen – kulturellen Konventionen ergeben sich Unterschiede im „Metapher-System“ der Einzelsprachen; in diesem Sinne sind die kulturellen Unterschiede zweifellos höchst interessant gerade auf Grund der unterschiedlichen metaphorischen Gestaltung identischer semantischer Gehalte.⁹ An dieser Stelle möchten wir noch einmal die von uns oben zitierte Abhandlung von MAUTHNER erwähnen: Er macht nämlich auf das unbewusste Personifizieren der Kinder und

3 Vgl. ebd. S.2.

4 Vgl. ebd. S. 2.

5 Vgl. WINKLER, 1989, S 1.

6 Vgl. ebd., S. 1–2.

7 Vgl. ebd., S. 2.

8 Vgl. ebd., S. 2.

9 Vgl. MIKULOVÁ, 2003a S. 27.

der Naturvölker aufmerksam, das für das menschliche Denken von entscheidender Wichtigkeit sei; auf dieser Gewohnheit des Personifizierens beruhe die tiefste Schablone des Denkens, der Begriff der Kausalität. Der Metapher liege ein noch elementareres Bedürfnis zugrunde, das des psychologischen Vergleichs.¹⁰

Die Linguistik ist jedoch bemüht bei der Erforschung des Wesens der Metapher die außersprachlichen Momente möglichst auszuklammern: in diesem Sinne ist der Begriff der Konnotation von zentraler Bedeutung. Bei jedem sprachlichen Ausdruck können zwei Klassen von Eigenschaften unterschieden werden: Einerseits diejenigen, die als notwendige Bedingungen für die korrekte Anwendung des Ausdruckes angesehen werden können, andererseits solche, die zur Nebenbedeutung des Ausdrucks gehören.¹¹

Der Mechanismus der Verwendung eines sprachlichen Ausdrucks ist also einfach: Jeder sprachliche Ausdruck verfügt über eine gewisse Anzahl von semantischen Merkmalen (Eigenschaften), welche man je nach der Bedeutung des Ausdrucks in die Denotations- und Konnotationsmerkmale einteilen dürfte. Bei der Verwendung des Ausdrucks im Kontext wird ein Teil seiner semantischen Merkmale aktualisiert. Die entscheidende Frage lautet wohl, was bei der metaphorischen Verwendung eigentlich aktualisiert wird. Die Antwort könnte sein, es seien nicht die Denotations- sondern die Konnotationsmerkmale.¹² Dieser Lösung dürfte wohl in dem Sinne zugestimmt werden, dass der Teil, der bei der metaphorischen Verwendung aktualisierter Merkmale spezifisch ist, sich von der wörtlichen Verwendung unterscheidet. In dieser Auffassung sind die Qualitätskriterien ausschlaggebend; ich würde jedoch gern auch auf die quantitativen Gesichtspunkte hinweisen: Man sollte sich nämlich dessen bewusst werden, dass bei der wörtlichen Verwendung eines sprachlichen Ausdruckes nicht nur seine Denotations-, sondern auch die Konnotationsmerkmale mindestens potenziell aktualisiert werden, während bei der bildlichen Verwendung es vor allem die Konnotationsmerkmale sind, die wichtig sind, denn die Denotationsmerkmale passen in den Kontext in der Regel nicht logisch. Bei der wörtlichen Benutzung eines sprachlichen Ausdrucks dürfte man nun die Bedeutungsmerkmale dieses Ausdrucks in ihrer Totalität annehmen, während bei der metaphorischen Benutzung nur mit einem Teil der Bedeutungsmerkmale zu rechnen ist.

Greifen wir auf das Beispiel des Wortes *Wolf* bei BLACK zurück, dann müsste man sagen, dass bei einer wörtlichen Verwendung des Ausdruckes *Wolf*, z.B. im Satz: *Der wilde Wolf hat sieben Geißlein gefressen*: nicht nur die Denotationsbedeutung – das „wölfische Wesen“, sondern auch alle mit diesem Wesen konnotierten Teilbedeutungen (wie z.B. wild, hungrig, listig, gefährlich und was auch immer) in Betracht gezogen werden müssen, während bei der metaphorischen Benutzung: *Der Mensch ist ein Wolf*, es auf der Hand liegt, dass die Denotationsmerkmale nicht in Frage kommen, denn hier ist die Rede nicht von einem

10 Vgl. MAUTHNER, 1982, S.4–5.

11 vgl. WINKLER, 1989, S. 3.

12 Diese Lösung diskutiert auch WINKLER, vgl. WINKLER, 1989, S. 4–5.

Wolf, sondern von einem Menschen und diesem Menschen wird nicht das „wölfische Wesen“, sondern die typischen wölfischen Eigenschaften (also sprachlich die Konnotationsmerkmale) zugeschrieben.

Im Zusammenhang mit der modernen Metapher-Theorie gilt es noch die mit ihr verbundene ‚Bewegung‘ zu erwähnen: Die zwei Typen von Bewegung, diejenige im Inneren der Worte (also die Bewegung, die die Metapher in die erstarrten Bedeutungen bringt) und die scheinbar äußere Migration der Metapher zwischen den Sphären, sind eng verwandt.¹³ Nach WINKLER seien jedoch zwei Implikationen des bisher Gesagten unbefriedigend: der Begriff der Konnotation evoziere „die tradierte Vorstellung, die Worte der Sprache seien etwas ‚Volles‘ und ruhten gesättigt in sich selbst; nach der tradierten Vorstellung der Fülle und ‚Präsenz‘ der Bedeutung ‚vertreten‘ die Worte zwar den Gegenstand, entschädigen für seine Abwesenheit aber durch die Fülle eines verzweigten Wissens...“¹⁴ Und das zweite bislang wenig befriedigende Moment stelle nach WINKLER der Begriff des Kontextes dar: dieser Begriff würde bislang nur dahingehend eingeschränkt, daß „er den materiellen Kontext...umfassen solle. Wenn die im Kontext realisierten Konnotationen aber die metaphorische Applikation steuern, so wäre es wünschenswert zu wissen, wie die kontextuelle Bedeutung anders als aus Wortbedeutung aufaddiert, gedacht werden kann...“¹⁵

WINKLER ist bemüht diesen Widerspruch mit Hilfe der Lexikondeinition zu lösen: Ein Lexikoneintrag beschreibt die Bedeutung eines Begriffes, indem „hervorstechende Merkmale“, Eigenschaften und typische Kontexte aufgezählt werden. Er definiert also einen Begriff, indem er von diesem Begriff auf eine bestimmte Anzahl anderer Begriffe verweist und durch dieses Verweisen werden jene Teilbedeutungen dargestellt, die als Denotationen bezeichnet werden können. „*Jeder einzelne Begriff zeigt...auf eine Anzahl anderer Begriffe; die jeweilige Verweise überlagern sich reziprok oder sie überlagern sich nicht in ihrer Gesamtheit jedenfalls bilden sie jenes ‚Netz‘, das sich allein mit der Kraft netzrelativer Verweise vom Erdboden hochstützt...*“¹⁶

In einem so aufgestellten Metapherkonzept gilt es noch den materiellen Träger der Konnotationen möglichst genau festzulegen: WINKLER behauptet, dass die Konnotationen materiell in den Diskursen der Vergangenheit repräsentiert seien. Was in der Vergangenheit eine syntagmatische Reihung war, tritt in der Gegenwart als Konnotation, als Teilbedeutung eines Wortes auf. Der zentrale Mechanismus besteht nach WINKLER darin, dass syntagmatische Nähe in paradigmatische Nähe umschlägt.¹⁷

Zum Schluss seiner Abhandlung versucht WINKLER die Stellung der Metapher in der Sprache noch einmal genau festzulegen: „*Die Metapher ist ein Me-*

13 Vgl. ebd. S.9.

14 Vgl. ebd. S.9.

15 Vgl. ebd. S.9.

16 Vgl. ebd. S.10.

17 Vgl. ebd. S.12.

chanismus...Ihre Bedeutung ist unabschließbar; nimmt man ihr Strukturmodell aber ernst, wird deutlich, dass auch die Bedeutung der ‚wörtlichen‘ Applikation anders als pragmatisch nicht abgeschlossen werden kann. Die selbe Metapher also, die als das uneinnehmbare Residuum der Freiheit, Subjektivität und Spontaneität innerhalb der Sprache erscheint, deckt, untersucht man ihre Struktur auf die Tatsache, dass auf dem Terrain der Sprache nicht einfach Regel und ‚Freiheit‘ sich gegenüberstehen, sondern dass man die Sprache eher als eine spezifische Verschränkung von Mechanizität und ‚Unschärfe‘ (Missverstehen) wird beschreiben müssen.“¹⁸

Persuasive Strategien

Nachdem wir im theoretischen Teil unserer Arbeit der Problematik der Metapher die Aufmerksamkeit gewidmet haben, möchten wir jetzt mindestens kurz den zweiten Schwerpunkt der Analyse, die wir vorhaben, angehen: Es handelt sich um die persuasiven Strategien. Uns geht es darum vor allem um die Persuasionsstrategien, mit denen Bewertungen im Text etabliert werden, in diesem Zusammenhang gilt es auch festzustellen, wie die Emotionen der Verfasser unserer Texte zum Ausdruck gebracht werden.¹⁹

HERBIG und SANDIG definieren in ihrem diesem Thema gewidmeten Artikel persuasives Handeln wie folgt: „*Persuasives Handeln wird verstanden als Versuch, andere mit sprachlichen und nicht sprachlichen Mitteln dazu zu bringen, die eigene Perspektive auf einen in Frage stehenden Sachverhalt zu verändern bzw. anhand der Information über einen schon bewerteten Gegenstand erst eine dementsprechende Perspektive zu gewinnen.*“²⁰ Bei der Persuasion werden in der Regel die nicht-argumentativen – in der Terminologie der Rhetorik: auf ‚Überredung‘ angelegten – Formen und argumentative – auf ‚Überzeugung‘ angelegte Formen der Beeinflussung benutzt. Die argumentative Form stellt ein rationales Verhalten dar, es bedeutet jedoch nicht, dass sie frei von „persuasiven Zusätzen“ oder „rhetorischen Mitteln“ sein muss.²¹

Zu den persuasiven Strategien bei der Textgestaltung gehört auch das Emotionalisieren: Bei einer emotionalen Bewertung wird die Bewertung für den Adressaten der Mitteilung durch das emotionale Ausdrücken sichtbar gemacht. Emotionales Argumentieren dürfte man in diesem Sinn als Pol einer Skala verstehen, auf dem auf der anderen Seite eine ausgesprochen rationale Form gegenüber steht.²² Wichtig ist im Auge zu behalten, dass die Emotionalisierung be-

18 Vgl. ebd. S.14.

19 Dieser Problematik habe ich die Aufmerksamkeit in dem die Expressivität der Texte betreffenden Artikel gewidmet. Vgl. MIKULOVÁ, 6 2003b, S. 97–98.

20 Vgl. HERBIG, SANDIG, 1994, S. 62.

21 Vgl. ebd. S.62.

22 Vgl. ebd. S.64.

stimmten Regeln und nicht zuletzt auch Kultur bedingten Konventionen unterliegt: welche Gefühle in welchen Situationen zum Ausdruck gebracht werden oder sogar konventionell werden sollen, hängt entweder mit der Gesprächssituation – bei der mündlichen Kommunikation, oder bei den geschriebenen Texten – was unser Fall ist – einerseits mit der Textsorte aber andererseits auch mit der Funktion oder der konkreten Bestimmung des jeweiligen Textes zusammen.²³

Die Persuasion an sich und auch das Emotionalisieren können sich in den konkreten Texten mehr oder weniger explizit bzw. implizit herausstellen: Die offensichtlich persuassiven sprachlichen Mittel im Sinne der Emotionalisierung sind z.B.: Verben und Wörter im Allgemeinen, die die Gefühle explizit benennen: wie z.B.: *bewerten, loben, schimpfen, beleidigen ablehnen, Abneigung, Empörung, Zustimmung* usw. Nicht weniger wichtig ist jedoch das implizite Emotionalisieren, das nicht durch eindeutige lexikalischen Mittel ausgeführt wird, sondern durch komplexere Mittel, z.B. durch metaphorische Ausdrucksweise, bestimmte Phraseologismen, rhetorische Mittel und syntaktische Strukturen.

Am Anfang unserer Überlegungen im Hinblick auf den Metapher-Begriff haben wir die grundlegende Wende in der Auffassung der Metapher seitens der Linguistik erwähnt; für unsere Überlegungen im Hinblick auf die Problematik der Persuasion ist nun auch eine „Wende“ in der Geschichte der Linguistik von Belang, und zwar die sog. pragmatische Wende. LÄZAR macht darauf aufmerksam, dass seit der gerade in der Pragmatik geführten Diskussion um das Verhältnis von Illokution und Perlokution es klar sei, dass solche Zustände wie ‚überzeugt sein von etwas‘ keineswegs als kausale Folgen des sprachlichen Handelns auftreten müssen.²⁴ Zur Persuasivität selbst bemerkt LÄZER weiter, dass sie nur darin bestehe: *„Strategien zu verfolgen, die geäußerte Bewertungen als begründet, gerechtfertigt, folgerichtig, kurz: als einsichtig erscheinen lassen. Eine so verstandene Persuasivität muß die Frage außer Acht lassen, ob denn nun der Leser diese Meinung akzeptiert oder nicht.“*²⁵

LÄZER macht im Folgenden darauf aufmerksam, dass bei der Analyse der persuasiven Strategien auch die Frage des jeweiligen Diskurses in die Analyse einbezogen werden solle: es müsse zwischen zweierlei Arten von Strategien unterschieden werden: Einmal geht es um die Strategien zur Realisierung der jeweiligen Textfunktion und andererseits um die textübergreifenden Makrostrategien, die man auch als Diskursstrategien abgrenzen könnte.

Sollte man festlegen, wie die Bewertungen sprachlich realisiert werden, dann gilt es zu sagen, dass es in der Regel im Deklarativmodus geäußerte Urteilssätze sind. Als Bewertungsbasen nennt LÄZER: *„- die ästhetische Basis mit den Polen der Skala schön – hässlich,*

- *die moralische Basis mit der Skala gut – schlecht*
- *die faktisch adaptive Basis mit der Einordnung des Bewertungsgegenstan-*

23 Dazu vgl. auch MIKULOVÁ, 2003 a, S. 25–26.

24 Vgl. LÄZAR, 1992, S.123.

25 Vgl. ebd. S.124.

des hinsichtlich seiner Brauchbarkeit / Zweckgerichtetheit unter dem jeweiligen Bewertungsaspekt erfasst werden soll (richtig – falsch, brauchbar – unbrauchbar, passend – unpassend)

- *die sensitiv expressive...mit der Skalierung in den Polen (erfreulich – unerfreulich)“.*²⁶

LÄZER unterscheidet für die Bewertung folgende Momente als konstitutiv: Bewertungssubjekt, d.h. der Bewertende mit seinem Wissen, Einstellungen, Norm- und Wertesystem im Hinblick auf den Bewertungsgegenstand; den Bewertungsgegenstand, also das Bewertete und die Vergleichsbasis, wobei die mit ihr verbundenen Normen und Wertesysteme vom Rezipienten akzeptiert oder sogar geteilt werden sollen, was allerdings für die Realisierung der Bewertungshandlung nicht notwendig sei.²⁷

Bevor wir die konkrete Analyse unserer Belege vornehmen, müssen wir noch kurz unseren Korpus darstellen: Einfach gesagt, betreffen alle von uns zu analysierenden Texte die Problematik der Krankenversicherung, und zwar entweder „direkt“ – d.h. es geht um die Texte, die die jeweiligen Versicherungsanstalten in das Internet einstellen, oder „indirekt“ – es handelt sich um publizistische Texte, die die Problematik der Krankenversicherung angehen und die wir der Internet-Fassung der Süddeutschen Zeitung entnommen haben. Denn da das Ziel unserer Forschung auch die deutsch-tschechische Komparatistik ist, haben wir aus dem Internet sowohl deutsche, wie auch tschechische Internet-Texte der Krankenversicherungsanstalten genommen. Was die Publizistik angeht, haben wir auch die verschiedenen tschechischen im Internet ausgestellten Zeitungen entnommenen Artikel, die unser Thema betreffen, analysiert.

Wie sich aus dem theoretischen Teil unserer Abhandlung ergibt, sind die zu erforschenden Phänomene Metaphorik, Bewertungen und persuasive Strategien.

ANALYSE

M: Metaphorik

B: Bewertung

P: Persuasive Strategie

Internet-Seiten der Krankenversicherungen:

1. Wechsel der Krankenkasse: Sparen Sie bis zu 550 Euro! P, B

Bei diesem Beleg ist seine Funktion schon durch die Stellung im Layout im Voraus bestimmt: dieser Satz steht nämlich als Überschrift des gesamten Textes, den die WEB-Seite beinhaltet. Den ersten Teil des Satzes (vor dem Doppelpunkt) bildet eine substantivische Konstruktion, ihre „Bedeutung“ entspricht

²⁶ Vgl. ebd S. 126

²⁷ Vgl. ebd S. 128–129.

einem Satz, denn das Substantiv *Wechsel* ist ein verbales Substantiv, das den semantischen Gehalt des Verbs, von dem es abgeleitet ist, behält, und das zweite Substantiv *der Krankenkasse* spielt in der „Tiefstruktur“ die Rolle des Akkusativobjekts; diese Konstruktion wäre also als „*Wechseln Sie die Krankenkasse*“ zu lesen, indem der Autor jedoch im ersten Teil des Satzes den Imperativ vermeidet, verleiht er seiner Mitteilung eine objektive Gültigkeit. Der zweite Teil ist allerdings ein Imperativsatz. Die persuasive Strategie dieser Äußerung besteht in der Mühe den Adressaten darüber zu überzeugen, dass der Wechsel der Krankenkasse für ihn günstig sei.

In diesem Satz ist auch eine Bewertung implizit enthalten: Wer nämlich zum Wechsel der Krankenkasse auffordert, behauptet dass die bestehende Kasse, die zu wechseln ist, schlimmer ist als die, zu der übergegangen werden soll. Die ursprüngliche Krankenkasse wird also auf einer Wertskala als weniger wertvoll bewertet.

2. Gleichen Sie die Lücken der gesetzlichen Krankenversicherung aus! – P, M, B.

Was die Rolle dieses Belegs sowohl im Textbau, wie auch im Layout angeht, gilt da das Gleiche, was über den Beleg 4 gesagt worden ist: Auch dieser Satz bildet nämlich die Überschrift des gesamten Textes. Die Nachdringlichkeit der durch den Imperativsatz ausgedrückten Aufforderung wird durch das Ausrufezeichen unterstrichen. Die persuasive Intention der Aufforderung, bzw. Überzeugung wird sprachlich gerade durch den Imperativ und das Ausrufezeichen realisiert.

Was das Bewerten anbelangt, ist hier der Ausdruck *Lücken der gesetzlichen Krankenversicherung* zu erwähnen, diese metaphorische Wendung hat nämlich eindeutig pejorativen Charakter: Dies ergibt sich aus der wörtlichen Bedeutung des Lexems *Lücke*, das nämlich etwas Mangelhaftes bedeutet. Die negative Bewertung ist hier also dank diesem metaphorischen Ausdruck explizit ausgedrückt.

Was die *Lücke*-Metapher angeht, handelt es sich um eine lexikalisierte Metapher, deren expressive Wirkung sich eher aus ihrer negativen „Bedeutung“ als aus einer sprachlichen Ausschließlichkeit ergibt.

3. Schließen Sie die Lücken der Gesetzlichen mit einer privaten Krankenzusatzversicherung. Für wenige Euro im Monat sind Sie rundum gut versichert. – P, B, M.

Der Adressat wird hier aufgefordert, die ungünstige Situation, die ihm wegen der gesetzlichen Versicherung droht, zu lösen. Die Lösung sei einfach: die gesetzliche solle durch die private Versicherung ersetzt werden. Diese private Versicherung sei durchaus billig, was durch das Paradoxon²⁸: *Für wenige Euro* und dabei *rundum gut versichert* zum Ausdruck gebracht wird. Sprachlich fällt noch der

²⁸ Gerade wegen dem Vorkommen dieses Paradoxons haben wir bei diesem Beleg Metapher verzeichnet.

Ausdruck *rundum* auf, denn er ist inhärent expressiv, weil er etwas sehr Intensives bedeutet.

Das Ziel dieses Belegs ist selbstverständlich auch persuasiv: Der Adressat ist in diesen Imperativsätzen aufgefordert das zu tun, was zwar nach der Behauptung des Textes sein Interesse erfüllt, was jedoch zugleich auch in der Intention des Autors liegt.

Dieser Beleg enthält auch eine implizite Bewertung: Über die Bedeutung des Ausdruckes *Lücke* war in diesem Sinne schon die Rede (vgl. oben), hier sollen dazu noch die Lücken geschlossen werden, d.h. es solle etwas, was negativ bewertet wird, verbessert werden. Die private Versicherung ist dagegen eindeutig positiv bewertet, denn sie stellt laut dem Text eine finanziell günstige und dabei sichere Form dar.

4. Unfallversicherung

Jährlich verunglücken allein in Deutschland rund 8 Millionen Menschen, davon 700.000 im Straßenverkehr. Die meisten Unfälle ereignen sich aber in der Freizeit und im Haushalt. manchmal kommt man mit einem blauen Auge davon. Oft aber enden Unfälle tragisch – mit lebenslangen Schäden an Körper und Seele. – P, B, M.

Dieser Beleg hat auf den ersten Blick eindeutig informierenden Charakter, die Intention des Autors besteht jedoch nicht nur darin, den Rezipienten mit etwas bekannt zu machen. Diese Bekanntmachung ist bloß die erste Stufe zu einer gewissen Verhaltensweise, zu der er gerade gerichtet werden soll, und gerade in dieser Lenkung des Verhaltens – d.h. in der Persuasion – liegt der tiefere Sinn der Mitteilung (was sich allerdings auch aus der Fortsetzung des Textes ergibt – vgl. unten). Charakteristisch für den gegebenen Texttyp ist auch, die Weise, wie die Fakten mitgeteilt werden: Hier ist ein deutliches Emotionalisieren spürbar. Sehr expressiv wirken da die Angaben der überraschend hohen Anzahl der Verunglückten. Diese Verwendung von genauen numerischen Angaben in Sinne einer Hyperbel ist typisch: Es geht nicht um die Information über eine genaue Zahl, sondern darum durch diese Zahl die große Menge von etwas zu betonen.

Stilistisch sind in diesem Beleg mehrere Stilfiguren zu verzeichnen: *mit einem blauen Augen davonkommen*, und dann der Parallelismus: *manchmal kommt man mit einem blauen Auge davon. Oft aber enden Unfälle tragisch*. Die erste Figur ist eine Metapher, die teilweise lexikalisiert ist, das Verwenden der Metapher wirkt hier allerdings expressiv und dient da der Nachdringlichkeit der Mitteilung. Der Parallelismus hat auch eine expressive Funktion: Die Tatsache der überstandenen Gefahr wird sofort mit der möglichen Tragik konfrontiert. Auch auf diese Weise soll der Adressat überzeugt werden, dass er sich mit diesen Tatsachen wirklich auseinandersetzen müsse.

Der Beleg dürfte auch wohl als eine Art Bewertung gelesen werden: die geschilderten Fakten sind jedoch – wenn auch bloß implizit – als eindeutig negativ zu deuten. Man ist allerdings in Versuchung nach diesen „negativen“ Informationen, etwas Positives zu erwarten. Auf diese Weise wird der Adressat durch die negativ bewerteten Informationen eigentlich dazu gebracht, positive Informatio-

nen im Sinne eines wünschenswerten Gleichgewichts fast notwendig zu erwarten und diesen gegenüber auch offen zu sein.

Süddeutsche Zeitung – WEB-Version: „sueddeutsche.de“

1. *Geplant ist, dass Merkel und Bundeskanzler ...Kontakt aufnehmen, um die Möglichkeiten einer Zusammenarbeit bei der Gesundheitsreform auszuloten.* – M²⁹

In diesem Beleg interessiert der metaphorisch verwendete Ausdruck *auszuloten*. Das Duden-Wörterbuch erklärt die übertragene Bedeutung dieses Wortes wie folgt: Ü. etwaige Schwachpunkte des Gegners a.; jmds. Wesen auszuloten suchen (geh. *ihn in seinem innersten Wesen zu erkennen suchen*). Diese Erklärung legt nahe, dass dieses Verb ein gewisses Misstrauen als semantisches Merkmal beinhaltet, auf diese Weise dürfte man wohl die metaphorische Verwendung gerade dieses Lexems in unserem Kontext anstatt z.B. des neutralen *ermessen* auf die Weise erklären, es soll dadurch wirklich ein gewisses Misstrauen zwischen den Gesprächspartnern angedeutet werden. Diese Metapher ermöglicht also dem Leser ein „Zwischen-Zeilen-Lesen“, welches einen gewissen Spielraum, sowohl seiner Phantasie, wie auch anderen Informationen, über die er zum gegebenen Thema verfügt, lässt.

Diese Strategie der Andeutung könnte auch als eine Art Persuasion verstanden werden: Der Leser wird dadurch unauffallend zu einer ganz bestimmten Leseart der dargestellten Tatsachen geführt. Das bloß Angedeutete verfügt nämlich manchmal über eine viel stärkere Aussagekraft, als das, was explizit gesagt würde.

2. *Versicherungsverband weist Vorwürfe der Schönrechnerei zurück* – P, M, B³⁰

Für diesen Beleg ist schon die Stellung des Satzes im Textaufbau von Belang: Es geht nämlich um einen Zwischentitel. Die Aufgabe der Zwischentitel in den Zeitungsartikeln besteht darin, einerseits den Text einzuteilen und andererseits die Hauptthemen anzudeuten. Die Information, die in einem Zwischentitel vorkommt, wird dem Leser als besonders wichtig dargestellt. Darin besteht eigentlich auch die persuasive Strategie dieses Beispiels: der Leser wird dazu geführt, gerade die hier dargestellte Tatsache als wichtig einzustufen.

Auffallend ist da weiter das Wort *Schönrechnerei*, es geht um eine okkasionelle Zusammensetzung, die inhärent expressiv ist; man dürfte sagen dieser, Ausdruck hat metaphorischen Charakter, denn die Verbindung des Adjektivs *schön* mit dem Substantiv *Rechnerei* ist bildlich, denn *Rechnerei* ist ein Abstraktum, wobei das Adjektiv *schön* in seiner wörtlichen Bedeutung eher mit Konkreten verbunden wird und schon die Verbindung mit einem Abstraktum die bildliche Bedeutung signalisiert.

29 Vgl. ebd.

30 Vgl. ebd.

Diesem Satz lässt sich auch eine Bewertung entnehmen, dass sich aus der Semantik der Ausdrücke *Vorwürfe der Schönrechnerei* ergibt; ihr semantischer Gehalt ist nämlich als negativ zu deuten und deswegen dürfte man über die negative Bewertung der gesamten Aussage sprechen.

3. *Vor allem über den grauen Kapitalmarkt sind den Menschen nach der Wende „hunderte von Millionen Mark aus der Tasche gezogen worden“, berichtet Volker Pietsch, Finanzexperte der Verbraucherzentrale Berlin.*³¹ – P, B, M

Auch in diesem Beispiel werden schlimme Erfahrungen – diesmal im Allgemeinen beschrieben. Um die Glaubhaftigkeit der Mitteilung zu steigern wird ein „Finanzexperte“ wörtlich zitiert, wichtig ist hier sowohl die Tatsache, dass die Behauptung wörtlich wiedergegeben wird, wie auch dass die zitierte Instanz ein Experte sei. Die Mühe die Wahrhaftigkeit der mitgeteilten Tatsachen möglichst genau zu beweisen gehört auch zu den persuasiven Strategien in der Publizistik.

In diesem Beleg kommen mehrere metaphorische Ausdrücke vor: *grauen Kapitalmarkt*, es geht um eine bildliche Benennung „grau“ bedeutet hier etwa unklar, verdächtig oder sogar gefährlich; weiter begegnet man die Stilfigur: *hunderte von Millionen Mark*, d.h. eine Hyperbel (man könnte selbstverständlich diese Angabe auch wörtlich nehmen, die zweite Lesart, es handele sich eher um eine Übertreibung ist jedoch wahrscheinlicher) und zuletzt geht es um die metaphorische Wortverbindung: *aus der Tasche gezogen worden*, diese in hohem Maße lexikalisierte Metapher wirkt leicht umgangssprachlich, was die Expressivität der Mitteilung steigert.

Der angeführte Satz enthält eine implizite Bewertung, die durch implizit bewertende Ausdrücke realisiert wird: z.B. alle von uns als metaphorisch bezeichneten Worte und Wortverbindungen sind bewertend (im Falle von: *hunderte von Millionen Mark* geht es zwar nicht um eine explizite Bewertung, die Übertreibungsfunktion trägt allerdings zur negativen Beurteilung bei, welche da enthalten ist). Die Bewertung ist negativ, wie es den geschilderten Tatsachen entspricht.

Internet-Seiten der tschechischen Krankenversicherungen:

1. – *Za pobyt v nemocnici až 2000 Kč za den*

– *I pro novopečené maminky*

– *Pozor ale na čekací dobu.*

Pojištění pobytu v nemocnici se sjednává pro riziko, že budete hospitalizováni v nemocnici a ztratíte tím část svého příjmu. – P, M

– *Für den Aufenthalt im Krankenhaus bis zu 2000 TK pro Tage*

– *Auch für frisch gebackene Mütter*

– *Vorsicht es besteht eine Wartezeit*

Die Versicherung des Aufenthaltes im Krankenhaus wird wegen dem Risiko vereinbart, dass sie in einem Krankenhaus hospitalisiert werden, und dadurch einen Teil Ihres Einkommens verlieren werden.

Die persuasive Strategie der Überzeugung kommt hier schon durch das Layout zustande. In Einzelpunkten werden nicht nur Fakten über die angebotenen Produkte, sondern auch ihre Vorteile möglichst nachdrücklich vorgestellt (im Original stehen die angeführten Punkte im Rahmen), dann folgt der Satz, der den Zweck der angebotenen Versicherung erklärt.

Sprachlich ist der metaphorische Ausdruck: *novopečené maminky* (frisch gebackene Mütter) interessant: Diese lexikalisierte Metapher kommt sowohl im Tschechischen wie auch im Deutschen vor. Ihr leicht umgangssprachlicher Charakter trägt zu einer gewissen Lockerheit der Mitteilung bei.

2. *Co je to úrazové pojištění?*

Je to pojistný produkt, který kryje rizika úrazu. Neochrání Vás před upadnutím na ledu nebo při úrazu z automobilové nehody, ale pomůže Vám zmírnit finanční důsledky, které by Vám mohly zhoršit životní situaci. – P, M

Was ist die Unfallversicherung?

Es ist ein Versicherungsprodukt, das die Risiken des Umfalls deckt. Es wird sie nicht von einem Fall auf Eis schützen, oder von einem Autounfall, aber es hilft ihnen die finanziellen Folgen zu mildern, die Ihre finanzielle Lage verschlechtern könnten.

In diesem Beispiel, wird erklärt, was die Unfallversicherung sei. Zur persuasiven Strategie des betonten Adressatenbezugs gehört hier der „dialogische“ Aufbau des Textes. Das gesamte Ziel dieses Belegs ist etwas dem Adressaten zu erklären und ihn dadurch von etwas (die Notwendigkeit der Unfallversicherung) zu überzeugen.

Metaphorisch ist hier die Wendung *upadnutím na ledu* (Fall auf Eis), es handelt sich um eine Synekdoche, genauer *pars pro toto*, dieser *Fall auf Eis* bedeutet eigentlich einen Unfall an sich, was dadurch noch deutlicher wird, dass diese Synekdoche ein Bestandteil einer anderen Stilfigur und zwar des Pleonasmus: *upadnutím na ledu nebo při úrazu z automobilové nehody* (von einem Fall auf Eis schützen, oder von einem Autounfall) ist. Diese pleonastische Ausdruckweise soll allerdings wieder die Allgegenwart der Unfallgefahr betonen.

3. *Rodinné Balíčky*

Jezdí Vaše dítě na kole? Pak dbejte o jeho bezpečnost a vybavte ho cyklistickou helmou. Bolí Vás páteř nebo máte potíže s nadváhou? Vsaďte na rekondiční cvičení. ZP MV ČR Vám uhradí část Vašich nákladů. Tyto finanční příspěvky jsou spolu s dalšími příspěvky obsahem rodinného balíčku. – P, M.

Familien-Päckchen

Fährt Ihr Kind Rad? Dann achten Sie auf seine Sicherheit und statten Sie es mit einem Fahrradhelm aus. Tut Ihnen das Rückgrat weh oder haben Sie Probleme mit Übergewicht? Wetten Sie auf das Konditionsturnen. ZP MV ČR wird Ihnen

einen Teil Ihrer Kosten bestreiten. Diese finanziellen Beiträge bilden gemeinsam mit anderen Beiträgen den Inhalt des Familien-Päckchens.

Dieser Beleg ist wieder ein Beispiel der Überzeugungsstrategie: Durch die quasi dialogische Form wird der Adressat dazu gelenkt, verschiedene Produkte der Versicherungsanstalt als für sich günstig zu akzeptieren. Der Adressatenbezug ist neben der erwähnten dialogischen Form noch andererseits durch Imperative und andererseits durch das häufige Verwenden der Possesivpronomen der zweiten Person gegeben. Dies fällt noch mehr im tschechischen Original als in der deutschen Übersetzung auf, denn im Deutschen ist das Verwenden der Possesivpronomen im Durchschnitt häufiger als im Tschechischen. Im Textaufbau fällt die Position des Ausdrucks *rodinné balíčky* (*Familien-Päckchen*) auf, er steht zuerst als Überschrift des Absatzes und dann kommt er an seinem Ende vor. Am Ende nimmt er also die Rhema-Position ein, wodurch darauf Wert gelegt wird, denn es handelt sich um das angebotene Produkt, auf das alle anderen Informationen orientiert sind.

Sprachlich ist das bildliche Verwenden des Verbs *vsadit* (*wetten*), obwohl diese metaphorische Benutzung weitgehend lexikalisiert ist, geht es doch um eine übertragene und nicht wörtliche Bedeutung des Verbs. Als eine Stilfigur dürfte man die Wendung *máte potíže s nadváhou* (*haben Sie Probleme mit Übergewicht*) deuten, denn es geht hier um einen Euphemismus.

Tschechische Zeitungen – WEB-Version

1. *Hájím také právo ženy na umělé přerušování těhotenství v dobře vybaveném zdravotnickém zařízení, pokud se k tomu sama a svobodně rozhodne. Nicméně dovoluji si upozornit, že ani předkladatelé zákona nejsou zde nezaujatými osobami. Všichni jsou hluboce věřícími katolíky. Nenávistné tažení katolické církve proti interrupcím je myslím každému dobře známo. Proto mne velice překvapuje, že ve zdůvodnění návrhu se vůbec nemluví ani o Vatikánu ani Bohu, ani o katechismu. Přitom tato fundamentalistická náboženská motivace zákona je do očí bijící skutečností. – P,B,M.*

Ich verteidige auch das Recht der Frau auf künstlichen Schwangerschaftsabbruch in den gut ausgestatteten Krankenhäusern, wenn sie sich dafür selbst und freiwillig entscheidet. Ich gestatte mir gleichwohl darauf aufmerksam zu machen, dass nicht einmal die Postulanten dieser Vorlage unabhängige Personen seien. Alle sind tief gläubigen Katholiken. Der hassvolle Feldzug der katholischen Kirche gegen die Abtreibungen ist wohl – glaube ich – jedem gut bekannt. Deswegen bin ich sehr überrascht, dass es in der Begründung der Vorlage weder über den Vatikan, noch über Gott oder dem Katechismus gesprochen wird. Dabei ist diese fundamentale religiöse Motivation des Gesetzes eine in die Augen springende Tatsache.

In diesem Beleg wird die Strategie der Überzeugung verfolgt; dem Autoren geht es darum, durch gut gewählte Argumente den Leser über die Richtigkeit der von ihm dargestellten Behauptungen zu überzeugen. Er gibt dabei zu, nicht unab-

hängig zu sein. Der Argumentationsdiskurs wird auch durch einige sprachliche Mittel offenbar: z.B. *Nicméně dovoluji si upozornit – Ich gestatte mir gleichwohl darauf aufmerksam zu machen, je myslím každému dobře známo – ist wohl – glaube ich – jedem gut bekannt, Proto mne velice překvapuje – Deswegen bin ich sehr überrascht.* Durch diese Mittel soll auch der Leser und mit seiner Erkenntniswelt in die Argumentationsstruktur hereingezogen werden.

Es kommen hier auch zwei lexikalisierte Metaphern vor: *Nenávistné tažení – der hassvolle Feldzug* und *do očí bijící skutečnosti – in die Augen springende Tatsache.* Interessant ist, dass in beiden Fällen der semantische Bereich, aus dem sie übertragen worden sind, etwas Kämpferisches in sich beinhaltet³², gerade dadurch wird die gesamte Einstellung des Autors zu den von ihm dargestellten Tatsachen deutlicher.

In diesem Beispiel ist auch eine implizite Bewertung beinhaltet: dies kommt vor allem durch die bewertenden Adjektive zustande (z.B.: *dobře vybaveném – gut ausgestatteten, svobodně – freiwillig, věřícími katolíky – tief gläubigen, Nenávistné – hassvolle, fundamentalistická náboženská – fundamentale religiöse*³³). Diese Bewertung ist im Hinblick auf die gesamte Einstellung des Autors gegenüber den dargelegten Informationen negativ.

2) *Žena také není žádný „domeček na dítě“... Je proto nejen vědecky nesprávné, ale vůči ženám naprosto bezohledné, když někdo tvrdí, že plod je snad majetkem státu, a že o něm může rozhodovat někdo jiný než těhotná žena. – P, M, B.*

Die Frau ist auch kein „Häuschen für das Kind“... Es ist deswegen nicht nur wissenschaftlich unkorrekt, sondern auch den Frauen gegenüber völlig rücksichtslos, wenn jemand behauptet, die Leibesfrucht sei vielleicht Besitz des Staates und dass über sie jemand anders als die schwangere Frau entscheiden darf.

In diesem Beleg spricht wieder der Autor seine Überzeugung im Hinblick auf die dargelegten Tatsachen aus, und er ist bemüht durch diese Art Argumentation auch die Adressaten für seine Einstellung zu gewinnen.

Metaphorisch wird hier der Ausdruck: *domeček na dítě – Häuschen für das Kind* verwendet, kennzeichnend für den Charakter dieser Metapher ist das Benutzen der diminutiven Form des Substantivs *Haus*, die hier abwertend wirkt, was auch dem Grund, warum der Autor diese metaphorische Ausdrucksweise überhaupt verwendet hat, entspricht; seine ablehnende Stellung ist auch dank der Anführungszeichen klar. Metaphorisch ist auch der Ausdruck: *Majetek státu – Besitz des Staates* in Bezug auf die Leibesfrucht verwendet. Auch diese Metapher ist als eine Art Ablehnung zu interpretieren.

³² In diesem Sinne ist auf die grundlegenden in dem inzwischen klassisch gewordenen Werk von Lakoff und Johnson zur Metapher enthaltenen Gedanken zu denken, wo gerade der Ursprungsbereich der Metaphorik die Sprache kennzeichnet. Vgl. Lakoff, Johnson, 1980.

³³ Obwohl das Adjektiv „religiös“ nicht als bewertend einzustufen ist, in diesem konkreten Fall liegt es auf der Hand, dass im Hinblick auf die klar geäußerte anti-religiöse Einstellung des Autors, es in dem konkreten Kontext als negativ bewertend zu lesen ist.

Auch in diesem Beleg ist eine Bewertung enthalten: Dies kommt wieder durch bewertende Adjektive zustande: z.B.: *vědecky nesprávné* – wissenschaftlich unkorrekt, *naprosto bezohledné* – völlig rücksichtslos. Wie sich aus dem oben Angeführten klar ergibt, sind auch die beiden hier vorkommenden Metaphern als negativ bewertend zu deuten.

3) *České ženy si velmi rychle osvojily moderní antikoncepční metody. Jejich rozšíření je vysoké, i přesto, že na ně stát nepřispívá ani korunou, stejně jako na interrupce. Zatěžovat za těchto okolností naše ženy jalovými diskusemi o právech plodu, vedenými navíc převážně naprostými laiky, zdá se mi být poněkud nešťastné. Vždyť sami autoři tvrdí, že nepředpokládají, že by jejich nemyšlný návrh vůbec prošel parlamentem. Snad tedy alespoň získali nějaký ten odpustek.* – P, M, B

Die tschechischen Frauen haben sich sehr schnell die modernsten Verhütungsmethoden eingeignet. Ihre Verbreitung ist groß, obwohl der Staat zu ihnen nicht einmal mit einer einzigen Krone beiträgt, ebenso wenig auf die Schwangerschaftsunterbrechungen. Unter diesen Umständen kommt es mir ein bisschen unglücklich vor, die Frauen durch die am meisten sowieso von vollkommenen Laien geführten geistlosen Diskussionen über die Rechte der Leibesfrucht zu belasten. Die Autoren selbst behaupten doch, dass sie nicht voraussetzen, dass ihre widersinnige Vorlage überhaupt vom Parlament angenommen würde. Vielleicht haben sie also irgendeinen Ablass gewonnen.

Dieser Beleg bildet den Abschluss des Artikels, d.h. dass es eine Art Zusammenfassung seiner Botschaft ist: Dem Autor muss es hier darum gehen, so zu argumentieren, dass er seine Überzeugung dem Leser wirklich übergibt. Eine detaillierte Analyse würde uns deswegen bestimmt vieles über die Gedankenwelt des Autors sagen, dies ist jedoch nicht die Aufgabe dieser Arbeit. Allerdings sollte gesagt werden, dass der Kern der Botschaft des Artikels hier klar zutage tritt: Befürwortung des Rechtes auf die Schwangerschaftsabbruchung und scharfe Kritik der Vorlage des Gesetzes, das sie verhindern sollte. Es wird mit den modernen Verhütungsmethoden argumentiert, und die Einstellung des Autors gegenüber der ethischen Dimension dieser Frage, d.h. das Recht der Leibesfrucht auf Leben wird durch das Verwenden des Attributs „geistlos“ im Hinblick auf die einschlägigen Diskussionen gekennzeichnet. Der Verfasser ist zwar bemüht möglichst rationell und objektiv zu argumentieren, seine gefühlsmäßige Eingenommenheit ist aber spürbar: Dies gehört jedoch unter Umständen auch zu den persuasiven Strategien, denn gerade gefühlsmäßigen Aussagen gewinnen an Nachdringlichkeit.

In diesem Beleg kommen auch einige übertragen verwendete Ausdrücke vor: *stát nepřispívá ani korunou* – mit einer einzigen Krone beiträgt – diese Wortverbindung ist eine lexikalisierte Metapher, oder genauer gesagt eine Hyperbel (dies dürfte wohl behauptet werden, obwohl auch die wörtliche Interpretation dieser Aussage möglich ist, die Tatsache, dass dieser Ausdruck lexikalisiert ist, spricht jedoch für die metaphorische Deutung). *Snad tedy alespoň získali nějaký ten odpustek.* – Vielleicht haben sie also irgendeinen Ablass gewonnen. Dieser

Satz ist auch bildlich zu interpretieren, es soll darauf hingewiesen werden, dass trotzdem die Abgeordneten ihre Vorlage wohl nicht durchsetzen würden, dürften sie jedoch mindestens mit metaphysischen Verdiensten rechnen. Den Kern bildet in dieser Wortverbindung das Wort *odpustek* – *Ablass*, man dürfte sagen, dass dieses Wort dank der Geschichtswirklichkeit negativ belastet ist, dadurch wird allerdings klar, dass die „Verdienste“ eher ironisch gemeint sind, was wohl mit der gesamten Einstellung des Autors gegenüber der Religion im Einklang steht.

In diesem Beleg ist auch eine klare Bewertung der dargestellten Tatsachen anwesend: Dies kommt wieder vor allem einerseits durch bewertende Adjektive zustande: z.B.: *moderní* – *modernen*, *vyšoké* – *groß*, *jalovými* – *geistlosen*, *na-prostými* – *vollkommenen*, *poněkud nešťastné* – *ein bisschen unglücklich*, *nesmyslný* – *widersinnige*, andererseits durch die erwähnten stilistischen Mittel, vor allem die Ironie und auch durch Ausdrücke, welche inhärent bewertend sind: z.B. *laik* – *Laie*, als jemand dessen Diskussionsbeitrag natürlich nur unzureichend ist – implizit enthält das Verwenden des Wortes *Laie* auch einen Hinweis darauf, dass der Autor des Artikels kein *Laie*, sondern ein Fachmann sei.

Statistik

In den analysierten Belegen sind wir von den persuasiven Strategien als Auswahlkriterien für alle Belege ausgegangen und deswegen kann dieses Merkmal nicht in den statistischen Vergleich hereingezogen werden.

Wir haben insgesamt 13 Beispiele analysiert: 4 aus deutschen Internet-Seiten, 3 aus deutschen Zeitungen, 3 aus tschechischen Internet-Seiten und 3 aus tschechischen Zeitungen.

In dieser kurzen statistischen Auswertung wird kein Vergleich der deutschen vs. tschechischen Belege in Betracht gezogen, da dies in unserer Analyse keine Aussagekraft hätte.

Bewertung:

Eine Bewertung haben wir bei 9 Belegen verzeichnet: in 5 Fällen handelte es sich um eine implizite Bewertung und in 4 Fällen um die explizit ausgedrückte Bewertung (dies kommt in den meisten Fällen entweder durch die bewertenden Adjektive oder durch Ausdrücke, deren semantische Inhalte inhärent bewertend ist, zustande).

Metapher:

Wir waren bemüht die vorkommenden Metaphern, bzw. die stilistischen Figuren genauer einzustufen: Es kommen da 10 lexikalisierte Metaphern, 4 nicht lexikalisierte Metaphern, 3 Hyperbeln, 1 Synekdoche, 1 Pleonasmus, 1 Euphemismus und einmal wurde ein Ausdruck als ironisch gedeutet (Ironie). Insgesamt also haben wir in unseren Texten 21 metaphorische Ausdrücke verzeichnet.

Schluss

In diesem Beitrag waren wir bemüht die ausgewählten Sach- und Publizistiktexte im Hinblick auf die in ihnen enthaltenen persuasiven Strategien zu analysieren. Zuerst haben wir im theoretischen Teil der Abhandlung die Ausgangspunkte festgelegt, d.h. die moderne linguistische Theorie der Metapher, sowie die einschlägigen, Persuasion und Bewertung betreffenden linguistischen Hypothesen. Dann haben wir die Zusammensetzung unseres Korpus kurz beschrieben.

Den Kern des Artikels bildet die Analyse des Korpus im Hinblick auf das Vorkommen der persuasiven Strategien als das erste Auswahlkriterium, der Bewertung und der Metapher. Wir haben insgesamt 13 Belege analysiert (davon 7 deutsche und 6 tschechische), nach jedem Beleg haben wir einen Kommentar beigefügt, in dem die zu analysierenden Phänomene behandelt worden sind.

Unser Korpus besteht aus Internet-Seiten und Internet-Ausgaben der Zeitungen, die erforschten Seiten, bzw. Artikel betreffen alle Krankenversicherungen und das Gesundheitswesen. Die Persuasion als Ausgangspunkt hat sich als besonders günstig herausgestellt: Sowohl in den Internet-Seiten (welche meistens den Charakter einer Werbung haben), wie auch in den Zeitungsartikeln waren persuasive Strategien sehr häufig zu finden. Die Bewertung wird oft als ein mit der persuasiven Strategien sehr eng zusammenhängendes Phänomen charakterisiert, in unseren Belegen war ihr Vorkommen relativ häufig, wir haben sie sowohl je nach dem, ob die Bewertung explizit oder implizit anwesend ist, wie auch im Hinblick auf die sprachlichen Mittel der Bewertung charakterisiert. Was die Metaphern angeht, waren wir bemüht sie näher zu bestimmen und unter dem Stichpunkt „Metapher“ auch die in unserem Korpus vorkommenden Stilfiguren zu analysieren. Was das Häufigkeitskriterium betrifft, kommen die Metaphern bzw. die Stilfiguren ein wenig häufiger in den Zeitungstexten als in den Internet-Seiten vor.

Das Hauptanliegen dieser kurzen Abhandlung besteht darin, auf einige Möglichkeiten der Persuasion in der heutigen Sprache hinzuweisen, wobei das Kriterium der Bewertung eigentlich für einen spezifischen Fall der Persuasion gehalten werden dürfte; die Erforschung der metaphorischen Strukturen sollte zu einer besseren Erläuterung des thematischen Diskurses des Gesundheitswesens beitragen, denn wir halten in Anlehnung an Lakoff und Johnson das „Metaphergewebe“ für besonders wichtig für das Entstehen der Gedankenwelt eines Bereichs des menschlichen Daseins. Wir haben sowohl deutsche wie auch tschechische Belege behandelt, so dass dieser Artikel – wenn auch wir die beiden Sprachen nicht explizit verglichen haben – als ein Beitrag zur deutsch-tschechischen Komparatistik akzeptiert werden dürfte.

LITERATURVERZEICHNIS

Primärliteratur:

SIMON, Violetta: *Was ist nötig, was ist sinnvoll?* In: Suedutsche.de, 24.01.2002

ZVĚŘINA, Jaroslav: *Nekriminalizovat interupce*, in: *Neviditelný pes*, 29.7.2003
Gesundheitsreform. CDU verständigt sich auf Reform-Konzept. In: *Suedeutsche.de*, 21.06.2003.

Sekundärliteratur

- HERBIG, Albert, SANDIG, Barbara (1994): *Das kann doch wohl nur ein Witz sein! Argumentieren, Bewerten und Emotionalisieren im Rahmen persuasiver Strategien*, In: MOILANEN, Markku (Hrsg.) *Überredung in der Presse*, Berlin. S.59–98.
- LAKOFF, JOHNSON (2002): *Metafory, kterými žijeme*, Praha,.
- LÄZER, Rüdiger (1992): Wertwandel und Textstrukturen in Kommentaren der DDR-Presse zur Zeit der ‚Wende‘ In: Hrsg. BURKHARDT, Arnim: *Sprache im Umbruch* S.121–147.
- MAUTHNER, Fritz (1982): *Beiträge zu einer Kritik der Sprache II*, Ffm/Berlin/Wien in: © mauthner – gesellschaft / verein der sprachkritiker / 30. 4. 2001
- MIKULOVÁ, Anna (2003a) : *Die Expressivität der Sprache und ihre Kode als Ausdruck der nationalen Kultur*, In: *Codification et symboles des cultures nationales*, Brno, S.19–29.
- MIKULOVÁ, Anna (2003b): *Expressivität in Sachtexten*, In: *Brünner Beiträge zur Germanistik und Nordistik*, J.8, S. 95–115.
- WINKLER, Helmut (1989): *Metapher, Kontext, Diskurs, System* in: *Kodikas/Code. Ars Semiotika*. Vol 12, Nr.1/2, S.21–40. Ich zitiere die WEB-Veröffentlichung der Abhandlung: vgl.: <http://www.uni-paderborn.de/~winkler/metapher.html>. S. 1.