Preface - Vorwort **7**

Articles - Artikel

Sabine Heinemann
Multimodal metaphors and their use in advertising and political cartoons – a research overview **15**

Molly Xie Pan/ Dennis Tay
Associations between multimodal metaphor functions and signals in Chinese video ads **53**

Adeline Terry
X-phemistic multimodal metaphors and the creation of humour in *How I Met your Mother* **89**

Marco Agnetta
Die Metapher als Scharnierelement zwischen den semiotischen Systemen, dargestellt am Beispiel der barocken Gleichnisarie in Antonio Vivaldis frühem Opernschaffen **115**

Juliane Bienert/Manfred Eikelmann/Paul Fahr/Christian Schwermann/ Anna Kristina Wand/Maren Veronika Ziegler-Bellenberg
Führen gute Hirten sanft? Zum Problem der Revitalisierung von Metaphern in historisch vergleichender Perspektive **147**

Volkhard Krech
Die religiöse Metapher als Zeichenprozess **193**

Herausgeberteam – Editorial Staff – Équipe éditoriale
Martin Döring / Sabine Heinemann / Katrin Mutz /
Dietmar Osthus / Claudia Polzin-Haumann / Uwe Spörl / Judith Visser
ISSN 1618-2006 (Internet)
ISSN 1865-0716 (Print)

Vorwort

Angesichts der zunehmenden Ausdifferenzierung und Weiterentwicklung multimodaler Kommunikationsformen hat sich die Forschung in den letzten Jahren der Analyse von Metaphern zugewandt, die sich (auch) auf nicht-sprachlicher Ebene manifestieren. Dazu gehören beispielsweise Metaphern im Bild, in der Gestik oder in der Musik. Für die Interpretation nicht-verbaler Metaphern eröffnen bestehende kognitionslinguistische und andere metaphorologische Zugänge Wege der Interpretation, die dann weitergedacht werden müssen, wenn sich die metaphorische Kommunikation durch Multimodalität auszeichnet: So treten beispielsweise in der Face-to-Face-Kommunikation Sprache und Gestik gleichzeitig auf, während die Kombination von Text und Bild in Textsorten wie Comics und Werbeanzeigen der Regelfall ist oder im Fall von Videoclips – beispielsweise aus dem Bereich Marketing – gar eine Verbindung von drei Kanälen vorliegt. Gerade vor dem Hintergrund der rasanten Weiterentwicklung multimedialer und -modaler Kommunikationsformate im Internet sowie angesichts unseres Wissens über die Allgegenwart und strukturierenden Dimensionen von Metaphern muss sich die Metaphernforschung nicht-verbalen und multimodalen Ausprägungen von Metaphern zuwenden – auch im Hinblick auf den entsprechenden theoretischen Zugang.

Zu den Forschungsdesiderata gehören etwa die Auseinandersetzung mit verschiedenen Typen des Zusammenspiels der Modalitäten (komplementär, widersprüchlich, redundant) sowie den unterschiedlichen Funktionen multimodaler Metaphern (z.B. illustrierend, heuristisch, persuasiv), ebenso wie die Beschäftigung mit etablierteren und neu entstandenen Textsorten und Kommunikationsformen sowie unterschiedlichen kommunikativen Situationen (z.B. Face-to-Face, quasi-synchron, synchron). Kulturkontrastive Betrachtungen können darüber Aufschluss geben, inwiefern die Verwendungen und Kombinationen unterschiedlichster Metapherntypen kulturraumgebunden sind.

Das vorliegende Themenheft, das durch zwei nicht themenspezifische Beiträge bereichert wird, zielt darauf ab, zur Weiterentwicklung der theoretischen Diskussion beizutragen und durch unterschiedliche Studien Einblicke in die Bedeutung multimodaler Metaphern zu geben.

Sabine Heinemann liefert einen Forschungsüberblick zur multimodalen Metaphorik unter besonderer Berücksichtigung von Werbeanzeigen bzw. -plakaten und politischen Cartoons. Sie fokussiert zwei Bereiche, in denen die Verschränkung der sprachlichen und bildlichen Ebene traditionell weit verbreitet ist. Neben einem kurzen Abriss zur konzeptuellen Metapherntheorie, ihrer Erweiterung durch die *blending*-Theorie und den Bereich der Bildmetapher, diskutiert die Verfasserin die Vorteile einer Definition multimodaler Ansätze unter Rückgriff auf die Annahme eines Kontinuums und behandelt exemplarisch Arbeiten aus den beiden gewählten Anwendungsfeldern.

Molly Pan und Dennis Tay kritisieren die vielfach qualitative Vorgehensweise in Arbeiten zu multimodalen Metaphern, die eine Charakterisierung verallgemeinerbarer Strukturelemente unmöglich macht. Sie nehmen eine quantitative Analyse 66 chinesischer Videoanzeigen vor und untersuchen für 197 Metaphern systematisch die Verbindung von Metaphernsignalen, -funktionen und Produkttypen. Das Vorgehen bietet Erkenntnisse über die Signifikanz von Zusammenhängen zwischen den drei oben genannten Aspekten und liefert empirische Belege für generalisierbare Strukturmerkmale.

Auch Adeline Terrys Analyse hebt auf multimodale Metaphern im Bereich des Mediums Video ab. Ihre qualitative Studie nimmt eine bekannte amerikanische Sitcom, *How I Met your Mother*, in den Blick. Im Zentrum des Beitrags steht die Frage, wie insbesondere kreative Metaphern, die sich auf Tabuthemen beziehen (als *X-Phemismen* bezeichnet), sich auf die Kombination von mindestens zwei Modalitäten stützen und auf diese Art und Weise Humor generieren.

Einer gänzlich anderen Form von Multimodalität widmet sich Marco Agnetta, der mit seiner Studie zur Metapher als ‚Scharnierelement' zwischen Sprache und Vertonung in der Gleichnisarie des 18. Jahrhunderts zeigt, dass die Forschung zur multimodalen Metapher nicht nur gewinnbringend auf Kommunikate jüngerer Zeit angewandt werden kann, sondern auch Neuperspektivierungen klassischer Textsorten erlaubt.

Der in seiner thematischen Anlage nicht auf die multimodale Metapher zugeschnittene vorletzte Beitrag des vorliegenden Bandes beschäftigt sich mit der Hirtenmetapher. Er ist das Ergebnis einer interdisziplinären Zusammenarbeit eines Autorenteams der Ruhr-Universität Bochum (Juliane Bienert, Manfred Eikelmann, Paul Fahr, Christian Schwermann, Anna Kristina Wand, Maren Veronika Ziegler-Bellenberg), das Erkenntnisse aus der germanistischen

Mediävistik und der Sinologie vereint. Der Ansatz, am Beispiel räumlich und zeitlich distanter Literaturen systematisch sprachliche Kontextdeterminationsverfahren zu erschließen, leistet einen interessanten methodischen Impuls für einen möglichen Transfer auf die Analyse multimodaler Metaphern. Die Autoren kommen zu dem Ergebnis, dass sich zumindest im Bereich der sprachlichen Einbettungsverfahren zwischen deutschen und chinesischen Texten deutliche Parallelen aufzeigen lassen, eine Erkenntnis, die die Hypothese nahelegt, es könne sich um Verfahren mit universalem Charakter handeln.

Auch der letzte Beitrag ist nicht mit der Multimodalität von Metaphern befasst, schließt aber thematisch ebenfalls daran an und kommt, wie der vorausgehende, auch aus Bochum, jetzt allerdings vom dortigen Centrum für religionswissenschaftliche Studien (Ceres). Volkhard Krech untersucht hier die in religiöser Kommunikation (z.B. in Predigten) genutzten Metaphern. Die Spezifik der religiösen Kommunikation und ihrer Metaphorik liegt dabei in der Abbildung von Immanentem auf Transzendentes. Krech bestimmt und rekonstruiert in kleinschrittiger Analyse diese Erzeugung religiösen Sinns durch Metaphern auf der Grundlage der Peirce'schen Semiotik als einen komplexen Prozess. Mit seinem Rückgriff auf Peirce und die Prozesshaftigkeit metaphorischer Zeichenverwendung macht der Beitrag auch ein Angebot zur Theorie der Metapher.

Die sechs vorliegenden Beiträge vereinen damit eine Vielfalt methodischer Zugänge zur (multimodalen) Metapher, in denen der Beschäftigung mit Sprache, Bild, Ton und unterschiedlichsten Text- bzw. Kommunikationsorten verschiedenste Funktionen zukommen. Wir hoffen, dass Forschende auf dem Gebiet der Multimodalität die in den Beiträgen generierten Erkenntnisse als anregend empfinden und dazu inspiriert werden, mit eigenen Studien einen Beitrag zur Weiterentwicklung der Forschung zur multimodalen Metapher zu leisten.

Unser besonderer Dank gilt Kerstin Sterkel (Saarbrücken) für die wie immer hervorragende Unterstützung bei der Erstellung des Layouts und dem Wehrhahn Verlag für die Herausgabe der Printversion.

Bochum, Bremen, Duisburg-Essen, Graz, Hamburg und Saarbrücken

Martin Döring, Sabine Heinemann, Katrin Mutz, Dietmar Osthus,
Claudia Polzin-Haumann, Uwe Spörl, Judith Visser

Preface

In view of the increasing differentiation and the development of multimodal forms of communication, research in recent years increasingly focused on the analysis of metaphors that (also) manifest themselves on a non-linguistic level. These include, for example, metaphors in images, gestures or music. For the interpretation of non-verbal metaphors, existing cognitive linguistic and other metaphorically-driven approaches open up ways of interpretation that need to be advanced when metaphorical communication is characterized by multimodality: language and gestures, for example, occur simultaneously in face-to-face communication, while the combination of text and image is ubiquitous in text types such as comics and advertisements. In the case of video clips – see the field of marketing – there is even a combination of three channels. Particularly in light of the rapid development of multimedia and multimodal communication formats on the Internet and our knowledge about the omnipresence and structuring dimensions of metaphors, metaphor research should turn its attention to non-verbal and multimodal forms of metaphor – also with regard to corresponding theoretical approaches.

Research desiderata in this field include, inter alia, the analysis of different types of interplay between modalities (complementary, contradictory, redundant) and the various functions of multimodal metaphors (e.g. illustrative, heuristic, persuasive), as well as the study of more established and newly developed text types, forms of communication and different communicative situations (e.g. face-to-face, quasi-synchronous, synchronous). Cultural contrastive observations hold the potential to provide information to the extent to which the uses and combinations of different types of metaphor are culturally specific.

This special issue, enriched by two other contributions, aims to contribute and further the development of the theoretical discussion. It offers insights into the significance of multimodal metaphors through various empirical and conceptual studies.

Sabine Heinemann provides a research overview of multimodal metaphors with an emphasis on advertisements, posters and political cartoons. She focuses on two areas in which the interweaving of the linguistic and figurative levels is traditionally widespread. In addition to a brief outline of the conceptual theory

of metaphor, its extension through blending theory and the field of visual metaphor, the author discusses the advantages of a definition of multimodal approaches with reference to the assumption of a continuum dealing with exemplary works from the two chosen fields of application.

Molly Pan and Dennis Tay criticize the rationale of qualitative approaches in works on multimodal metaphors, which makes it almost impossible to reveal generalizable structural elements. They conduct a quantitative analysis of 66 Chinese video advertisements and systematically examine the connection between metaphor signals, functions and product types for 197 metaphors. The procedure offers insights into the significance of connections between the three aspects mentioned above and provides empirical evidence for developing generalizable structural features.

Adeline Terry's study focuses on multimodal metaphors in videos. Her qualitative study uses the well-known American sitcom, *How I Met your Mother* as an empirical example. The article is devoted to the question of how creative metaphors, which refer to taboo topics (referred to as *X-phemisms*), are based on a combination of at least two modalities, and by doing so generate humor.

Marco Agnetta is interested in a different form of multimodality. His study of metaphor as a 'hinge element' between language and setting in the parable aria of the 18th century shows that research on multimodal metaphor can not only be usefully applied to more recent communication, but also holds the potential to create new perspectives on classical text types.

The penultimate article in this volume, which is not thematically tailored to the multimodal metaphor, deals with the so-called shepherd metaphor. It is the result of an interdisciplinary collaboration between a team of authors from the Ruhr University Bochum (Juliane Bienert, Manfred Eikelmann, Paul Fahr, Christian Schwermann, Anna Kristina Wand, Maren Veronika Ziegler-Bellenberg), which combines findings from Germanic medieval studies and sinology. The approach of using the example of spatially and temporally distant literatures to systematically develop linguistic context determination procedures offers an interesting methodological impulse for a possible transfer to the analysis of multimodal metaphors. The authors conclude that, at least in the area of linguistically driven embedding procedures, clear parallels can be identified between German and Chinese texts, a finding that suggests that these could be – hypothetically speaking – universal in character.

The last article is not concerned with the multimodality of metaphors too, but thematically relates to it and originates from the Center for Religious Studies (Ceres) at Bochum University. Volkhard Krech examines the metaphors used in religious communication (e.g. in sermons). The specific nature of religious communication and its metaphors, as he shows, lies in the mapping of the immanent onto the transcendent. Krech defines and reconstructs this creation of religious meaning through metaphors in a step-by-step analysis based on Peirce's semiotics as a complex process. With its theoretical recourse to Peirce and the processual nature of metaphorical use of signs, the article also offers a theoretical approach to metaphor.

The six contributions presented here combine a variety of methodological approaches to (multimodal) metaphor, in which the use of language, image, sound and a wide range of textual and communicative locations are assigned to a variety of functions. We hope that scholars in the field of multimodality will find the insights published here stimulating and will be inspired to further research on multimodal metaphor with their own studies.

We would like to express our special thanks to Kerstin Sterkel (Saarbrücken) for her, as always, excellent support in creating the layout and to Wehrhahn Verlag for publishing the print version.

Bochum, Bremen, Duisburg-Essen, Graz, Hamburg and Saarbrücken

Martin Döring, Sabine Heinemann, Katrin Mutz, Dietmar Osthus,
Claudia Polzin-Haumann, Uwe Spörl, Judith Visser

Multimodal metaphors and their use in advertising and political cartoons – a research overview

Sabine Heinemann, Karl-Franzens-Universität Graz
(sabine.heinemann@uni-graz.at)

Abstract

This article provides a research overview of multimodal metaphors, with particular emphasis on their use in political cartoons and advertisements; the integration of both the linguistic and pictorial levels (verbo-pictorial metaphors) is widespread. After a brief outline of conceptual metaphor and its extension through blending theory, the phenomena of visual metaphor will be discussed before addressing the problem area of multimodal metaphor. In this context, the continuum-based definition proves to be useful. Furthermore, selected works from the two central fields of application in focus here, namely multimodal metaphors in political cartoons and in advertising, are discussed by way of example.

Der vorliegende Beitrag bietet einen Forschungsüberblick zu multimodalen Metaphern unter besonderer Berücksichtigung ihrer Verwendung in politischen Cartoons und Werbeanzeigen/-plakaten; die Einbindung gerade der sprachlichen und der bildlichen Ebene ist weit verbreitet. Nach einem kurzen Abriss zur konzeptuellen Metapher sowie ihrer Erweiterung durch die *blending*-Theorie wird zunächst der Phänomenbereich der Bildmetapher diskutiert, bevor der Problembereich der multimodalen Metapher behandelt wird; dabei erweist sich die Definition unter Rückgriff auf ein Kontinuum als sinnvoll. Im Weiteren werden ausgewählte Arbeiten aus den beiden hier im Fokus stehenden, zentralen Anwendungsfeldern, nämlich zu multimodalen Metaphern in politischen Cartoons und in der Werbung, exemplarisch diskutiert.

1. Introduction

In recent years, and against the background of the relevance of metaphors in everyday language, there has been a growing interest in creative metaphors within specific multimodal types of discourse. This interest is rooted in cognitive metaphor theory (Lakoff/Johnson 1980) and is driven by a variety of reasons, such as capturing attention in advertising. Unlike other approaches, studies in the context of cognitive metaphor theory (CMT) link the concept of mode closely to sensory perception, although a 1:1 relationship is not possible here, as not only images, but also writing or gestures are perceived visually (Forceville 2021: 678−679). The multimodal discourses that have dominated cognitive-semantic studies to date concern those which show a combination of pictorial elements and written language or spoken language and accompanying gestures. When considering verbo-pictorial metaphors, particular attention is

paid to advertising and political cartoons, while at the same time interdependencies between metaphors and metonymies are examined, especially for adverts. The studies on pictorial metaphor, as presented by Forceville (*passim*) in particular, are also essential here.

This article provides a research overview of the specifics of multimodal, verbo-pictorial metaphor. After a brief introduction to metaphor within the context of CMT, its connection to the concept of frame and the utilisation of blending theory, which are ultimately also fundamental for multimodal metaphors, the studies concerning the application area of the political cartoon are presented first, highlighting essential results for discussion. Subsequently, the article explores the field of advertising as a further application domain.

Specific features of the studies, such as the interdependence of metaphor and metonymy, particularly emphasised in advertising communication, are considered in the analysis. Finally, on the basis of previous studies, the idea of a continuum is raised that allows the metaphors in question to be localised between the poles of mono- and multimodality, depending on the interdependence of visual representation and verbal elements.

2. Cognitive metaphor theory and blending theory

Referring to Lakoff/Johnson (1980: 5), it immediately becomes clear that metaphors, although primarily examined with regard to their linguistic realisation thus far, are by no means confined to language; as per their definition, they are "primarily a matter of thought and action and only derivatively a matter of language", i.e., a predominantly conceptual phenomenon. Linguistic, figurative, and other forms are therefore only reflexes of the underlying conceptual representations (cf. also Stöckl 2004: 202).[1] Consequently, the realm of possible metaphors extends to pictorial expressions, as examined by Forceville in particular, and also to multimodal metaphors (Forceville 2008a: 462, 2006: 379; El Refaie 2003: 76). In the case of the latter, several modes are integrated, each of which controls the viewer's attention differently (Forceville

[1] Nevertheless, the findings on the existence of conceptual metaphors depend almost exclusively on the patterns recognisable in verbal metaphors (Forceville 2006: 381).

Peng (2011: 617–618) refers to a similar analysis for linguistic modality despite deviating decoding of image information (cf. also Joue et al. 2020 on the cognitive processing of multimodal metaphors in general).

2008: 469; Pérez-Sobrino 2017: 56; Stöckl 2016). Forceville (2009: 22) defines a mode as "a sign system interpretable because of a specific perception process"; i.e., the authors take a broad orientation towards sensory perception (cf. Forceville 2006);[2] the consideration of a limited number of modes, defined as "one meaning-generating aspect that always needs to be complemented by others" (Forceville 2021: 679), facilitates a clearer distinction between multimodality and monomodality.

Metaphors can be understood independently of the respective mode as mental similitude-based projection processes (mappings) between independent concepts, in the context of which aspects of the source concept are transferred to the target concept.[3] A distinction can be made between primary and complex metaphors (cf. Lakoff/Johnson 1980; Grady 1997). Primary metaphors are unconscious and anchored in physical experiences, such as EVENTS ARE MOTIONS, PROGRESS IS MOTION FORWARD, PURPOSES ARE DESTINATIONS, DIFFICULTIES ARE OBSTACLES, etc. These can be built upon by complex metaphorical mappings which show a systematic coupling of source and target domains (e.g., THEORIES ARE BUILDINGS); however, frequently, only some aspects are transferred.[4] In addition to the interplay of primary metaphors, cultural

[2] Bateman/Wildfeuer/Hiippala (2017: 19) refer to the fact that "modes may cross-cut sensory distinctions rather freely". Bezemer/Kress (2008: 171) define modes as "socially and culturally shaped resource[s] for making meaning" (cf. Porto/Romano 2019: 325; Bateman 2016: 39). Jewitt/Bezemer/O'Halloran (2016: 15) describe modes as "a set of resources, shaped over time by socially and culturally organised communities, for making meaning", which take on certain roles assigned to them by social actors; a first approximation is possible, for example, via the medial realisation (cf. also Stöckl 2019: 46−47, who speaks of medial variants and mode families against this background). Fundamental to multimodality is "the textual combination of different modes and their integration in terms of structure, discourse semantics, and rhetorical function within contexts of social (inter-)action" (Stöckl 2019: 50). Since the focus here is on multimodality in the sense of the combination of linguistic (written) and visual elements and these serve as central concepts in the context of multimodality, a detailed discussion of the concepts of mode and multimodality will be omitted here. For an overview regarding multimodality (which shows the merging of semiotic and cognitive(istic) insights), please refer to Kress/Van Leeuwen (2001); Stöckl (2019); Bateman/Wildfeuer/Hiippala (2017); Wildfeuer et al. (2019); Klug/Stöckl (2016).

[3] There is a large number of fixed, conventionalised metaphorical mappings in languages (Lakoff 2008: 23).

[4] Herrero Ruiz (2006: 171) further differentiates between one-correspondence metaphors (PEOPLE ARE ANIMALS) vs. many-correspondence metaphors (LOVE IS A JOURNEY), to which further metaphors can be subordinated (cf. lovers as travellers, common goals as destinations, etc.).

beliefs and assumptions must also be taken into account here, so that complex metaphors are definitely specific to the cultural area (Yu 2009: 121). It is striking that the basic level category in particular has a high cognitive salience due to its (culturally determined) high salience and is therefore used metaphorically more frequently (Ziem 2008b: 404; Zinken/Hellsten/Nerlich 2008: 373−375).[5] Metaphors are realised through language, images, music, and gestures, but also by using a combination of different modes (Spieß 2016: 76−81).[6] In principle, metaphors can be accessed via frame analyses; i.e., via relevant properties, actions, objects and facts (cf. Spieß 2017: 104−105; Fraas 2013: 262−268). Frames can be defined as experience-based knowledge structures in human long-term memory with a prototypical information hierarchy. Frames therefore enable the description of comprehension-relevant background knowledge for metaphors (cf. "metaphorical framing effect", Pérez Sobrino/Littlemore/Ford 2021: 10; for the concept of frame cf. Ziem 2008a: 93−108, 2012: 71−74; Minsky 1975; Fillmore 1985). From a semiotic perspective, despite the linguistic level dominating Fillmore's approach to text comprehension, there is no doubt that pictorial elements also evoke frames; the constitution of knowledge takes place via different stimuli; i.e., just as multimodally as the communication itself (cf. also Busse 2012; Meier 2010). At the same time, this means that the potential of frames in the case of multi-modal sign complexes is no less than for linguistic signs (Ziem 2012: 85; cf. also Pérez-Sobrino 2017: 39).[7] Since concepts as units of meaning become associated with other concepts depending on context

[5] Cf. more generally on the different types of metaphor Lakoff/Johnson (1980); Kövecses (2005: 3−5); Harder (2010: 36−37); Musolff (2004: 9−10); Ziem (2008b: 369). Despite more recent neurolinguistic findings, the statements by Lakoff/Johnson (1980) are still largely valid (cf. Lakoff 2008: 24−25).

Grady (1997) differentiates primary metaphors into correlation-based and embodied metaphors (e.g., MORE IS UP), which show a sensorimotor anchoring of the source domain (vs. target domain), and resemblance metaphors, which are based on a perceptual similarity; primary metaphors can be combined (e.g., THEORIES ARE BUILDINGS (ORGANISATION IS PHYSICAL STRUCTURE, PERSISTING IS REMAINING ERECT); cf. Ortiz 2011: 1569; Pérez-Hernández 2019: 532−533).

[6] Forceville (2006: 486) points out that "non-verbal metaphors often have targets and/or sources that are cued in more than one mode simultaneously".

[7] Fillmore's concept of *frame* is closely related to Langacker's concept of *domain* (Croft/Cruse 2004: 15, 24−26; for differences cf. Harder 2010: 25−27). Basic domains are to be understood as conceptual units at a superordinate level and are linked to a direct physical experience. These include SPACE, MATERIAL, TIME, FORCE as well as sensory and physical perceptions (COLOUR, LOUDNESS, HUNGER, PAIN).

(Croft/Cruse 2004: 8), the use of a metaphorically used word also evokes the corresponding frame with all associated concepts. This process not only causes an interweaving of source and target domains, but also allows the understanding of unconventional and creative metaphors, such as those that occur in the context of advertising (cf. Spieß/Köpcke 2015: 9−10; Spieß 2017: 97−98; Croft/Cruse 2004: 203−210).

The blending theory (according to Fauconnier/Turner 1998; Fauconnier 2001; Turner 2008) is an extension of the conceptual metaphor theory (Lakoff/ Johnson 1980), which only integrates a source and a target domain.[8] This then refers to the formation of new components of meaning on the basis of encyclopaedic knowledge. The fundamental differences between conceptual metaphor theory and blending theory can be summarised with Grady/ Oakley/Soulson (1999: 101) as follows:

> CMT posits relationships between pairs of mental representations, while blending theory (BT) allows for more than two; CMT has defined metaphor as a strictly directional phenomenon, while BT has not; and, whereas CMT analyses are typically concerned with entrenched conceptual relationships (and the ways in which they may be elaborated), BT research often focuses on novel conceptualizations which may be short-lived.[9]

Essential to the blending theory is the assumption of two input spaces: a generic space in which the components common to both input spaces appear, and a blended space, which shows the contextually conditioned, often only short-lived, new conceptualisation: "[m]ental spaces are built up, interconnected, and blended in working memory by activating structures available from long-term memory" (Fauconnier 2001: 2497; cf. similarly Fauconnier/Turner 1998: 136). The mental spaces are structured by frames and can be equated with them in many ways. The mental spaces created through conceptual blending (blended

[8] As mentioned above, conceptual metaphor theory is characterised by unidirectional mappings, by the differentiation between metaphor and metonymy, by limited inferential activity and its context dependency, and finally by the principle of invariance, according to which the structure of the image schema of the source domain is used for the target domain (Pérez Sobrino 2017: 47−53). Image schemas are abstract representations of recurring dynamic, pre-linguistic patterns of sensorimotor interactions; they can be understood as conceptualisations of specific, internalised (embodied) experiences that can be implemented across modes (Velasco Sacristán/Cortés de los Rios 2009: 241−243; Górska 2019: 280; Croft/Cruse 2004: 44).

[9] Cf. also Croft/Cruse (2004: 203−210); Yu (2009: 122).

space) include information that is relevant for comprehension, which can, however, also remain relevant beyond the specific context (Ziem 2012: 76-77 limits this to information that is relevant for actual comprehension; cf. Kutz et al. 2015).[10] Blending theory does not explain the genesis of new properties, but rather describes *post-hoc* which information from the blended space belongs to the input spaces and which meaning components are new (Pérez-Sobrino 2017: 46−47). The interplay of verbal and pictorial metaphors, for example, can now lead to multimodal metaphors, which Forceville (2009: 24) defines as "[…] metaphors whose target and source are each represented exclusively or predominantly in different modes".[11] Depending on the medium, there are differences in the similarity between target and source compared to purely verbal metaphors; however, the only partial representation of source and target in the different modes also appears to be significant (Negro Alousque 2014: 63−67; El Refaie 2009: 181). In the context of multimodal metaphor, therefore, more than one mode contributes to the creation of aspects of meaning, each of which is partially dependent on the characteristics of the modes (cf. Forceville 1996; Forceville 2008a: 469; Hidalgo Downing/Martínez/Kraljevic-Mujic 2016: 139−144). The linguistic level is often integrated into multimodal metaphors (medially conveyed orally or in writing); images (both static and dynamic) are also quite common. In printed material (e.g., adverts, cartoons, maps, graphics, etc.) there is often an interplay between verbal and pictorial information. As a consequence, metaphorical uses are not uncommon in this context either. In principle, however, music, sounds, gestures, smell, taste, and haptics can of course also be relevant as modes in the context of multimodal metaphors alongside visual, written and spoken signs (Forceville/Urios-Aparisi 2009a: 4−5; Forceville 2016b: 244; Forceville 2006: 381−383). Non-linguistic elements

[10] Fauconnier/Turner (2002: 40) combine their four-space model with a network model. In principle, four types can be differentiated based on the relationship between the input spaces and the resulting blended space (simplex network, single-scope network, double-scope network, mirror network). In addition, different optimality principles apply (cf. Turner 2008; Joy/Scherry/Deschenes 2009: 4; Pérez Sobrino 2017: 41−42).

In the case of metonymy, the matches between the two components involved are coincidental and not relevant to the message, so there is no blending (Croft/Cruse 2004: 216). The use of metonymies, however, causes a change in salience (Hidalgo Downing/Kraljevic Mujic 2011: 156−157).

[11] Multimodal metaphors contrast with monomodal metaphors, in which the source and target domains are represented in one mode; in the case of image metaphors, these are often concrete (Johnson 2010: 2848).

can make some aspects of conceptual metaphors appear salient that cannot be represented linguistically or not so clearly, for example, the size of objects or their spatial dimension (POWERFUL IS BIG, Forceville/Urios-Aparisi 2009a: 13). Salient elements also generally help with interpretation (Forceville 2008: 470); in the case of pictorial elements, salience can be realised via the composition of the image (foreground vs. background) (Forceville 1999: 166; Schilperoord/Maes/Ferdinandussen 2009).

3. Pictorial metaphors

Since access to multimodal metaphors was, in part, facilitated via (monomodal) pictorial metaphors, these will be briefly examined first. This is especially relevant as the characteristics of visual realisation are also important for multimodal metaphors. Against this background, Stöckl's work (2004), which is primarily dedicated to image semiotics and semantics (i.e., analysing visual communication), seems interesting.[12] In addition to the denotative content, design is also important for the connotative meaning (e.g., motif staging, lighting, camera angles, image composition). It should also be noted that image content is not typically perceived in isolation, but rather captured in a frame-related manner (Meier 2010: 379−382). In principle, images are more ambiguous than language, which is why they are usually disambiguated by linguistic context (Stöckl 2004: 95).

The most recent image theories focus on the nature of visual representations and thus on cognitive schemata (frames), connectionist networks or mental models that serve as internal cognitive grids based on the confrontation with the world. Stöckl (2004: 73−77, 206f.; 214) emphasises that cognitive-semantic

[12] The author also refers here to the "picture grammar" according to Kress/van Leeuwen (2001, 2006) with the attempt to transfer a functional grammar of language, whereby the authors' concept of the picture appears to be theoretically weakly founded and detached from the use of language (Stöckl 2004: 13−15, 68−72). According to the authors, three levels can be distinguished: an ideational (representational, visual representation of facts), an interpersonal (interactional, creative elements) and a textual (compositional, principles of image composition). Three cognitive operations are essential for visual communication, namely object recognition, scene recognition and attention switching (Stöckl 2004: 21; cf. also Pérez Sobrino 2017: 20−21). The coherence and cohesion of linguistic and visual elements is also interesting here.

theories can also be understood as image theories, since they are primarily based on sensorimotor experiences (cf. also McQuarrie/Mick 1999).

Eikhenbaum (1927) and Aldrich (1968) provide an early approach to pictorial metaphor, although a more in-depth examination of the problem did not take place until the 1990s; Forceville (1996 and *passim*) in particular has advanced research in this area. While some authors (e.g., Eikhenbaum 1927; Kennedy 1982) regard pictorial metaphors as translations of verbal metaphors, others assume that metaphors are pre-linguistic, i.e., in the sense of Lakoff/Johnson's (1980) notion of cognitively reconnection, thus their immediate pictorial realisation is legitimated (Carroll 1994).[13] Pictorial metaphors show a striking structural similarity to verbal metaphors, but they differ from them in that a reversal of source and target often seems to be possible (Carroll 1994: 190; cf. also Forceville 2006: 384).[14] In the case of pictorial metaphors, the elements for mapping must be perceptually recognisable and correspondingly visually salient (Carroll 1994: 208). Forceville therefore scrutinises which are the

[13] Only Forceville seems to make direct and explicit reference to cognitive metaphor theory in his studies (Johnson 2010: 2848; Ortiz 2011: 1568).

One example outside of advertising is comics, which show realistic and non-realistic signs to depict emotions that are not necessarily derived from linguistic metaphors. Kennedy terms these *pictorial runes* (non-realistic pictorial metaphors), which are often used to represent abstract concepts that are difficult to translate 'literally' (e.g., spirals around the head for dizziness, smoke above the head for anger; Teng 2009: 245−246). In contrast, indexical signs are realistic (although exaggerated, e.g., open mouth, half-closed eyes, red face).

Concerning the use of humorous metaphors in the context of internet memes, which involve analogy (with regard to the domains involved in the mapping) on the one hand and incongruity (with regard to the pragmatic manipulation of the metaphor) on the other, cf. the studies by Piata (2016) and Scott (2021).

Metaphors and metonymies can also be found in gestures, whereby in gestures that accompany speech, the source and target domains typically appear in both modes. A metaphorical meaning can be inherent in gestures without necessarily corresponding to a metaphor on the linguistic level. Since many gestures are often used unconsciously and spontaneously, they cannot be compared with elaborate, intentionally chosen metaphorical expressions, for example in cartoons or adverts (e.g., Müller/Cienki 2009: 306-307, 322; Mittelberg/Waugh 2009: 330−336, 348; Cienki 2010: 204).

[14] This raises the question of whether understanding a non-verbal or multimodal metaphor means that the recipient mentally translates the metaphor into language (cf. Forceville 2009: 31).

Context, as well as experiential and world knowledge, prove to be extremely important for capturing the (intended) meaning of pictorial and multimodal metaphors (cf. the assumptions of frame theory; cf. Negro Alousque 2014: 66).

respective elements of the pictorial metaphor (target, source) and which characteristics are transferred (cf. the relevance principle of Sperber/Wilson 1995).[15]

Visual correlation metaphors are particularly relevant in the case of image-based advertising. With pictorial metaphors in adverts, the advertised product – which can be identified by the brand name and logo – often acts as the target domain[16] by being depicted within a visual context in such a way that the object is presented as something other than it actually is. For example, Forceville (2016b: 245−246, 2008a: 467, 2009: 28, 2006: 388) cites the metaphors DESIGNER BAG IS SCULPTURE (a designer bag is presented on a pedestal similar to an art object) and BEER IS WINE (storage of beer similar to wine in a separate cellar, which is intended to address the quality of the beer). The underlying metaphor therefore corresponds to the type OBJECT A IS OBJECT B in each case.[17] Forceville's basic definition envisages a "replacement of an expected visual element by an unexpected one". It is precisely the deviation from conventional (context) usage, recognisable via the metaphors, that increases the attractiveness of an advertisement (Forceville 1996: 69). By placing an object in a certain context that is unusual for it, one can evoke associations with a typical or conventional context for that object (Forceville 2009: 31, 2006: 391; Yus 2009: 148).[18] For the interpretation of the metaphor, it is therefore important to recognise the respective deviations from the user's expectations which can also serve as a

[15] In their study on the depiction of the right-wing extremist Geert Wilders in political cartoons, Forceville/van de Laar (2019) look in particular at the question of which source domains are used and whether there are deviating mappings for the case of the source domains that are also used for the depiction of Rutte (Prime Minister at the time of the study).

[16] It would be interesting to see which metaphorical source domains are mainly used to advertise products and whether these source domains are implemented verbally or figuratively (Forceville 2008a: 467). The extent to which the structure of the source domains (and correspondingly the salience of potentially transferable elements) is culturally influenced should also be examined (Forceville 2009: 28−29).

[17] This metaphor is often found in pictorial or multimodal metaphors, although cognitive metaphor theory does not provide any further details on this (cf. Forceville 2006: 388); knowledge of the source domain does not always seem to refer back to embodiment, rather cultural connotations that are metonymically linked to the source domain are probably important (cf. also Lakoff/Turner 1989: 66).

[18] If, on the other hand, two objects are implemented via different modes, identification is achieved by a salient, simultaneous representation of source and target (Forceville 2006: 391 refers to this as *cueing*).

stimulus for different possible interpretations (Forceville 2016b: 255, 1996: 66, on salient clues 2008a: 470).[19]

El Refaie (2003: 80) indicates that existing or conventionalised connections are required in order to be able to speak of a pictorial metaphor. The advertisements analysed by Forceville show that new metaphors are also possible, even if they are highly context dependent. The relationship between elements representing the source and target domains is clearly essential here. Pictorial metaphors are also possible in the absence of pictorial fusion in a spatially bound object (fusion); in most cases, the source or target domain is not explicitly shown (El Refaie 2003: 79 with reference to Carroll 1994; El Refaie 2009: 177−178); in many cases, however, there are linguistic elements that are essential for the interpretation.

With regard to the nature of visual metaphors according to the domains visually captured, Forceville (e.g., 2008b: 182−195, 2016b: 247) differentiates the following types in the context of static adverts and posters: a) hybrid metaphor: source and target domains overlap in such a way that the result is a non-real representation; e.g., the planet Earth, whose upper hemisphere is a burning candle; b) contextual metaphor: The target domain of the metaphor is placed in a visual context that evokes the source domain in the viewer, even if this is not depicted (e.g., via the metaphor BEER IS WINE); c) visual similarity: Both the source and target domains are depicted, the similarity relation is created via the visual resemblance in one or more features of the images (cf. colour, size, etc.)[20]; d) integrated metaphor: Here, the target domain is represented by a posture or position, as in Forceville's advert for a Senseo coffee machine which resembles

[19] The cultural context is important for the interpretation of images, not only with regard to the historical legibility and the necessary knowledge of the viewer, but also with regard to the gestures, attitudes, colours etc. common in the speaker community (cf. also frames; Forceville 1996: 74−81, with reference to Barthes 1964). Contextual elements of any kind have an anchoring function; the first contextual level is the immediate physical environment (e.g., a bus stop, a wall in the case of advertising posters).

[20] Cf. here, for example, the advertisement of a health service analysed by Ortiz (2011: 1578) and Schilperoord/Maes/Ferdinandusse (2009: 156) with the image of revolver cartridges placed in a row, in which a cigarette is also inserted, with the addition "Smoking kills" (cognitive dissonance).

a butler leaning forward.[21] In the case of the Air France example discussed in more detail in Forceville (an Air France ticket is folded like a deckchair), there is of course also a metonymic relationship between the airline and something foldable, such as the flight ticket in this case. Although equally important for political cartoons and advertising, the relationship between metonymy and metaphor is primarily discussed in studies on advertising (cf. chapter 3.2).

With regard to the related elements, it is striking that "people prefer metaphors with the target and source moderately distant from each other and metaphors with sources from referentially concrete domains" (van Mulken/van Hooft/ Nederstigt 2014: 336).[22]

4. Multimodal metaphors

Due to the abundance of studies, we will focus on advertisements and political cartoons, as they often show a strong interweaving of pictorial and linguistic information: "Unsurprisingly, cartoons (like advertisements […] often draw on metaphors, since metaphors are highly efficient means to quickly present a specific perspective, and the emotions, valuations, and attitudes inhering in that perspective, on a given topic […]" (Forceville/van de Laar 2019: 295). The significance of the text-image relationship is essential, especially for non-conventionalised metaphors,[23] as the linguistic elements are often used to interpret the pictorially realised metaphor (e.g., via the verbalisation of the target domain or an explicit reference to it). A political cartoon by Giannelli

[21] Van Mulken/le Pair/Forceville (2010: 3419−3420) and van Mulken/van Hooft/Nederstigt (2014: 334−335), based on Forceville's classification, distinguish only the first three types, which span a continuum due to the varying degrees of integration of the source domain.

The differentiation by Phillips/McQuarrie (2004) in the context of visual semiotics explicitly refers to the components' complexity (structure, pictorial layout, to a certain extent graspable as a 'grammar' of visual representation) and pictorial expression; however, the types can be assigned to those of Forceville (with a different designation: juxtaposition, fusion, replacement).

[22] Obviously, more complex and cognitively demanding adverts are preferred by the viewer over less elaborate ones (van Mulken/van Hooft/Nederstigt 2014: 340; van Mulken/le Pair/Forceville 2010: 3418−3421).

[23] Metaphorical creativity should be considered both with regard to the novelty or underlying mappings and their originality as well as with regard to the salience of individual features (cf. Lakoff/Turner 1989: 89−96; El Refaie 2015: 16; cf. the detailed studies in Pérez Sobrino/Littlemore/Ford 2021).

(*Corriere della sera*) may serve as an example here: The cartoon from December 2020 refers to the decision about the Recovery Fund, which was favourable for Italy. It depicts a table with a *panettone* on a plate and a knife lying next to it. The mat under the plate is labelled *Recovery Fund*. The room in which the table with the *panettone* stands is empty, but people are pushing through a wide doorway, all of them politicians, who are being held back by the then Italian Prime Minister Giuseppe Conte and Roberto Gualtieri, then Minister of Finance (Silvio Berlusconi is trying to get into the room on all fours); above the doorway there is a banner with the words *Buone fette*. Without the (few) linguistic elements, it would be questionable whether the interpretation of the metaphor RECOVERY FUND IS PANETTONE would be secure. *Buone fette* is also linguistically important, as it refers to the metaphorical use of *una buona fetta di torta* 'large piece, large portion' and makes the connection to the Italian Christmas cake *panettone* (and also via the phonetically similar *buone feste*, of course, which also establishes the reference to Christmas). The image of the panettone and the recovery fund lettering enable a contextual interpretation of the conventionalised metaphorical meaning for *fetta* (cf. Heinemann 2022: 87−89).[24] Similarly, the advertisement for an Opel vehicle analysed by Ziem shows the interpretation of the image of the Opel in the sense of the metaphor OPEL IS A VERY GOOD PUPIL, which is only made possible by the linguistic addition of *Klassenerster*. The interplay between linguistic and pictorial information is even closer here; in both cases the interpretation is more or less guaranteed by the linguistic information. Against this background, the boundary between monomodal and multimodal metaphors can be located on a continuum and accordingly characterised as fluid (inter-individual differences must also be taken into account here). This can also be seen – albeit not as clearly, and combined with a tendency towards a strict separation of source and target domains according to modes – in Forceville's definition (2009: 24), according to

[24] The interpretation of a metaphor (such as a metonymy) is determined on the one hand by the context in which it is embedded, and on the other hand by the recipient's familiarity with a topic – in the advertising context with the brand – as well as encyclopaedic and experiential knowledge, which causes intersubjective deviating interpretations (Pérez Sobrino/Littlemore/Ford 2021: 77−79). For detailed studies, it is therefore not only useful to involve other speakers, but also to carry out a systematic analysis, ideally on the basis of criteria for identifying metaphors, as they are actually defined by various authors (here we refer, for example, to the work of the Pragglejaz group (e.g., 2007) or the further remarks on multimodal metaphorics in political cartoons and advertisements).

which multimodal metaphors can be summarised as "metaphors whose target and source are rendered in two different modes/modalitites […] and in many cases the verbal is one of these". In her definition ("mapping, or blending, of domains from different modes"), Koller (2009: 46) also seems to make a mode-dependent differentiation according to source and target domain (which ultimately also makes it possible to differentiate between monomodal and multimodal metaphors; cf. Forceville 2009: 21−23). At the same time, the author mentions blending, which indicates that in the interplay of verbal and pictorial (or other) components (at least in these contexts), new meanings are generated more frequently.[25]

4.1 Political cartoons

Generally speaking, cartoons portray an aspect of social, cultural or political life; they show a simplification of reality by resorting (humorously) to stereotypes. The essential element here is an implicit, sometimes extremely critical commentary with reference to the frame provided by the linguistic and situational context, which primarily consists of emphasising negative or shameful facts (McMahon 2018: 103−104; Schilperoord/Maes 2009: 215−216; El Refaie 2009: 175−176, 2003: 88; Morris 1993: 196, 202−203; Forceville 2008a: 476).[26] Furthermore, advertising is also related to cultural areas (cf. Hofstede/Hofstede 2005) and some visual or multimodal metaphors may be more difficult to access for people who do not belong to the cultural area in question due to their allusions to history, literature and music.[27] In the case of political cartoons, however, there is often the additional factor of their strong daily political relevance and the need to analyse them in a socio-political context (McMahon

[25] Whether components of meaning provoked by blending become permanent depends on the discourse structure.

[26] In contrast, in the advertising context, the focus is on presenting the advertised product as positively as possible.

[27] In their analysis of political cartoons, Kennedy/Green/Vervaeke (1993: 251) point to the relevance of cultural knowledge in cases where public figures are depicted as wolves or similar. The pictorial representation allows the characteristics of a general class to be pointed out (here via attributes such as fangs, claws; cf. also Popa 2015; on prototype-based classification as in *Lawyers are the sharks of business* cf. Schilperoord/Maes/Ferdinandusse 2009: 228). Intertextual references can also be identified here, for example via fairy tales about the use of clichéd ideas (cf. also McMahon 2018: 104−105).

2018: 105; cf. also El Refaie 2003: 75, 78).[28] Irrespective of these aspects relevant to society as a whole, it is important for the interpretation and possible inter-individual differences that the viewer draws on encyclopaedic knowledge and knowledge stored in long-term memory as well as personal experiences and attitudes on the one hand; on the other hand, ideas that have been evoked by communicative interaction immediately before viewing a cartoon also have an influence on the individual interpretation (cf. El Refaie 2009: 182; 2003: 75−78, 85, 91).

For metaphors such as those used in political cartoons (cf. El Refaie 2003: 75), the concept metaphors which are generally encountered in political discourse are decisive. For example, the WAY metaphor is often used to express political goals, decision-making processes, etc. via the basic concept of a body moving spatially (Spieß 2017: 106−111). Also typical are the NATURAL FORCE metaphor (for negatively assessed developments, destruction, chaos etc.), further metaphors such as DISEASE (CRISIS AS DISEASE, STATE AS PATIENT, consider the broader connection to the ORGANISM metaphor in this context as well), BUILDING (with the subordinate concept STATICS, which refers to security) or generally CONSTRUCTION (to represent processes). The INDUSTRY/COMMERCE metaphor, which refers to economic aspects, is also widespread, as is the WAR metaphor (conflicts).[29]

In many cases, the use of metaphors can be assigned to specific communicative goals, with the persuasive function taking centre stage in a newspaper or political context. In addition, the cognitive structuring of knowledge and the condensation of arguments play a significant role in evoking different

[28] What is also important here, however, is the variation in metaphor related to cultural space that must also be taken into account in other contexts (cf. also Johnson 2010: 2849). Differences in metaphorical conceptualisation are likely to be based on different framing (cf. Kövecses 2005: 13, 253).

[29] In principle, conventionalised metaphors are also those that are used more frequently, which is why a continuum between innovation and conventionality can be established on the basis of the criterion of usage (Spieß 2016: 89; Heyvaert et al. 2019). In many cases, the most frequently used metaphors that are integrated into the general vocabulary are not (or no longer) perceived as such by the average speaker. In political cartoons, however, the concepts invoked via the literal meaning of the metaphors (often phraseologisms) are often realised pictorially. In the advertising context, creative visual renderings can be used in these cases, such as with the metaphor A CAR IS A HORSE, which invokes a wide range of desirable attributes (e.g., power, speed) and sometimes evokes more symbolic values (elegance, freedom, wildness) (Pérez Sobrino/Littlemore/Ford 2021: 39).

judgments (cf. Spieß/Köpcke 2015: 5−8; Spieß 2017: 100−102; Valdivia 2019: 286−288; cf. also the various contributions in Carver/Pikalo 2008). *Highlighting* is one of the characteristic features with regard to the message of cartoons or advertisements; not only do the visual realisations reinforce the linguistic statement (as long as they do not take its place), in many cases individual aspects are emphasised – components of a socio-political situation that are not depicted or disadvantageous characteristics of a product (see greenwashing) are simultaneously pushed into the background (*hiding*). Non-conventionalised metaphors allow a perspective on a deviating source domain. The salience of the different contextually possible source domains must also be taken into account here (Heyvaert et al. 2019: 2−6; Pérez Sobrino/Littlemore/Ford 2021: 7).

In parallel to the pictorial elements,[30] cartoons often also contain linguistic elements, as mentioned and central to this presentation, either in the form of a title, a statement assigned to a person by a speech bubble, as in a comic, or by inscriptions on objects. In principle, the linguistic elements can have different functions – on the one hand, they can be an 'aid' to interpretation for visually implemented metaphors; on the other hand, they may also restrict interpretation possibilities, as in the case of complex metaphors where the precise source or purpose of these can be recognised via the linguistic elements. Against this background, more importance is presumably attached to the linguistic statement than to the pictorial elements, even though the latter initially receive more attention (Koller 2009: 47; El Refaie 2003: 83−87; cf. Kress/Van Leeuwen 2006 on "narrative" images). At the same time, the combination of pictorial and linguistic elements in cartoons serves to build a

[30] The differentiations mentioned in the course of metaphorical imagery can of course also be used for the pictorial elements in political cartoons. In addition to the categorisation by Schilperoord/Maes/Ferdinandusse (2009: 220−221, 228) based on Forceville (1996), Phillips/McQuarrie (2004) and Teng/Sun (2002) of *juxtaposition*, *fusion* and *replacement*, a first differentiation of representations in cartoons in general, including metonymy, can already be found in Gombrich (1978). In the case of *condensation*, a complex phenomenon is reduced to an image that represents the essence (stereotypically), while individual events are reduced to the common core (McMahon 2018: 103; Morris 1993: 200−201). In *combination*, elements of the different domains are superimposed, which also incorporates metaphors. Finally, in *domestication*, for example, unfamiliar people or abstract ideas are conceptualised as familiar people (Morris 1993: 201). At the same time, this entails the risk of trivialising the uniqueness of certain events and downplaying alternative perspectives (cf. the concept of *carnivalisation* in Morris 1993: 202).

bridge between fact and fiction (El Refaie 2009: 174; Negro Alousque 2014: 66). The double coding, involving both verbal and pictorial coding, is not redundant. It does not present the same metaphor twice monomodally, but rather a connection between the information presented in the different modes is necessary for the correct interpretation (cf. Pollaroli/Rocci 2015: 7−9). A special feature of the metaphors appearing in political cartoons appears to be the predominance of the type OBJECT A IS OBJECT B; metaphors relating to orientation are also frequent (*orientational metaphors*; e.g., HIGH STATUS IS UP/LOW STATUS IS DOWN, HAVING CONTROL OR FORCE IS UP/BEING SUBJECT TO CONTROL IS DOWN; Forceville 2009: 28; El Refaie 2009: 176, 179). The chronology of events or actions is less easy to translate graphically than spatial relationships; abstract concepts such as the EU or Italy can also be 'translated' into concrete concepts and thus visualised (often metonymically, e.g., European flag, geographical map, prime minister; El Refaie 2003: 85; Negro Alousque 2014: 67, 72; Bounegru/Forceville 2011: 220).[31] In principle, a localisation on a continuum between the prototypical referent of the image and the referent intended by the cartoonist seems useful for the interpretation of the pictorial components (Yus 2009: 148).[32] Overall, it can be said that the concrete meaning ultimately depends on the interaction of the evoked frames and the information presented in the individual modes (Forceville 2019: 369).[33]

[31] While abstract concepts can be verbalised, their pictorial implementation is severely limited, which is why they are often conveyed through metaphors (El Refaie 2003: 91). As with the pure pictorial metaphor, the arrangement of the visual elements in cartoons in terms of size, orientation, distance, etc. is important, as the cartoon analysed by Teng (2009: 197−198) on the metaphor (AMERICAN) NEWS IS HORROR NOVEL clearly shows – on the bookshelf realised graphically, there are books with horror stories, including a newspaper (titled *News*), which is used to bring about the mapping.

[32] In this context, Bounegru/Forceville (2011: 213) refer to the assumption that the cartoonist selects a relevant component of meaning with regard to the interpretation of the metaphor.

It is also possible to differentiate between visual elements according to their use – Birdsell/Groarke (2007) distinguish between a) *visual flags* (attention-getting), b) *visual demonstrations* (illustration of the message/statement), c) *visual metaphors* (realisation of the claim), d) visual symbols (e.g., cross for Christianity), e) *visual archetypes* (characterized as popular, e.g., long nose of Pinocchio, ultimately also metaphorical; cf. Pollaroli/Rocci 2015: 13−14).

[33] Bounegru/Forceville (2011: 224) additionally point out that the interaction of multimodal metaphors with other metaphors/tropes or colour, layout etc. of the cartoon must also be examined with regard to the generation of rhetorical effects (cf. also Pérez Sobrino/Littlemore/Ford 2021: 53−56, 126−127, 143). For advertisements, Pérez Sobrino/

According to Muelas-Gil (2021: 62), metaphors that emphasise certain characteristics and views while simultaneously devaluing other aspects prove to be particularly efficient. However, the author points out the danger of conventionalisation when depicting the relationship between two nations or conflict parties – for example, when portraying Catalonia as a rebellious, naïve or disappointed child in relation to Spain (as a target domain, primarily implemented pictorially), there is a danger that the reader will always experience Catalonia as oppressed and thus helpless. In other words, recourse to the same conceptual metaphors can have effects that go beyond the individual cartoon (Muelas-Gil 2021: 74). [34]

The study by Tsakōna (2009) on humour in political cartoons is also interesting; in two thirds of the 561 Greek political cartoons examined, humour is caused by the interaction of linguistic and visual elements (Tsakōna 2009: 1172−1177). Of course, not all cartoons are metaphorical, but pictorial metaphors often occur in hyperdetermined humour. The combination of linguistic and visual elements and their appearance in a specific context breaks up the expectations of the respective frames, which also generates a humorous effect (Tsakōna 2009: 1180). Piata (2016: 40) points out that in the case of humorous metaphors, "it has been suggested that the humorous effect arises from only partially resolving the metaphorical mapping".

A relevant example study demonstrating the use of linguistic metaphor on a visual level (transmodality[35]) is that of Porto/Romano (2019) concerning the tidal metaphor in the context of Spanish protest rallies. Since 2011, the metaphor A MASS OF PEOPLE IS A TIDE has been anchored with a view to the social movement *las mareas*, which repeatedly shows new, creative mappings and at

Littlemore/Ford (2021: 15) emphasise the intensifying effect of hyperbole for the metaphorical statement.

[34] In the case of conventionalised, largely context-independent metaphors (cf., for example, the image of a light bulb on the head of an individual), El Refaie (2015: 20−21) speaks of an "inactive metaphorical representation".

[35] Cf. also Forceville (2019: 371) on transmodality with reference to the study by Porto/Romano (2019): "Not only can a given metaphor develop *within* a medium, for instance in language; it is moreover bound to transform and adapt itself to some extent when it migrates to another medium with its own affordances and constraints, such as visuals, visuals-plus-written texts, or music."

Murphy (2012) notes that transmodality focuses on the emergence of semiotic chains. New modes can extend, reduce or even contradict the original meaning.

the same time refers to the integration of the metaphor into the socio-historical context of Spain (cf. STATE EDUCATION SUPPORTERS ARE A GREEN TIDE[36]). What is also striking here is their characterisation of multimodal metaphors ("in which target and source are presented in at least two different modes, to the extent that it becomes unidentifiable if one of them is deleted"), which differs from Forceville's much-cited definition. They also note that "in a multimodal metaphor, all the modes have to be present simultaneously, and the final emergent meaning of the metaphor goes far beyond the mere sum of its parts" (Porto/Romano 2019: 323; similarly, Schilperoord/Maes 2009: 234).[37]

Linguistic and pictorial elements or metaphors can therefore also appear in parallel in cartoons without necessarily resulting in multimodal metaphors in Forceville's sense, i.e., showing an exclusive or dominant realisation of the target and source domains via different modes. With regard to Forceville's definition, however, it is interesting to note that depending on the mode (e.g., in the case of pictorial metaphors), the similarity between the source and target domains is often given via other components compared to purely verbal metaphors. This certainly raises the question of the required extent of overlap (cf. Forceville "predominantly") for the different modes in the case of multimodal metaphors. An at least partial representation of the source and target domain in the different modes seems to be fundamental in many cartoons (Negro Alousque 2014: 63−67; El Refaie 2009: 181). El Refaie (2009) also notes that there are often linguistic elements that complement the pictorially realised metaphor but contain essential information that helps the viewer to determine the source and target concepts of a complex metaphor. Accordingly, she points to the necessity of extending the concept of multimodal metaphors to cases "where target and source are *partially* represented in different modes" (2009: 181); her definition is thus less restrictive than Forceville's.

However, it should also be questioned how the continuum implied by this for the concept of multimodal metaphor is organised. In fact, many of the

[36] Based on the recontextualisation of this metaphor, an adaptation is made for further groupings, whereby a colour is chosen in each case on the basis of a metonymy, e.g., *marea blanca* for hospital staff (cf. white coat).

[37] The authors also state that, according to Kress (2005), the salience of the units and their relationship to each other are important for the pictorial level due to the simultaneity of the elements; this in turn results in closer relationships between images than between linguistic elements and domains (Porto/Romano 2019: 340−342).

contributions in the volume edited by Forceville and Urios-Aparisi (2009b) show that there is often a parallel in the representation of the same metaphor in different modes. Finally, Forceville (2006: 384) also points to the necessity of extending the definition in order to include all instances of metaphors in which the source and target domains are represented exclusively, predominantly or only partially in different modes (cf. El Refaie 2009: 191). Reference can be made here to the previously discussed example RECOVERY FUND IS PANETTONE, where it is extremely questionable whether the correct interpretation would be guaranteed without the few linguistic elements. In addition, the fact that the verbal and pictorial realisation of a metaphor is often not congruent is seen by some authors as a partial loss of meaning. Nevertheless, the parallel use of different modes also offers the possibility of a modifying, more nuanced, comprehensive grasp of a metaphor (with simultaneous redundancy in the case of major overlaps). Lakoff/Turner (1989: 89−96) refer here to the incommensurability of semiotic modes, which allows genuinely new meanings to be generated by combining several modes (cf. also Forceville 2019: 369). Language is probably better suited to the representation of actions, causal relations, etc., while the spatial organisation of images tends to express the relationship of elements to one another or visual similarities (cf. El Refaie 2015: 18−21). In cartoons, the source domain is often implemented visually, which breaks up the conventionality of the metaphor recognisable on a linguistic level, i.e., the linguistic polysemy of literal and metaphorical meaning is exploited for the interplay of linguistic and pictorial representation.

The occurrence of several metaphors is also possible, although these do not necessarily have to invoke the same frame; Schilperoord/Maes (2009: 223−227) show that in most of the cartoons they analysed, two metaphors occur together, each referring to a specific frame. Against this background, the authors propose an analysis comprising the following steps: 1) defining the conceptual content by paraphrasing the metaphor(s) and determining the target and source domains; 2) determining the realisation of the domains; 3) analysing the argumentative structure, objective reconstruction of the expressed perspective (cf. also Peng 2011: 617−618; Bounegru/Forceville 2011: 213).

4.2 Multimodal metaphors in advertisements and billboards

In advertising, the product being advertised (identifiable by the brand name and logo) is often presented as the target domain of a pictorial metaphor (cf. Urios-Aparisi 2009: 97).[38] In the less common scenario in which competing products are addressed as the target domain, negative characteristics of the source domain are transferred (Forceville 2008b: 180). Similar to political cartoons based on metaphor, a humorous or at least perceptually striking text-image relationship is essential for advertisements and billboards.

In the advertising context, multimodal metaphors serve to emphasise product qualities as well as the positive evaluation of the world depicted in the advertisement (and correspondingly a negative evaluation if the advertised product is not used; Hidalgo Downing/Martínez/Kraljevic-Mujic 2016: 156).

In contrast to political cartoons, the various studies on multimodal metaphor in this context can be differentiated according to their specific focus – there are studies that emphasise conceptual blending with recourse to the frames evoked by language and image, i.e., which focus on the (non-permanent) constitution of meaning in advertisements and posters. In other analyses, possible analytical steps are developed. Finally, categorisations are discussed that also include the metonymies that are often present in the advertisements parallel to the actual metaphor. As seen, frames can be evoked by linguistic signs,[39] as well as other signs such as images. This is particularly interesting with regard to advertising and the resulting interaction of modes, which is fundamental to multimodal metaphors (cf. Forceville 2016a, 2016b; Phillips/McQuarrie 2004; van Mulken/le Pair/Forceville 2010; Pérez Sobrino 2017). For metaphors or metonymies, the blending theory can be utilised for the relationship between

[38] Following Forceville (2008a: 467), it would be interesting to analyse the source domains that are used metaphorically in brand communication (linguistically and visually).

Unlike political cartoons, which are often presented in black and white and characterised by a lack of non-essential detail, advertisements are much more elaborate in their visual design. In addition to the selection and arrangement of the elements, the colour design is also essential, influencing the evocation of frames and underpinning the central advertising message. At the same time, the specific advert is supported by the brand frame established for well-known brands. In the case of political cartoons, reference can be made to frames built up through the behaviour of prominent politicians and their portrayal in media coverage or cartoons.

[39] In the case of polysemous or (quasi-)homonymous lexemes (see also the use in word games here), several frames can be evoked in parallel.

linguistic and figurative elements, as the studies by Joy/Scherry/Deschenes (2009) or Ziem (2012) show. Ziem (2012) analyses various advertisements in which conventionalised knowledge is evoked to a certain extent within the language community via linguistic components. In interaction with the pictorial elements, different frames are shown (cf. the advert of an Opel model as first in class, the frames AUTOMOBILE and SCHOOL), via which strongly context-dependent meanings are generated in the blended space, which can experience a differentiation of the meaning conditioned by the overlapping of the input spaces via an elaboration.[40] The advert in question is an ideal example of multimodal metaphors in Forceville's sense; the depicted product is the target domain, the source domain is indicated linguistically. The study by Joy/ Scherry/Deschenes (2009) is similar to Ziem (2012) and also Pollaroli/Rocci (2015), with the authors also focusing on the processes associated with blending and the constitution of meaning (Joy/Scherry/Deschenes 2009: 43−48). They explicitly point out that, as with frames, the process of conceptual blending is not limited to language, but that visual representations also evoke blends.[41] Mazzali-Lurati/Pollaroli (2016) also refer to blending theory; they assume that the recognition of mappings and the resulting abstract cognitive structure is communicatively fundamental (Mazzali-Lurati/Pollaroli 2016: 217−221). For the examples discussed (Erdal shoe polish, use of a high-gloss shoe as a rear-view mirror (car), depiction of a Nike shoe as a jumping mat), the analysis is based on the six patterns formulated by Goldenberg/Mazursky/Solomon (1999): pictorial analogy, extreme situation, consequence, competition, inter-activity, and change of dimension. Pictorial analogy is dominant in advertising, and the adaptation of cultural symbols to the intended advertising message is also relevant in this context. The authors also shed light on the interpretation of individual characteristics that determine the mapping. In the case of the Erdal advert, for example, the elongated shape of the mirror (target domain) would be transmitted, the possibility of adjustment, the functionality for safe driving would thus be given; at the same time, the material of the shoe (shiny leather)

[40] The two input spaces are given by the frame relating to the lexical meaning as well as the frame evoked by the depicted product (Ziem 2012: 76−77).

[41] Interestingly, the use of multimodality in advertising communication, used to achieve special effects such as humour, emotionalisation, etc., can lead to the development of new aspects of meaning (in the blend) with regard to the brand-specific advertising message. However, it often shows a coherent use of only one or a small number of complementary frames (Heinemann, in publication).

would be projected, but other properties of the shoe would not be used. Such constellations point to the advantage of blending theory, which considers such phenomena in the context of blended space (Mazzali-Lurati/Pollaroli 2016: 225−227).

The study by Caballero (2009) on wine advertising is particularly interesting because of the representation of smell and flavour using linguistic and visual elements. The verbalisation takes place via metonymies (*ripe flavours*), comparisons (*it smells like a barnyard*) or synaesthetic metaphors (*it smells crisp*). The multimodal metaphors that occur show language and culture-specific differences, e.g., with regard to the choice of source domain (Caballero 2009: 74−77; cf. Forceville/Urios-Aparisi 2009a: 7−12). The most frequently used metaphors are WINE IS A LIVING ORGANISM, WINE IS A TEXTILE (e.g., *cloak*, *glove*, *frock*, *mantle*, French colour as *robe*) or WINE IS A THREE-DIMENSIONAL ARTIFACT.

For the dominant ORGANISM metaphor, mainly physical characteristics (*body*, *browny*, *flabby*, *slim*, *thin*, *masculine*, *feminine*) or character traits (*aggressive*, *honest*, *expressive*) are transferred. The FAMILY metaphor is also addressed, for example in an advert that also figuratively depicts a Rioja wine as "the last generation" like a newborn baby (wrapped in cloth and placed in a basket; Caballero 2009: 83−86), similarly for a French wine "Nous vous dévoilons notre dernier nez" (see Homophonie *né* vs. *nez* [ne]), whereby the figurative implementation works with the BIRTH metaphor.

Urios-Aparisi (2009) sheds light on the interaction of metaphor and metonymy in car adverts. The intertwining of these two cognitive association principles results, to a certain extent, from the aforementioned utilisation of the frames evoked by central elements of advertising, since metonymies can be located within the same domain. Yu (2011) analyses the different mechanisms for advertising the Olympic Games in Beijing using the Beijing Opera as a source domain (linguistic, visual, acoustic; TV commercial). The analysed commercial contains a central metaphor, which is, in turn, fed by components from lower levels (Yu 2011: 615−617; cf. also Hidalgo Downing/Martínez/Kraljevic-Mujic 2016: 156 on *extended metaphors*).

In her study, Martín de la Rosa (2009) emphasises the reference to a "literal primary subject" and a "figurative secondary subject" in Forceville's sense (1996: 5). The focus here is clearly on the visual metaphor of an Audi advert, for example, even though the source domain is (also) made linguistically explicit

via branding elements such as the depiction of the company logo. Otherwise, the reference made on a visual level would result in a generalisation (AN AUTOMOBILE ENGINE IS AN ORCHESTRA; cf. also Martín de la Rosa 2009: 173).[42] Finally, following Forceville's assumption, the author points out that the less a pictorial metaphor depends on the linguistic component, the stronger it is. In principle, the figurative context as the foundational context for the viewer, along with the possible linguistic elements that are relevant for the acquisition of meaning such as the anchorage, as well as the (culturally bound) world knowledge of the relevant target group, which provides many of the mappings, must be taken into account (Bounegrou/Forceville 2011: 221; Martín de la Rosa 2009: 177−178).

Although addressed in many studies, the metonymic relations that (can) occur in connection with multimodal metaphors in advertisements are occasionally relegated to the background in the analysis, as the focus is on the specifics of the metaphor. Consequently, works that shed light on the relationship between metaphors and metonymies in advertising are also interesting.[43]

Urios-Aparisi (2009: 97−98) notes that with regard to the interaction of metaphor and metonymy, a continuum between literal and metaphorical meaning can be identified, whereby the source domain can be made explicit, but does not have to be. In principle, two basic metonymies can be distinguished, namely *totum pro parte* (target-in-source; *she is taking the pill* → contraception) and *pars pro toto* (source-in-target; *all hands on deck* → sailors), whereby interactions between these two types are also possible (*Wall Street is in panic*, cf. place for institution, institution for persons; cf. also Ruiz de

[42] Martín de la Rosa (2009) uses the metaphor DRIVING THE AUDI S3 IS LISTENING TO MUSIC, whereby the engine noise is probably in the foreground and, metonymically derived from this, driving an Audi could be compared to listening to (melodious, classical) music.

[43] It is interesting to note here that, according to Pérez Sobrino/Littlemore/Ford (2021: 19, 22), metonymies rarely appear on their own, but much more frequently in combination with metaphors in advertising. A combination of metaphor and metonymy is also particularly evident in so-called 'shockvertising', which contradicts the viewer's expectations and thus attracts attention.

Mendoza/Otal Campo 2002; Negro Alousque 2014: 62−63). The metonymies are accompanied by a domain reduction or expansion.[44]

A systematic presentation of the types of conceptual interaction can be found, for example, in Kashanizadeh/Forceville (2020: 80−81), who take up Ruiz de Mendoza's (2000)[45] proposal to differentiate four interactional patterns, which largely correspond to those in Urios-Aparisi (2009: 1) metonymic expansion of a metaphorical source (cf. bear with trimmed fur on its head for a barber shop), 2) metonymic expansion of a metaphorical target (depiction of the Renault logo as armour, reference to safety, the logo stands for the vehicle), 3) metonymic reduction of a metaphorical source (imprint in the form of a candy wrapper on an advertised cake to indicate the intense taste of chocolate); 4) metonymic reduction of a metaphorical target (mobile phone with banderole like bank-notes, advertising for bank app). The authors supplement the classification with the type 5) metonymic expansion of a metaphorical source and a metaphorical target, which also appears in Pérez Sobrino (2017) (advertising for the café in the van Gogh Museum in Amsterdam via the image of a cup with a broken handle; the ear called up via the handle refers to van Gogh or the museum dedicated to him, the cup with the broken handle refers to the café in the van Gogh Museum; the advert for Zoo Artis uses the image of an orangutan with the words *Mona Lisa* underneath; Mona Lisa refers to the Louvre, orangutan to the zoo).

Using the example of an advert for 7UP, Pérez Sobrino (2013) shows the use of a multimodal metaphor (PRODUCT X IS FRUIT) and a metonymy chain (GREEN FOR NATURE FOR ENVIRONMENTALLY FRIENDLY), which at the same time highlights the widespread greenwashing in advertising.[46] Pérez Sobrino (2013: 9) suggests

[44] Pérez Sobrino (2016: 64) points out that metonymic reduction processes are primarily used in advertising when the matrix domain is too complex or elaborate to be processed in line with the advertising message.

[45] Elsewhere, Ruiz de Mendoza (2007) lists four patterns of metonymic interaction, cf. 1) double domain expansion, 2) double domain reduction, 3) domain expansion and domain reduction, 4) domain reduction and domain expansion.

Cf. also Pérez Hernández (2011: 372−373) on supplementary content-related cognitive and formal operations (e.g., comparison, correlation, strengthening etc.), which can be used to enrich the meaning of the target domain.

[46] The intention to convey a positive image of the product serves as the background for the greenwashing that can be observed here (cf. on the corresponding aspects implemented in the advert Pérez Sobrino 2013: 2).

the following analytical steps: 1) what are the two elements included in the metaphor? 2) which represents the source domain and which the target domain? 3) which characteristics are transferred? The advert shows a can of soft drink hanging from a branch instead of a lemon (next to it are lemons and leaves, the background is green).

As in this particular case, the source domain is often expressed implicitly, while the target domain (namely the product) is expressed explicitly (cf. metaphor 7UP CAN IS A LEMON). With regard to the conceptualisation of the can as a lemon, Ruiz de Mendoza Ibáñez (2011: 108) argues that conceptual integration through enrichment is necessary (achieved here through the visual environment). The accompanying text also controls the interpretation via different metonymies, among other things (Pérez Sobrino 2013: 11−12). In Pérez Sobrino (2016: 64), the author discusses different types of interdependence between metaphor and metonymy;[47] her classification goes beyond that of Kashanizadeh/Forceville (2020: 80−81) and the primary interest in multimodal metaphors discussed in this article: a) parallel metonymic expansion in both metaphorical domains; b) parallel metonymic reduction in both metaphorical domains; c) metaphtonomic scenario; d) multiple-source-in-target metaphtonymy. In addition, it is possible to make a distinction between single-source metaphoric amalgams (integration of one metaphor into another) and double-source metaphoric amalgams (transfer of two different source domains to the same target domain). In the case of metaphoric chains, there is a combination of metaphors in which the target domain of the first metaphor forms the source domain of the next (Pérez Sobrino 2016: 65−73). The different types reflect the *figurative-literal continuum* described by the author (based on that described by Dirven 2002), which shows metonymy and the metaphoric chain as extremes (metonymy, multiple source-in-target metonymy, metonymic chain, metaphor, metaphtonymy, metaphoric amalgam, metaphoric chain).

The case discussed earlier in Pérez Sobrino (2013) can therefore be summarised as multimodal metaphtonymy (metaphor, metonymic chain in one of the domains involved). According to the author (2016: 78-79), metaphtonymy is most common in advertising, followed by metonymic chain; metonymy and metaphor are similarly common. In 64% of the 210 advertisements she analysed,

[47] It is not always possible to make a clear differentiation between the processes or, alternatively, statements can be interpreted both metaphorically and metonymically.

the source domain is exclusively depicted visually, 27% use visual and linguistic elements, and 7% use only the linguistic level; in contrast, the target domain is implemented visually in 39%, in 35% of cases hybrid (linguistic and visual), and in approximately 50% of the advertisements, the advertised product is only addressed linguistically.[48] According to the author, the combination of visual and linguistic elements proves to be the most effective, as images are remembered for longer and linguistic elements control the interpretation of the advertising message.

5. Concluding remarks

The analysis of the various studies on multimodal metaphors in general and in political cartoons such as adverts shows that, on the one hand, the assumption of a continuum appears to make sense for the definition of multimodal metaphors. Even Forceville's basic definition, according to which the source and target domains should be implemented exclusively or at least primarily via one modality, is relatively restrictive, but it opens up the possibility that elements of a metaphor may appear doubled in the pictorial and linguistic realisation. A parallel of verbal and pictorial metaphor could thus be understood as a pole of the continuum (in a sense as a parallel of the same metaphor implemented monomodally in each case).[49]. The opposite pole is the 'classic' case of the multimodal metaphor,[50] which sees the source domain implemented linguistically and the target domain pictorially (or vice versa). The use of a continuum seems justified not least by the fact that different aspects of meaning are (or can be) invoked via the translation into the individual modes, so the figurative and linguistic translation do not show a 1:1 correspondence (cf. in particular Hidalgo Downing/Martínez/Kraljevic-Mujic 2016: 139−144). The coding is therefore not redundant; in many cases, the elements appearing in the other mode contain essential information that allows a (correct, intended)

[48] This is particularly striking in view of the assumption that the advertised product, as seen, is usually the target domain (and depicted).

[49] In monomodal metaphors, the source and the target are each represented in one mode, although here, too, meaning-constituting elements implemented via the other mode must be taken into account.

[50] Cf. also Forceville (2006: 486) on the diverse interrelationships between source and target domains.

interpretation of the complex metaphor.[51] Porto/Romano (2019: 323) define multimodal metaphors accordingly with a view to capturing the meaning, which would be impaired if the linguistic or figurative element were to be deleted. A partial representation of the source and target domain in both modalities seems to be especially common in political cartoons. Forceville (2006: 384) himself also sees the need for a broadening of the definition with regard to cases in which the source and target domains are partially implemented in different modalities (cf. also El Refaie 2009: 181).

In addition to the problem of defining multimodal metaphors, the studies on metaphor in the context of advertising language also show the inclusion of metonymy and the interweaving of metaphor and metonymy. Although this shifts the focus, it would still be interesting to examine whether and to what extent the types formulated in the context of different attempts at classification are equally applicable to political cartoons and what effects are achieved with each individual type.[52] There is no doubt that the rarely explicit referral to frames as a reference value is helpful for the study of multimodal metaphors, especially since they prove to be independent of modality.

6. Bibliography

Abdel-Raheem, Ahmed (2019): *Pictorial framing in moral politics: A corpus-based experimental study*, London: Routledge.

Aldrich, Virgil (1968): "Visual metaphor", in: *The Journal of Aesthetic Education* 2 (1), 73−86.

Barthes, Roland (1964): "Rhétorique de l'image", in: *Communications* 4, 40−51.

Bateman, John A. (2016): "Methodological and Theoretical Issues for the Empirical Investigation of Multimodality", in: Klug, Nina-Maria/Stöckl, Hartmut (eds.): *Sprache im multimodalen Kontext*, Berlin/Boston: Mouton de Gruyter, 36−74.

Bateman, John/Wildfeuer, Janina/Hiippala, Tuomo (2017): *Multimodality: Foundations, research and analysis – A problem-oriented introduction*, Berlin: Mouton de Gruyter.

[51] In this context, the aforementioned transmodality should also be interesting, from which new multimodal metaphors may emerge.

[52] Lin/Chiang (2015: 259) also emphasise the intertwining of metaphor and metonymy in political cartoons.

Bezemer, Jeff/Kress, Gunther (2008): "Writing in Multimodal Texts: A Social Semiotic Account of Designs for Learning", in: *Written Communication* 25 (2), 166−195.

Birdsell, David S./Groarke, Leo (2007): "Outlines of a Theory of Visual Argument", in: *Argumentation and Advocacy* 43, 103−113.

Bobrova, Larysa (2015): "A procedure for identifying potential multimodal metaphors in TV commercials", in: *Multimodal Communication* 4 (2), 113−131.

Bonhomme, Marc/Lugrin, Gilles (2008): "Interprétation et effets des figures visuelles dans la communication publicitaire: le cas de la métonymie et de la métaphore", in: *Studies in communication sciences* 8 (1), 237−258.

Bounegru, Liliana/Forceville, Charles (2011): "Metaphors in editorial cartoons representing the global financial crisis", in: *Visual Communication* 10, 209−229.

Busse, Dietrich (2012): *Frame-Semantik. Ein Kompendium*, Berlin/Boston: De Gruyter.

Caballero, Rosario (2009): "Cutting across the senses: Imagery in winespeek and audiovisual promotion", in: Forceville, Charles J./Urios-Aparisi, Eduardo (eds.): *Multimodal Metaphor*, Berlin/New York: Mouton de Gruyter, 73−94.

Carroll, Noël (1994): "Visual metaphor", in: Hintikka, Jaakko (ed.): *Aspects of Metaphor*, Dordrecht: Kluwer, 189−218.

Carver, Terrell/Pikalo, Jernej (eds.) (2008): *Political Language and Metaphor. Interpreting* and *changing the world*, London/New York: Routledge.

Charteris-Black, Jonathan (2004): *Corpus Approaches to Critical Metaphor Analysis,* Basingstroke/New York: Palgrave Macmillan.

Cienki, Alan (2010): "Multimodal metaphor analysis", in: Cameron, Lynne/Masle, Robert (eds.): *Metaphor Analysis: Research Practice in Applied Linguistics, Social Sciences and the Humanities*, London: Equinox, 195−214.

Croft, William/Cruse, D. Alan (2004): *Cognitive linguistics*, Cambridge: Cambridge University Press.

Dirven, René (2002): "Metonymy and Metaphor: Different Mental Strategies of Conceptualisation", in: Dirven, René/Pörings, Ralf (eds.): *Metaphor and Metonymy in Comparison and Contrast*, Berlin: Mouton de Gruyter, 75−111.

Domínguez, Martí (2015): "The metaphorical species: Evolution, adaptation and speciation of metaphors", in: *Discourse Studies* 17, 4, 433−448.

Eikhenbaum, Boris (1927): "Problems of cine-stylistics", in: Taylor, Richard (ed.): *The Poetics of Cinema*, Oxford: RPT Pub, 5−31.

El Refaie, Elisabeth (2003): "Understanding visual metaphor: the example of newspaper cartoons", in: *Visual Communication* 2 (1), 75−95.

El Refaie, Elisabeth (2009): "Metaphor in political cartoons: Exploring audience responses", in: Forceville, Charles J./Urios-Aparisi, Eduardo (eds.): *Multimodal Metaphor*, Berlin/New York: Mouton de Gruyter, 173−196.

El Refaie, Elisabeth (2015): "Cross-modal resonances in creative multimodal metaphors: breaking out of conceptual prisons", in: Pinar Sanz, Maria Jesús (ed.): *Multimodality and Cognitive Linguistics*, Amsterdam: Benjamins, 13−26.

Fauconnier, Gilles (2001): "Conceptual blending", in: Wright, James D. (ed.): *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*, Amsterdam: Elsevier, 2495−2498.

Fauconnier, Gilles/Turner, Mark (1998): "Conceptual Integration Networks", in: *Cognitive Science* 22 (2), 133−187.

Fauconnier, Gilles/Turner, Mark (2002): *The way we think*, New York: Basic Books.

Fillmore, Charles J. (1985): "Frames and the semantics of understanding", in: *Quaderni di Semantica* 6 (2), 222−254.

Forceville, Charles (1996): *Pictorial Metaphor in Advertising*, London: Routledge.

Forceville, Charles (1999): "Educating the eye? Kress and Van Leeuwen's *Reading Images: The Reading of Visual Design (1996)*", in: *Language and Literature* 8 (2), 163−178.

Forceville, Charles (2002): "The identification of target and source in pictorial metaphors", in: *Journal of pragmatics* 34 (1), 1−14.

Forceville, Charles (2006): "Non-verbal and multimodal metaphor in a cognitivist framework: agendas for research", in: Kristiansen, Gitte et al. (eds.): *Cognitive Linguistics: Current Applications and Future Perspectives*, Berlin: Mouton de Gruyter, 379−402.

Forceville, Charles (2008a): "Metaphor in pictures and multimodal representations", in: Gibbs, Raymond (ed.): *The Cambridge Handbook of Metaphor and Thought*, Cambridge: Cambridge University Press, 462−482.

Forceville, Charles (2008b): "Pictorial and multimodal metaphor in commercials", in: McQuarrie, Edward F./Phillips, Barbara J. (eds.): *Go Figure! New Directions in Advertising Rhetoric*, Armonk NY: ME Sharpe, 178−204.

Forceville, Charles (2009): "Non-verbal and multimodal metaphor in a cognitivist framework: Agendas for research", in: Forceville, Charles J./Urios-Aparisi, Eduardo (eds.): *Multimodal Metaphor*, Berlin/New York: Mouton de Gruyter, 19−42.

Forceville, Charles (2016a): "Mixing in pictorial and multimodal metaphors?", in: Gibbs, Raymond (ed.): *Mixing Metaphor*, Amsterdam: John Benjamins, 223−239.

Forceville, Charles (2016b): "Pictorial and multimodal metaphor", in: Klug, Nina-Maria/Stöckl, Hartmut (eds.): *Handbuch Sprache im multimodalen Kontext*, Berlin/Boston: Mouton de Gruyter, 241−260.

Forceville, Charles (2019): "Developments in multimodal metaphor studies: A response to Górska, Coëgnarts, Porto & Romano, and Muelas-Gil", in: Navarro i Ferrando, Ignasi (ed.): *Current Approaches to Metaphor Analysis in Discourse*, Berlin: Mouton de Gruyter, 367−378.

Forceville, Charles (2021): "Multimodality", in: Wen, Xu/Taylor, John R. (eds.): *The Routledge Handbook of Cognitive Linguistics*, London: Routledge, 676−687.

Forceville, Charles/Urios-Aparisi, Eduardo (2009a): "Introduction", in: Forceville, Charles/Urios-Aparisi, Eduardo (eds.): *Multimodal Metaphor*, Berlin: Mouton de Gruyter, 3−17.

Forceville, Charles/Urios-Aparisi, Eduardo (eds.) (2009b): *Multimodal Metaphor*, Berlin: Mouton de Gruyter.

Forceville, Charles/van de Laar, Nataša (2019): "Metaphors portraying right-wing politician Geert Wilders in Dutch political cartoons", in: Hidalgo-Tenorio, Encarnacion/Benitez-Castro, Miguel-Angel/De Cesare, Francesca (eds.): *Populist discourse: Critical approaches to contemporary politics*, London: Routledge, 202−307.

Fraas, Claudia (2013): "Frames – ein qualitativer Zugang zur Analyse von Sinnstrukturen in der Online-Kommunikation", in: Frank-Job, Barbara/ Mehler, Alexander/Sutter, Tilman (eds.): *Die Dynamik sozialer und sprachlicher Netzwerke. Konzepte, Methoden und empirische Untersuchungen an Beispielen des WWW*, Wiesbaden: Springer, 259−283.

Gibbs, Raymond W. (ed.) (2016): *Mixing metaphor*, Amsterdam: John Benjamins.

Gibbs, Raymond W./Matlock, Teenie (2008): "Metaphor, Imagination, and Simulation: Psycholinguistic Evidence", in: Gibbs Jr., Raymond W. (ed.): *Cambridge Handbook of Metaphor and Thought*, Cambridge: Cambridge University Press, 161−176.

Goldenberg, Jacob/Mazursky, David/Solomon, Sorin (1999): "The fundamental templates of quality ads", in: *Marketing Science* 18 (3), 333−351.

Gombrich, Ernst H. ([3]1978): "The cartoonist's armoury", in: Gombrich ([3]1978): *Meditations on a hobby horse and other essays on the theory of art*, New York: Phaedon, 127−142.

Górska, Elżbieta (2019): "Spatialization of abstract concepts in cartoons: a case study of verbo-pictorial image-schematic metaphors", in: Navarro i Ferrando, Ignasi (ed.): *Current Approaches to Metaphor Analysis in Discourse*, Berlin: Mouton de Gruyter/Walter de Gruyter, 279−294.

Grady, Joseph E. (1997): *Foundations of Meaning: Primary Metaphors and Primary Scenes*, Berkeley [PhD thesis University of California].

Grady, Joseph E./Oakley, Todd/Soulson, Seana (1999): "Blending and metaphor", in: Gibbs, Raymond W./Steen, Gerard J. (eds.): *Metaphor in Cognitive Linguistics: Selected papers from the 5th International Cognitive Linguistics Conference, Amsterdam, 1997*, Amsterdam: John Benjamins, 101−124.

Harder, Peter (2010): *Meaning in Mind and Society. A Functional Contribution to the Social Turn in Cognitive Linguistics,* Berlin/Boston: De Gruyter Mouton.

Heinemann, Sabine (2022): "The conceptualisation of EUROPE in the Italian press since the early 20th century", in: Heinemann, Sabine/Helfrich, Uta/Visser, Judith (eds.): *On the discursive deconstruction and reconstruction of Europe*, Berlin/Heidelberg: Metzler, 47−70.

Heinemann, Sabine (in publication): "Frames in der Markenkommunikation", in: L. Gautier, Laurent/Varga, Simon (eds.): *Frames und Fachwissen*, Berlin/Boston [Ms. 2020].

Herrero Ruiz, Javier (2006): "The Role of Metaphor, Metonymy and Conceptual Blending in Understanding Advertisements: The Case of Drug-Prevention Ads", in: *Revista Alicantina de Estudios Ingleses* 19, 169−190.

Heyvaert, Pauline et al. (2019): "Metaphors in political communication. A case study of the use of deliberate metaphors in non-institutional political interviews", in: *Journal of Language and Politics* 18, 1−25.

Hidalgo Downing, Laura/Kraljevic Mujic, Blanca (2011): "Multimodal metonymy and metaphor as complex discourse resources for creativity in ICT advertising discourse", in: *Review of cognitive linguistics* 9 (1), 153−178.

Hidalgo-Downing, Laura/Martínez, Maria-Ángeles/Kraljevic-Mujic, Blanca (2016): "Multimodal metaphor, narrativity and creativity in TV cosmetics ads", in: Romano, Manuela/Porto, M. Dolores (eds.): *Exploring Discourse Strategies in Social and Cognitive Interaction*, Amsterdam: John Benjamins, 137−158.

Hofstede, Geert/Hofstede, Gert Jan ([5]2005): *Lokales Denken, globales Handeln. Interkulturelle Zusammenarbeit und globales Management*, München: dtv.

Jewitt, Carey (ed.) ([2]2014): *The Routledge handbook of multimodal analysis*, London: Routledge.

Jewitt, Carey/Bezemer, Jeff/O' Halloran, Kay (2016): *Introducing multimodality*, London: Routledge.

Johnson, Mark (2010): "Rez. Forceville/Urios-Aparisi 2009", in: *Journal of pragmatics* 42 (10), 2848−2850.

Joue, Gina et al. (2020): "Metaphor Processing is Supramodal Semantic Processing: The Role of the Bilateral Lateral Temporal Regions in Multimodal Communication", in: *Brain and Language* 205, Article 104772.

Joy, Annamma/Scherry, John F./Deschenes, Jonathan (2009): "Conceptual blending in advertising", *Journal of Business Research* 62, 39−49.

Kashanizadeh, Zahra/Forceville, Charles (2020): "Visual and multimodal interaction of metaphor and metonymy: a study of Iranian and Dutch print advertisements", in: *Cognitive Linguistic Studies* 7 (1), 78−110.

Kennedy, John M. (1982): "Metaphor in pictures", in: *Perception* 11, 589−605.

Kennedy, John M./Green, Christopher D./Vervaeke, John (1993): "Metaphoric thought and devices in pictures", in: *Metaphor and Symbolic Activity* 8, 243−255.

Klug, Nina-Maria/Stöckl, Hartmut (eds.) (2016): *Sprache im multimodalen Kontext*, Berlin/Boston: Mouton de Gruyter.

Koller, Veronika (2009): "Brand images: Multimodal metaphor in corporate branding messages", in: Forceville, Charles J./Urios-Aparisi, Eduardo (eds.): *Multimodal Metaphor*, Berlin: Mouton de Gruyter, 45−71.

Kövecses, Zoltán (2005): *Metaphor in culture. Universality and variation*, Oxford: Oxford University Press.

Kress, Gunther (2005): "Gains and losses: New forms of texts, knowledge, and learning", in: *Computers and Composition* 22, 5−22.

Kress, Gunther (2009): "What Is a Mode?", in: Jewitt, Carey (ed.): *The Routledge Handbook of Multimodal Analysis*, London: Routledge, 54−67.

Kress, Gunther/Bezemer, Jeff (2016): *Multimodality, Learning, and Communication: A Social Semiotic Frame*, London: Routledge.

Kress, Gunther/Van Leeuwen, Theo (2001): *Multimodal discourse*, London: Arnold.

Kress, Gunther/Van Leeuwen, Theo ([2]2006): *Reading images: The grammar of visual design*, London: Routledge.

Kutz, Oliver et al. (2015): "E pluribus unum: Formalisation, Use-Cases, and Computational Support for Conceptual Blending", in: Besold, Tarek R./Schorlemmer, Marco/Smaill, Alan (eds.): *Computational Creativity Research: Towards Creative Machines*, Paris: Atlantis Press, 167−196.

Lakoff, George (2008): "The Neural Theory of Metaphor", in: Gibbs, Raymond W. (ed.): *Cambridge Handbook of Metaphor and Thought*, Cambridge: Cambridge University Press, 17−38.

Lakoff, George/Johnson, Mark (1980): *Metaphors We Live By*, Chicago: University of Chicago Press.

Lakoff, George/Turner, Mark (1989): *More Than Cool Reason: A Field Guide to Poetic Metaphor*, Chicago: University of Chicago Press.

Lin, Tiffany Y.Y./Chiang, Wen-yu (2015): "Multimodal fusion in analyzing political cartoons: Debates on U.S. beef imports into Taiwan", in: *Metaphor and Symbol* 30, 137−161.

Martín de la Rosa, María Victoria (2009): "The role of pictorial metaphor in magazine advertising", in: *Revista alicantina de estudios ingleses* 22, 167−180.

Mazzali-Lurati, Sabrina/Pollaroli, Chiara (2016): "Blending metaphors and arguments in advertising", in: Gola, Elisabetta/Ervas, Francesca (eds.): *Metaphor and Communication*, Amsterdam/Phildadelphia: John Benjamins, 217−234.

McMahon, Rachel (2018): "Debating nationhood through images: the visual language of French political cartoons", in: *NPPSH Reflections* 2, 103−116.

McQuarrie, Edward F./Mick, David G. (1999): "Visual Rhetoric in Advertising Text-Interpretative, Experimental and Reader-Response Analyses", in: *Journal of Consumer Research* 26, 37−54.

Meier, Stefan (2010): "Bild und Frame – Eine diskursanalytische Perspektive auf visuelle Kommunikation und deren methodische Operationalisierung", in: Duszak, Anna/House, Juliane/Kumiega, Lukasz (eds.): *Globalization, Discourse, Media: In a Critical Perspective/Globalisierung, Diskurse, Medien: eine kritische Perspektive*, Warschau: Warschauer Universitätsverlag, 371−392.

Minsky, Marvin (1975): "A Framework for Representing Knowledge", in: Winston, Patrick H. (ed.): *The Psychology of Computer Vision*, New York: McGraw/Hill, 211−278.

Mittelberg, Irene/Waugh, Linda R. (2009): "Metonymy first, metaphor second: A cognitive semiotic approach to multimodal figures of thought in co-speech gesture", in: Forceville, Charles J./Urios-Aparisi, Eduardo (eds.): *Multimodal Metaphor*, Berlin/New York: Mouton de Gruyter, 329−356.

Morris, Ray (1993): "Visual Rhetoric in Political Cartoons: A Structuralist Approach", in: *Metaphor and Symbol* 8 (3), 195−210.

Muelas-Gil, María (2021): "National vs. international cartoons depicting Catalonia's independence process in the press: a critical multimodal metaphor approach", in: Crespo-Fernández, Eliecer/Musolff, Andreas (eds.): *Discourse Studies in Public Communication*, Amsterdam: John Benjamins, 59−81.

Müller, Cornelia/Cienki, Alan (2009): "Words, gestures, and beyond: Forms of multimodal metaphor in the use of spoken language", in: Forceville, Charles J./Urios-Aparisi, Eduardo (eds.): *Multimodal Metaphor*, Berlin/New York: Mouton de Gruyter, 297−328.

Murphy, Keith M. (2012): "Transmodality and temporality in design interactions", in: *Journal of Pragmatics* 44 (14), 1966−1981.

Musolff, Andreas (2004): *Metaphor and Political Discourse. Analogical Reasoning in Debates about Europe*, Basingstoke/New York: Palgrave Macmillan.

Negro Alousque, Isabel (2014): "Pictorial and verbo-pictorial metaphor in Spanish political cartooning", in: *Circulo de Lingüística Aplicada a la Comunicación* 57, 59−84.

Ortiz, Maria J. (2011): "Primary metaphors and monomodal visual metaphors", in: *Journal of pragmatics* 43 (6), 1568−1580.

Peng, Mignwei (2011): "Rez. Forceville/Urios-Aparisi 2009", in: *Intercultural pragmatics* 8 (4), 614−622.

Pérez Sobrino, Paula (2013): "Metaphor use in advertising: analysis of the interaction between multimodal metaphor and metonymy in a *greenwashing* advertisement", in: Gola, Elisabetta/Ervas, Francesca (eds.): *Metaphor in Focus: Philosophical Perspectives on Metaphor Use*, Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars, 67−82.

Pérez Sobrino, Paula (2016): "Multimodal and Metonymy in Advertising: A Corpus-Based Account", in: *Metaphor and Symbol* 31 (2), 73−90.

Pérez Sobrino, Paula (2017): *Multimodal Metaphor and Metonymy in Advertising*, Amsterdam: John Benjamins.

Pérez Sobrino, Paula/Littlemore, Jeannette/Ford, Samantha (2021): *Unpacking creativity. The Power of Figurative Communication in Advertising*, Cambridge: Cambridge University Press.

Pérez-Hernández, Lorena (2011): "Cognitive Tools for Successful Branding", in: *Applied Linguistics* 32 (4), 369−388.

Pérez-Hernández, Lorena (2019): "XL burgers, shiny pizzas and ascending drinks: Primary metaphors and conceptual interaction in fast food printed advertising", in: *Cognitive Linguistics* 30 (3), 531−570.

Phillips, Barbara J./McQuarrie, Edward F. (2004): "Beyond visual metaphor: a new typology of visual rhetoric in advertising", in: *Marketing Theory* 4 (1−2), 113−136.

Piata, Anna (2016): "When metaphor becomes a joke: Metaphor journeys from political ads to internet memes", in: *Journal of Pragmatics* 106, 39−56.

Pollaroli, Chiara/Rocci, Andrea (2015): "The argumentative relevance of pictorial and multimodal metaphor in advertising", in: *Journal of Argumentation in Context* 4 (2), 158−199.

Popa, Diana E. (2015): "Multimodal metaphors in political entertainment", in: Pinar Sanz, María Jesús (ed.): *Multimodality and Cognitive Linguistics*, Amsterdam: John Benjamins, 79−95.

Porto, M. Dolores/Romano, Manuela (2019): "Transmodality in metaphors: TIDES in Spanish social protest movements", in: Navarro i Ferrando, Ignasi (ed.): *Current Approaches to Metaphor Analysis in Discourse*, Berlin/Boston: De Gruyter, 321−345.

Pragglejaz Group (2007): "MIP: A Method for Identifying Metaphorically Used Words in Discourse", in: *Metaphor and Symbol* 22 (1), 1−39.

Radden, Günter (2000): "How metonymic are metaphors?", in: Barcelona, Antonio (ed.): *Metaphor and metonymy at the crossroads. A cognitive perspective,* Berlin/New York: Mouton de Gruyter, 93−108.

Ruiz de Mendoza Ibáñez, Francisco J. (2011): "Metonymy and cognitive operations", in: Benczes, Réka/Barcelona, Antonio/Ruiz de Mendoza Ibáñez, Francisco J. (eds.): *What is Metonymy? An Attempt at Building a Consensus View of the Delimitation of the Metonymy in Cognitive Linguistics*, Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins, 103−124.

Ruiz de Mendoza, Francisco (2000): "The role of mappings and domains in understanding metonymy", in: Barcelona, Antonio (ed.): *Metaphor and metonymy at the crossroads*, Berlin: Mouton de Gruyter, 109−132.

Ruiz de Mendoza, Francisco (2007): "High-level cognitive models: in search of a unified framework for inferential and grammatical behaviour", in: Kosecki, Krzystof (ed.): *Perspectives on metonymy*, Frankfurt: Peter Lang, 11−30.

Ruiz de Mendoza, Francisco J./Otal Campo, José Luis (2002): *Metonymy, Grammar, and Communication*, Granada: Comares.

Schilperoord, Joost/Maes, Alfons/Ferninandusse, Heleen (2009): "Perceptual and Conceptual Visual Rhetoric: The Case of Symmetric Object Alignment", in: *Metaphor and Symbol* 24 (3), 155−173.

Schilperoord, Joost/Maes, Alfons (2009): "Visual metaphoric conceptualization in editorial cartoons", in: Forceville, Charles J./Urios-Aparisi, Eduardo (eds.): *Multimodal Metaphor*, Berlin/New York: Mouton de Gruyter, 213−240.

Scott, Kate (2021): "Memes as multimodal metaphors: a relevance theory analysis", in: *Pragmatics and Cognition* 28 (2), 277−298.

Sperber, Dan/Wilson, Deirdre (²1995): *Relevance: Communication and Cognition*, Oxford: Blackwell.

Spieß, Constanze (2016): "Metapher als multimodales kognitives Funktionsprinzip", in: Klug, Nina-Maria/Stöckl, Hartmut (eds.): *Sprache im multimodalen Kontext*, Berlin/Boston: Mouton de Gruyter, 75−98.

Spieß, Constanze (2017): "Metaphern", in: Roth, Kersten Sven/Wengeler, Martin/Ziem, Alexander (eds.): *Handbuch Sprache in Politik und Gesellschaft*, Berlin/Boston: De Gruyter, 94−115.

Spieß, Constanze/Köpcke, Klaus-Michael (2015): "Metonymie und Metapher – Theoretische, methodische und empirische Zugänge. Eine Einführung in den Sammelband", in: Spieß, Constanze/Köpcke, Klaus-Michael (eds.): *Metapher und Metonymie. Theoretische, methodische und empirische Zugänge*, München et al.: De Gruyter, 1−21.

Stöckl, Hartmut (2004): *Die Sprache im Bild, das Bild in der Sprache: zur Verknüpfung von Sprache und Bild im massenmedialen Text. Konzepte, Theorien, Analysemethoden*, Berlin: De Gruyter.

Stöckl, Hartmut (2016): "Multimodalität – Semiotische und textlinguistische Grundlagen", in: Klug, Nina-Maria/Stöckl, Hartmut (eds.): *Handbuch Sprache im multimodalen Kontext*, Berlin/Boston: De Gruyter, 3−35.

Stöckl, Hartmut (2019): "Linguistic multimodality – multimodal linguistics: A state-of-the-art sketch", in: Wildfeuer, Janina et al. (eds.): *Multimodality: Disciplinary thoughts and the challenge of diversity*, Berlin: De Gruyter Mouton, 41−68.

Teng, Norman Y. (2009): "Image alignment in multimodal metaphor", in: Forceville, Charles J./Urios-Aparisi, Eduardo (eds.): *Multimodal Metaphor*, Berlin/New York: Mouton de Gruyter, 197−211.

Teng, Norman Y./Sun, Sewen (2002): "Grouping, simile, and oxymoron in pictures: A design-based cognitive approach", in: *Metaphor and Symbol* 17, 295−316.

Tsakōna, Billy (2009): "Language and image interaction in cartoons: towards a multimodal theory of humour", in: *Journal of pragmatics* 41 (6), 1171−1188.

Tseronis, Assimakis/Forceville, Charles (eds.) (2017): *Multimodal Argumentation and Rhetoric in Media Genres*, Amsterdam: John Benjamins.

Turner, Mark (2008): "Frame Blending", in: Rossini Favretti, Rema (ed.): *Frames, Corpora, and Knowledge Representation*, Bologna: Bononia University Press, 13−32.

Urios-Aparisi, Eduardo (2009): "Interaction of multimodal metaphor and metonymy in TV commercials: Four case studies", in: Forceville, Charles J./Urios-Aparisi, Eduardo (eds.): *Multimodal Metaphor*, Berlin/New York: Mouton de Gruyter, 95−117.

Valdivia, Pablo (2019): "Narrating crises and populism in Southern Europe: Regimes of metaphor", in: *Journal of European Studies* 49 (3−4), 282−301.

van Mulken, Margot/le Pair, Robert Gerard/Forceville, Charles (2010): "The impact of perceived complexity, deviation and comprehension on the appreciation of visual metaphor in advertising across three European countries", in: *Journal of pragmatics* 42 (12), 3418−3430.

van Mulken, Margot/van Hooft, Andreu/Nederstigt, Ulrike (2014): "Finding the Tipping Point: Visual Metaphor and Conceptual Complexity in Advertising", in: *Journal of Advertising* 43 (4), 333−343.

Velasco Sacristán, María Sol/Cortés de los Rios, María Enriqueta (2009): "Persuasive Nature of Image Schematic Devices in Advertising: Their Use for Introducing Sexisms", in: *Revista Alicantina de Estudios Ingleses* 22, 239−270.

Virag, Agnes (2020): "Multimodal conceptual patterns of Hungary in political cartoons", in: *Cognitive Linguistic Studies* 7 (1), 222−252.

Wildfeuer, Janina/Bateman, John A./Hiippala, Tuomo (2020): *Multimodalität: Grundlagen, Forschung und Analyse – Eine problemorientierte Einführung*, Berlin: De Gruyter.

Yu, Ning (2009): "Nonverbal and multimodal manifestations of metaphors and metonymies: A case study", in: Forceville, Charles J./Urios-Aparisi, Eduardo (eds.): *Multimodal Metaphor*, Berlin/New York: Mouton de Gruyter, 119−143.

Yu, Ning (2011): "Bejing Olympics and Beijing opera: a multimodal metaphor in a CCTV Olympics commercial", in: *Cognitive linguistics* 22 (3), 595−628.

Yus, Francisco (2009): "Visual metaphor vs verbal metaphor: A unified account", in: Forceville, Charles J./Urios-Aparisi, Eduardo (eds.): *Multimodal Metaphor*, Berlin/New York: Mouton de Gruyter, 147−172.

Ziem, Alexander (2008a): "Frame-Semantik und Diskursanalyse – Skizze einer kognitionswissenschaftlich inspirierten Methode zur Analyse gesellschaftlichen Wissens", in: Warnke, Ingo H./Spitzmüller, Jürgen (eds.): *Methoden der Diskurslinguistik. Sprachwissenschaftliche Zugänge zur transtextuellen Ebene*, Berlin/Boston: De Gruyter, 89−116.

Ziem, Alexander (2008b): *Frames und sprachliches Wissen. Kognitive Aspekte der semantischen Kompetenz*, Berlin/Boston: De Gruyter.

Ziem, Alexander (2012): "Werbekommunikation semantisch", in: Janich, Nina (ed.): *Handbuch Werbekommunikation: sprachwissenschaftliche und interdisziplinäre Zugänge*, Tübingen: Francke, 65−87.

Zinken, Jörg/Hellsten, Ina/Nerlich, Brigitte (2008): "Discourse metaphors", in: Frank, Roslyn M. et al. (eds.): *Body, Language and Mind*, vol. 2: *Sociocultural Situatedness*, Berlin: Mouton de Gruyter, 363−385.

Associations between multimodal metaphor functions and signals in Chinese video ads

Molly Xie Pan, The Hong Kong Polytechnic University
(xiemo.pan@polyu.edu.hk)**/Dennis Tay, Nanyang Technological University**
(dennis.tayzm@ntu.edu.sg)

Abstract

Most existing studies analyze the manifestation and functions of metaphors in multimodal video advertisements from a qualitative perspective, focusing on the content of selected examples and leaving potentially generalizable structural traits underexplored. Addressing this issue contributes to the systematic and empirical development of multimodal metaphor studies. This study demonstrates how quantitative analyses can provide insights into the structural traits of metaphors in video ads by examining the associations among metaphor signals, functions, and product types in 197 metaphors from 66 metaphorical Chinese video ads. Reliable procedures for identifying metaphors and coding functions and signals were applied. Results from a set of categorical data analytics showed i) a significant association between metaphor functions and product type, ii) a significant association between metaphor functions and signals, and iii) a non-significant association between product types and signals. This provides empirical evidence for stable structural traits across large metaphor samples.

Die meisten vorliegenden Studien analysieren die Formen und Funktionen von Metaphern in multimodaler Videowerbung aus einer qualitativen Perspektive. Dabei konzentrieren sie sich auf den Inhalt ausgewählter Beispiele und lassen potenziell verallgemeinerbare Strukturmerkmale unerforscht. Eine Auseinandersetzung mit diesem Thema leistet einen Beitrag zur systematischen und empirischen Entwicklung der multimodalen Metaphernforschung. Die vorliegende Studie zeigt, wie quantitative Analysen Einblicke in die strukturellen Merkmale von Metaphern in Videoanzeigen liefern können, indem sie die Verbindung zwischen Metaphersignalen, -funktionen und Produkttypen bei 197 Metaphern aus 66 metaphorischen chinesischen Videoanzeigen untersucht. Dabei kommen verlässliche Verfahren zur Identifikation von Metaphern und zur Kodierung von Funktionen und Signalen zur Anwendung. Die Ergebnisse einer Reihe kategorialer Datenanalysen zeigen i) einen signifikanten Zusammenhang zwischen Metaphernfunktionen und Produkttyp, ii) einen signifikanten Zusammenhang zwischen Metaphernfunktionen und Signalen und iii) einen nicht signifikanten Zusammenhang zwischen Produkttypen und Signalen. Dies liefert empirische Belege für stabile Strukturmerkmale innerhalb großer Metaphernstichproben.

1. Introduction

In the age of digital advancements, videos have become a vital instrument for advertising. The rise of social media and mobile technology has established videos as the primary information source for many individuals. The HubSpot

Digital Consumer Trends Report[1] shows that over 50% of consumers prefer acquiring information about a brand or business through videos ads. The use of metaphors in ads has been demonstrated to enhance engagement, memorability, and entertainment, thereby significantly amplifying their persuasive power (Ang/Lim 2006; Burgers et al. 2015; Chang et al. 2018; Delbaere et al. 2011; Pérez-Sobrino et al. 2019). Nevertheless, the investigation of metaphors in video ads remains relatively limited compared with the print ads. This could be attributed to the inherent temporal and dynamic complexity of this genre (Pérez-Sobrino/Littlemore 2017; Pan/Tay 2021).

Current research on characteristics of metaphors in video ads primarily consists of qualitative analyses focusing on a limited number of cases (Forceville 2007, 2008; Guan/Forceville 2020; Pérez-Sobrino/Littlemore 2017; Urios-Aparisi 2009). These studies offer nuanced insights into the idiosyncratic nature of metaphorical interpretation within specific topics. However, a comprehensive understanding of the underlying structural traits is lacking due to the absence of systematic investigations on a large corpus. To fill this gap, a systematic exploration of these structural traits can substantiate postulations derived from case studies, providing empirical evidence for theory development and application.

Pioneering research on pictorial metaphors (Forceville 1996) serves as the foundation for exploring multimodal metaphors. Forceville (2008) analyzed nine Dutch TV ads and revealed distinct difference of metaphors in a service product ad. Unlike other visualizable products, the service ad does not necessarily tie the metaphor to the product or a competitor. Instead, the metaphor appears to establish connections with prospective consumers. While these analyses provide an overview of how metaphors are used in Dutch TV ads and highlight potential differences across product types, the descriptive nature and limited sample size hinder the confirmation of associations between metaphor usages and product types.

An important challenge in studying metaphor within multimodal discourse is the absence of explicit cues, such as *is* or *is like* in linguistic discourse, to signal metaphoric relations (Forceville 2009; Müller/Schmitt 2015; Pérez-Sobrino/Littlemore 2017). Research on visual metaphor typically identifies metaphors

[1] https://blog.hubspot.com/marketing/content-trends-global-preferences.

through visual incongruity (Phillips/McQuarrie 2004; Šorm/Steen 2018). Nevertheless, the possibility of creating metaphor without visual incongruity has also been explored (Forceville 1996, 2008, 2016). Overall, there are several typologies of visual metaphors in print ads (Forceville 2008; Gkiouzepas/Hogg 2011; Phillips/McQuarrie 2004). The techniques of creating these visual metaphors can potentially serve as important cues for metaphor signaling devices in video ads (Pan/Tay 2021). The empirical question of whether metaphor signals, metaphor functions, and product types exhibit systematic correspondences remains unresolved. Addressing this necessitates a systematic investigation into the manifestation and functions of metaphors in video ads. Quantitative analyses of a large sample size are essential to illuminate the underlying associations.

This paper will report a corpus-driven study on 197 metaphors identified from 66 Chinese metaphorical video ads. This study does not specifically investigate individual metaphors or conceptual metaphors. Instead, it focuses on analyzing the frequency of metaphors within real-world video ads and explores the relationships among metaphor signals, metaphor functions, and product types. The aim is to uncover stable structural associations across a large sample of metaphors. The subsequent section will review key issues related to researching metaphors in video ads, encompassing defining modes and multimodal metaphors, metaphor identification, metaphor signals, and metaphor functions. Following this, the method section will introduce details such as corpus building, metaphor identification procedure, coding schemes of signals and functions, and the statistical analyses performed. The results will be presented alongside discussions. The concluding section will summarize the paper by highlighting major findings and acknowledging limitations.

2. Theoretical background

The following sections introduce a working definition of mode and multimodal metaphors, discuss the methodological challenge of identifying metaphors in multimodal discourse, and illustrate metaphor signals and functions through examples.

2.1 Defining mode and multimodal metaphor

Research on multimodal metaphors proceeds with debates surrounding the definition of the term *mode* in multimodality. The term *mode* has received varied definitions across different research paradigms. In social semiotics, a mode is often integrated with a specific meaning influenced by social and ideological factors. The combination of different modes in meaning-making is described as "the work of an overarching code whose rules and meanings provide the multimodal text with the logic of its integration" (Kress/Van Leeuwen 1996: 177). A cognitive semiotic approach also integrates semiotic systems (language, gesture, and depiction) with sensory modalities (Stampoulidis et al. 2019), assigning semiotic systems to sensory modalities based on their manifestation: written language (visual), speech (auditory), gesture (visual), and depiction (visual). Despite divergent views on what a mode is, we align with Forceville (2009: 23) that "it is at this stage impossible to give either a satisfactory definition of 'mode', or compile an exhaustive list of modes". In our study, we identify distinctive modes in contemporary Conceptual Metaphor Theory-inspired research on multimodal discourse as potential candidates for modes in video ads (El Refaie 2003; Forceville 2017; Pérez-Sobrino 2017; Schilperoord 2018; Tay 2017): (1) visual images; (2) written language; (3) spoken language; (4) gestures; (5) sounds; (6) music.

A clear definition of multimodal metaphor is crucial for advancing our investigation. Cognitive linguists conceptualize metaphor as a cognitive process that involves mapping knowledge and experience from one domain (the source domain) onto another (the target domain) (Kövecses 2017: 328; Lakoff 1993: 206; Lakoff/Johnson 1980: 170). Typically, the target domain is more abstract and less familiar than the source domain. For instance, the sentences like *don't jump to conclusions* and *I'm letting my mind drift*, words associated with physical location, such as *jump* and *drift*, are used to describe mental activities. This illustrates the conceptual metaphor IDEAS ARE LOCATIONS at the domain level and the metaphor THINKING IS MOVING IN THE IDEASCAPE at the frame level, according to the levels of metaphor (Kövecses 2017). As a conceptual process, metaphor can manifest itself in any mode of communication, including verbal language, visual images, gestures, and sounds (Forceville/Urios-Aparisi 2009). When more than one mode contributes to creating a metaphor, it is termed as a multimodal metaphor. When a metaphor is formed with only one mode

contributing to both the target and the source, it is termed as a monomodal metaphor.

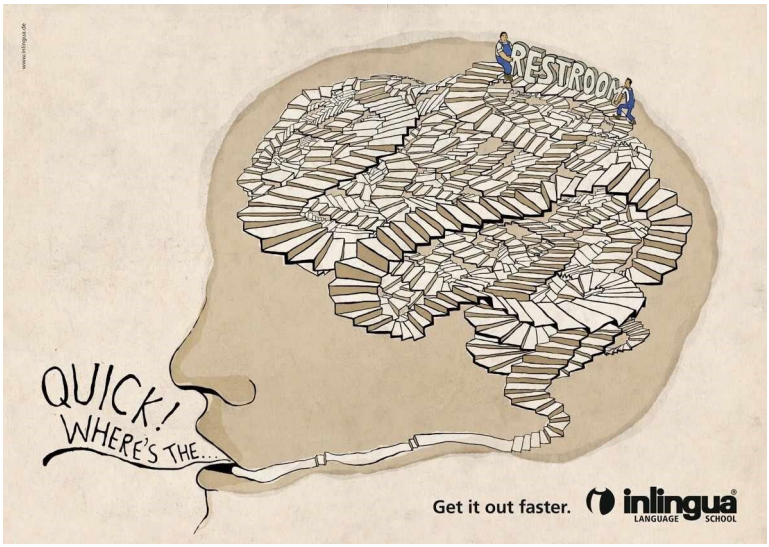

Fig. 1: Inlingua Language School: Restroom[2]

Figure 1 illustrates a multimodal manifestation of the conceptual metaphor IDEAS ARE LOCATIONS. This example is drawn from VisMet, wherein the multimodal metaphor is verbalized as MENTAL ACTIVITIES ARE PHYSICAL ACTIVITIES. While conveying a meaning akin to THINKING IS MOVING IN THE IDEASCAPE, the conceptual labels assigned by analysts differ. This highlights a distinction between metaphor in multimodal discourse and linguistic metaphor, emphasizing that the verbalization of the former may involve the interpretation of non-verbal language. Such interpretation may vary, showcasing diversity and creativity among analysts (Pan/Tay 2023; Pérez-Sobrino/Ford 2023). In this visual depiction, the brain structures are replaced by spiral stairs leading to the word *restroom*. The inception of the staircase is positioned beside the mouth, accompanied by the written text "Quick! Where's the…". This design suggests that the mind embarks on a journey, searching for the word *restroom*. The written text provides a cue for the targeted ideas/mental activities, collaborating with visuals to construct a multimodal metaphor.

Given the abundant resources for creating metaphors in video ads, a genre driven by specific goals (i.e. selling the products) (Forceville 2016; Pérez-Sobrino 2017), our study defines metaphor as a noticeable and impressive phenomenon.

---

[2] http://www.vismet.org/VisMet/display.php#filter-Context-ctxt1.

It invites viewers to comprehend and experience one concept in terms of another, with the overarching goal of facilitating product promotion. While it is theoretically possible to encounter monomodal metaphors (such as purely verbal or visual metaphors) in video ads, they are infrequent in our corpus. Even though we refer to these phenomena as metaphors in the rest of the paper, their intrinsic nature is multimodal considering their construction. Our approach is rooted in Conceptual Metaphor Theory (Lakoff 1993) and research on multimodal metaphors (Forceville 1996; Forceville/Urios-Aparisi 2009), which diverges from a cognitive semiotic approach that

> goes to the opposite extreme of CMT, acknowledging as metaphorical only fully creative and non-conventional (iconic) processes, while metaphors in both language and depiction can be more or less conventionalized (sedimented) in the cultural knowledge of a given society (Stampoulidis et al. 2019: 6, emphasis in original).

In our study, both conventional and novel metaphors can be crafted as noticeable, with the potential for systematic mappings across domains. However, investigating mappings across domains is beyond the scope of this study.

2.2 Identifying multimodal metaphors from video ads

The identification of multimodal metaphorical phenomena faces methodological challenges owing to the inherent complexity of video discourse. Currently, three procedures are proposed for identifying metaphors in TV commercials: i) Filmic Metaphor Identification Procedure (FILMIP) (Bort-Mir 2021), ii) a three-step procedure developed by Bobrova (2015), and iii) Creative Metaphor Identification Procedure in Video Ads (C-MIPVA) (Pan/Tay 2021, 2023). All procedures address the challenge of identifying metaphors in the context of moving images within advertising genres. FILMIP, developed through the analysis of 11 TV commercials (Bort-Mir 2021), comprises seven steps. It begins with a comprehensive analysis of every element in a video (Steps 1 and 2), aiming to establish a general understanding of the ad. This involves drawing on theoretical frameworks related to films and multimodality, such as the Structured Annotation (Tam/Leung 2001). The procedure then progresses to detect incongruous filmic components (Step 3), compare meanings of concepts (Step 4), determine domains of concepts (Step 5), and establish mappings between concepts (Step 6). The final step involves marking the ad as

metaphorical if Steps 4, 5, and 6 yield positive results, or marking the ad as non-metaphorical if any of the preceding steps is negative. FILMIP offers metaphor analysts a detailed method for extracting metaphorical elements. However, its adoption for systematic large-scale studies faces challenges. First, its reliability necessitates rigorous examination through inter-rater reliability among annotators (Pan/Tay 2023). Second, the lack of criteria for verbalizing metaphors identified by FILMIP may influence coding consistency. Third, while FILMIP provides ample theoretical references for application, it is labor-intensive to analyze even a single ad, which may pose difficulties for large-scale corpus studies.

The three-step procedure developed by Bobrova (2015) exploits filmic techniques to identify metaphors in TV commercials. It begins by identifying potential metaphors through the consideration of filmic techniques (Step 1), including as compelling context, juxtaposition of objects, and transformation of an image. Subsequently, it focuses on identifying mapping features (Step 2). The final step involves pinpointing the source and target domains and formulating the verbal expression of cross-domain mapping (Step 3). This procedure addresses three questions for identifying metaphors in multimodal discourse, as outlined by Forceville (2002: 2):

1. Which are the two terms of the metaphor, and how do we know?
2. Which is the metaphor's target domain and which is the metaphor's source domain, and how do we know?
3. Which features can/should be mapped from the source domain to the target domain, and how is their selection decided upon?

The inter-rater reliability, however, has not been investigated. Given that each step involves interpretation, assessing its reliability becomes challenging. Informed by both this procedure and literature on metaphor analysis in linguistic discourse, Pan/Tay (2021, 2023) proposed C-MIPVA on a corpus comprising 20 metaphorical Chinese video ads. The proposed method, C-MIPVA with filmic techniques as metaphor signals, has had its reliability substantiated through statistical evidence (Pan/Tay 2021; Pan/Tay 2023). A distinguishing feature of this procedure, in contrast to the two aforementioned ones, lies in treating metaphor identification as the initial stage of metaphor analysis. In other words, instead of incorporating interpretation into metaphor

identification, C-MIPVA focuses solely on documenting responses to metaphor identification. For instance, annotators are only required to indicate with a "Yes" or "No" whether there is transfer of meaning between two concepts, rather than providing detailed explanations of the transferred meanings. This approach acknowledges the diversity of interpretation stemming from individual differences, cultural influences, and contextual factors. Consequently, reliability assessment is confined to determining whether a unit is metaphorical or not. The verbalization of it is in italics and small capitals, such as A IS B or DOING A IS DOING B. While verbalization may vary across individuals, achieving evaluation of agreement on whether the targets and the sources from different raters refer to the same concepts is still possible. To systematically investigate a large corpus, this study adopts C-MIPVA as the chosen procedure for identifying metaphors in video ads. This working procedure does not make any assumption about the cognitive processing of metaphors by viewers.

2.3 Metaphor signals and uses

The essence of C-MIPVA is to exploit concrete filmic techniques to identify metaphorical components and determine metaphors within the context. The term *filmic techniques* is employed broadly and encompasses various methods of editing and combining visuals, written texts, spoken language, sound and music to construct a multi-sensory experience in videos. These techniques are important in directing viewers' attention and shaping the information flow (Verstraten 2009). Previous research on metaphors in diverse contexts, including films (Müller/Schmitt 2015), political video ads (Iversen 2017), and video ads (Pan/Tay 2021), has underscored the importance of filmic techniques in signaling metaphors. Pan/Tay (2021) identified five filmic techniques as metaphor signals through the application of the three-step procedure developed by Bobrova (2015).

The five filmic techniques are: Transformation of Images, Depicting Non-Existing Gestalt, Replacement, Juxtaposition, and Simultaneous Cueing of Different Modes. To illustrate these visual effects, Pan provides several examples on the Open Science Framework.[3] Transformation of Images converts one or part of an entity into another (Bobrova 2015). This technique typically

[3] https://osf.io/egrxh/?view_only=d5a5dcb734be42a09452d8fa91bfaeaa.

portrays the complete process of transforming A into B. For instance, Figure 2 depicts the progression wherein a projector transforms into the icon of *Baidu* Cloud.

a b c

Fig. 2: Screenshots from the Ad of Baidu Cloud[4]

Depicting Non-Existing Gestalt creates a visual gestalt that is 'impossible' in real life (Forceville 2008; Gkiouzepas/Hogg 2011). This impossible gestalt may consist of fanciful cartoon elements or a hybrid gestalt combining parts of two distinct focal objects. Figure 3 illustrates the visual effects of this technique. In Figure 3 (a), a shadow of a hand and arm is presented, while Figure 3 (b) shows a hybrid image merging a man with a cartoon depiction of an Automated Teller Machine (ATM).

a b

Fig. 3: Screenshots from the Ads
(a: *Wanmei* Eyecream[5]; b: *Jingdong* Finance Service[6])

Replacement is a common technique in print ads, where one object "has been replaced by an object foreign to the schema" (Gkiouzepas/Hogg 2011: 105). The

4 https://www.digitaling.com/projects/24017.html.

5 https://v.qq.com/x/page/r0146rntgp7.html.

6 https://v.youku.com/v_show/id_XMTg3NTYxODc2MA==.html?spm=a2h0k.8191407.0.0&from=s1.8-1-1.2.

visual effect is similar to the example shown by Figure 1, where something foreign to the context replaces the original item. Figure 1 showcases the use of replacement in print ad, and this technique is equally applicable in moving images. In contrast to Transformation of Images, which clearly portrays the transformation process between two entities presented in complete forms, replacement directly presents an element alien to the scenario. For example, Figure 4 depicts a stewardess is helping a package to fasten the seatbelt. The EMS packages replace the schema of passengers in the airplane, emphasizing the high quality of the postal service from EMS.

a b

Fig. 4: Screenshots from EMS[7]

Juxtaposition presents the alignments of one shot or sequence of shots, either horizontally or vertically (Bobrova 2015). Figure 5 shows this visual effect, where the product Tommee Tippee is juxtaposed with a guitar to emphasize the music function embedded within the product.

Fig. 5: A screenshot from the Ad of Tommee Tippee's Feeding Bottle[8]

[7] https://v.youku.com/v_show/id_XNzc0NzgwNDky.html?spm=a2h0k.8191407.0.0&from=s1.8-1-1.2.

[8] http://www.tvcbook.com/showVideo.html?vid=70386&code=3af5MKotjdgM4uoyPB4z_qESdgZGArMK4axYhYkgjeqhoA.

Simultaneous Cueing of Different Modes is only considered when there is no visual incongruity displayed by the aforementioned four techniques to differentiate these signals. This signal typically portrays one thing in a mode but presents another thing in a different mode simultaneously (Forceville 2009). In this manner, it guides the viewers into connecting the two different things together. Figure 6 illustrates such a situation where a coat is taken off from a girl, and the accompanying spoken language states "remove 98% grease off your body," inviting viewers to connect the concepts of the coat and grease.

a b c

Fig. 6: A screenshot from the Ad of FOTILE Range Hood[9]

Research on metaphors in TV commercials indicates that metaphors can carry major claims about a product and has postulated that metaphors in service ads exhibit distinct characteristics compared to other types of ads (Forceville 2008). The examples discussed above highlight the variability in how metaphors function when applied to different products. For instance, the ad for Inlingua Language School (Figure 1) employs metaphors related to users, while the ad for Tommee Tippee's Feeding Bottle (Figure 5) metaphorically represents its own product. A study on personification metaphors in video ads proposes three primary metaphor functions: 1) Features-Highlighting metaphors, emphasizing the positive attributes of products and involving the product as the target of a metaphor; 2) Supporting metaphors, coexisting with Features-Highlighting metaphors and supporting the central metaphorical scenarios by providing additional relevant mappings; 3) Needs-Highlighting metaphors, creating scenarios that highlight problems or desirable outcomes for the intended audience, where the product is introduced as the solution or motivation to achieve the desirable result (Pan 2022). Applying this categorization, metaphor in the ad for Inlingua Language School (Figure 1) fall under Needs-highlighting

[9] https://v.qq.com/x/page/q0628rrjd6u.html.

metaphors, as it describes challenges faced by second language learners. The metaphors for the feeding Bottle (Figure 5) TOMMEE TIPPEE FEEDING BOTTLE IS A GUITAR and Baidu Cloud (Figure 2) BAIDU CLOUD IS A PROJECTOR are classified as Features-Highlighting metaphors, as they involve the products as the targets, promoting the attributes of products. The metaphor shown in Figure 6, GREASE IS COAT, serves as a Supporting metaphor, contributing to the creation of the central metaphorical scenario where the product is metaphorized as an airplane, and oil is metaphorized as passengers.

In summary, the current body of literature on metaphors in video ads has laid a solid theoretical foundation for exploring the interconnections among categorical variables, such as metaphor signals, metaphor functions, and product types. Qualitative case studies suggest that metaphors in video ads for different product types manifest distinct characteristics. However, empirical evidence to systematically examine the correlations among metaphor signals, metaphor functions, and product types is currently lacking. This study seeks to address this gap by investigating the following research questions:

1. Are metaphors prevalent in Chinese public video ads?
2. Is there any association among metaphor signals, metaphor functions, and product types in Chinese video ads? If yes, what are these associations?

3. Method

This study adopts a corpus-driven approach where the characteristics of metaphors have been explored through a bottom-up analysis. This section introduces the corpus, coding schemes for metaphor signals and their uses, and the statistical analysis performed.

3.1 Corpus building

The corpus comprises 66 metaphorical Chinese video ads, constructed through a systematic procedure. Initially, stratified random sampling was employed to form a comprehensive corpus of Chinese video ads, with the goal of ensuring representation across various product types and popular platforms in the Chinese mainland. Two distinct product types were identified based on the tangibility of product attributes within the realm of the Economics of Information (EOI) (Bloom 1989). Search products, such as tables and cups, possess

concrete and tangible attributes with predetermined manufacturing standards (Bloom/Reve 1990; Jiménez/Mendoza 2013). On the other hand, experience products, like haircuts and travel services, have abstract and intangible attributes, effective evaluation of which occurs only post-consumption. The strata were defined along these product types and popular online platforms affiliated with the BAT companies (Baidu, Alibaba, and Tencent), which dominated the Chinese digital market from 2016 to 2021, as reported by emarketer. The prevalence of these platforms among the BAT companies indicates their popularity among the Chinese audience, resulting in videos from these platforms have significant exposure to the general public. The keyword used for the search was '*广告*' ('Advertisements') and the research randomizer[7] was employed to generate random numbers for ad selection, excluding duplicate ads. To ensure feasibility in data analysis, 10 ads were randomly chosen from each stratum, amounting to a total collection of 100 Chinese video ads. Data collection was completed in June 2019, ensuring that the videos in this corpus remained active within the general public sphere at the time of collection.

Secondly, Pan/Tay applied Creative Metaphor Identification Procedure for Video Ads (C-MIPVA) (Pan/Tay 2021, 2023) (see Figure 7) to the corpus and identified 66 ads that contained at least one metaphor. Table 1 displays an overview of the corpus-building procedure. Inter-rater reliability (IRR) was conducted among six annotators, including three metaphor analysts and three novice annotators who did not research metaphor. The procedure involved calibrating their understanding using examples. Subsequently, the annotators independently coded 20% of the data to determine whether a unit was metaphorical. Finally, they engaged in discussions to resolve any disagreements. Fleiss Kappa was employed to measure the extent to which annotators agreed that a unit contained a metaphor. Percentage agreement was utilized to assess the level of agreement between annotators regarding the conceptual labels of the target and the source. The reliability of metaphor identification was supported by statistical evidence from Fleiss Kappa (k = .72) in Step 5 of Figure 7 and a percentage agreement of 84% in Step 6. Further details on inter-rater reliability examinations can be retrieved from Pan/Tay (2023). It is important to notice that Fleiss Kappa indicates substantial agreement, signifying that although there is ambiguity in metaphor identification, the agreement on metaphorical units can reach a statistically supportive level. For percentage agreement, consensus was reached through discussions on whether the labels

of the target and source represented the same concept. A standardized term was adopted for the labels representing the same concept. This might compromise the diversity of conceptual labels from annotators. However, this study acknowledges the variety and diversity of conceptual labels in interpreting metaphors. Although statistical evidence for agreement is provided, the study refrains from claiming a unified interpretation of metaphors. Instead, it reveals that verbalizing metaphors involves interpretation, posing challenges for inter-rater reliability. The current methodological choice is a working procedure for metaphor verbalization. In addition, the focus of discussion is on assessing the extent to which the same concept is referred to rather than exploring the idiosyncratic aspects of interpretation.

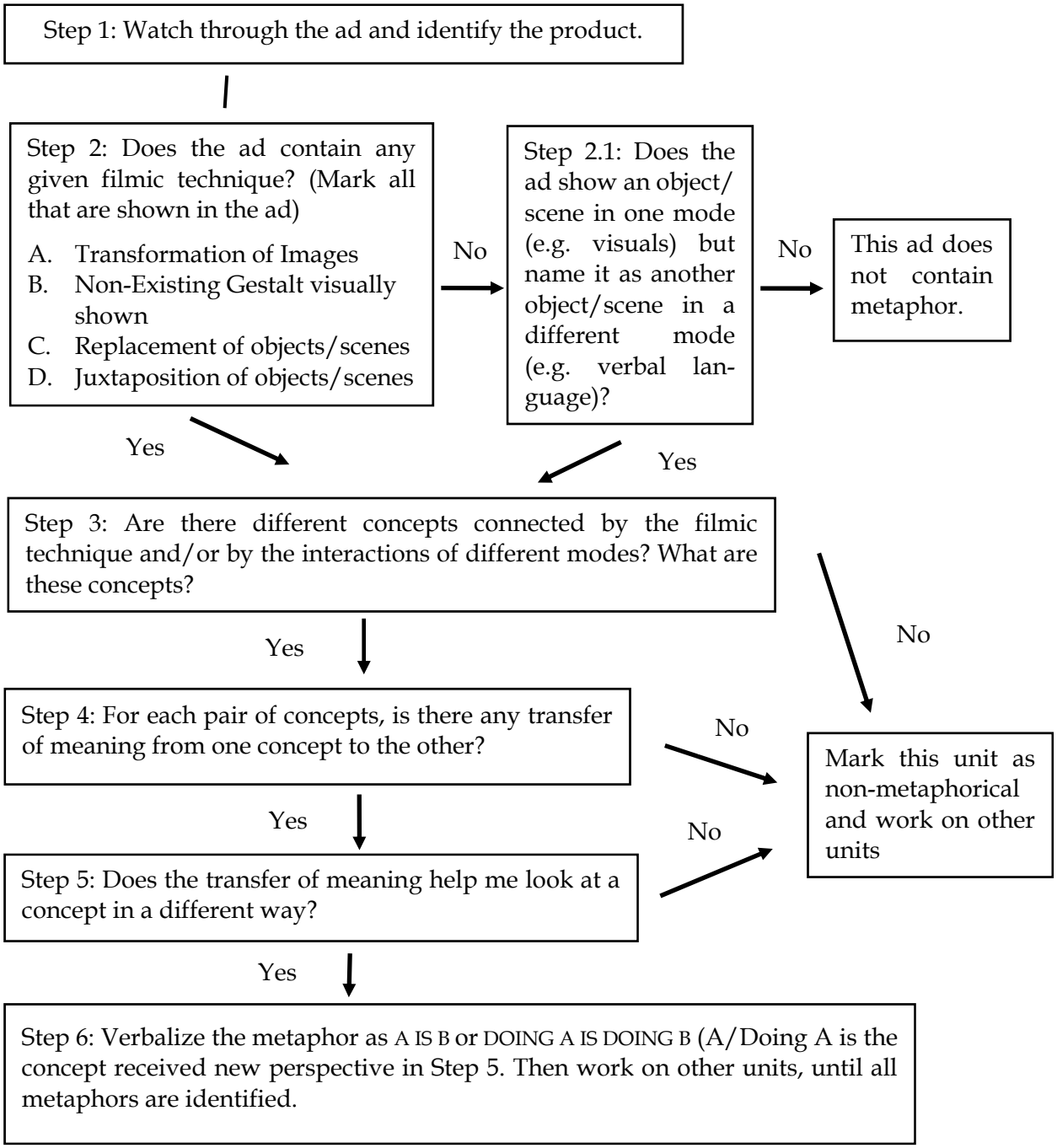

Fig. 7: An overview of the six-step procedure in C-MIPVA (Pan/Tay 2021: 222)

100 Chinese Video Ads	C-MIPVA	34 Non-Metaphorical Video Ads
		66 Metaphorical Video Ads

Tab. 1: An overview of corpus building

3.2 Coding metaphor signals and functions

In C-MIPVA, Step 2 involves the segmentation of the video by identifying segments containing filmic techniques with the potential to construct a metaphor. These filmic techniques are considered metaphor signals in video ads (Pan/Tay 2021). A video may contain more than one metaphorical segment. The coding of metaphor signals and functions was conducted for each segment determined to be metaphorical. There was a total of 197 metaphors identified in the corpus.

3.2.1 Identifying metaphor signals

The five filmic techniques were derived from existing literature on multimodal metaphor and analysis of 15 Chinese video ads randomly selected from the corpus. The use of the term *filmic technique* is broad, encompassing various methods of conveying multisensory information. The analysis process is iterative, involving the application of theoretically interested filmic techniques (Bobrova 2015) and refinements with reference to the data. Eventually, we identified four filmic techniques that create visual incongruity, a prominent cue for multimodal metaphor (Šorm/Steen 2018), and one filmic technique that does not create visual incongruity. While it is also theoretically possible to have a monomodal visual metaphor without any verbal or technical cue or incongruity to prompt metaphorical thinking, such cases were not found in our data. This absence may be attributed to the genre of commercial advertising, which has a clear goal of selling a product/service within a limited time frame but with a substantial budget to convey information (Forceville 2016; Pérez-Sobrino 2017; Pérez-Sobrino/Littlemore/Ford 2021). Therefore, we chose to focus on the

prevalent ways of signaling metaphors in our corpus. Pan/Tay developed a scheme to code each filmic technique (see Table 2). Another annotator, a native Chinese speaker, underwent the inter-rater reliability process together with Pan/Tay. The IRR process involved two raters going through a process of calibrating their understanding of the scheme, independent coding, and discussions to resolve disagreements (Cameron/Maslen 2010). The two raters independently annotated 20 video ads, accounting for 20% of the entire corpus. Results from Krippendorff's Alpha (a = .78) indicated substantial agreement (Krippendorff 2004).

Phase 1	Watch through the entire ad
Phase 2	Scrutinise the ad and mark down every segment that contains any of the five filmic techniques and the timespan for each, according to the following descriptions.
A. Transformation of Images	The timespan starts with visuals of the first entity or feature and ends at visuals of the entire new entity or feature. The segment involves the old and new entities and the process of transformation.
B. Depicting Non-Existing Gestalt	The timespan starts with visuals that the non-existing gestalt shows and ends at the scene where this gestalt disappears. The segment clearly shows the whole entity of this gestalt and its show-time in the scene(s). If it shows more than once, record each segment containing it.
C. Replacement	The timespan starts when the visuals of replacement show and ends with their disappearance. The segment clearly shows the whole duration of this replacement.
D. Juxtaposition	If the juxtaposition shows in one shot, record the timespan of this shot. If not, the timespan starts with the beginning of the first shot and ends at the end of the second shot. It might be possible to have shots that are not placed together. In this case, each timespan for the shots that build up juxtaposition is recorded. The segment clearly shows the shots that are juxtaposed either in one shot or several shots. When there is more than one juxtaposition, the cohesion of the ad is helpful to do the segmentation.
E. Simultaneous Cueing of Different Modes	If a video contains more than one mode, consider this possibility by providing a separate segment that marks the entire ad.

Tab. 2: A scheme to detect the five filmic techniques (Pan/Tay 2021: 224)

3.2.2 Identifying metaphor functions

Each metaphor was further coded for its function, following the scheme outlined in Table 3 (Pan 2022: 177-178). Fourteen video ads, containing a total of 65 metaphors and accounting for 36% of the overall metaphors, underwent an inter-rater reliability examination procedure. Pan, working with a doctoral student who is a native Chinese speaker, independently coded the functions of these 65 metaphors and discussed ambiguous cases after calculating the agreement. Results from Cohen's Kappa (k = .74) indicated a substantial agreement (Cohen 1968; Pan 2022).

Steps	Descriptions
Step 1	Watch the whole ad and get to know the context of each metaphor. For each metaphor,
Step 2	Judge whether the metaphor's target or source is the product. If yes, mark it as Features-Highlighting Metaphor. If no, go to step 3.
Step 3	Judge the relationship between the claim of this metaphor (conveyed by two terms and mapping) and the ad's claim for the product.
	A. If the ad contains a central metaphor, consider whether this metaphor provides sub-mappings to support the metaphorical scenario lead by the Features-Highlighting Metaphor. B. If yes, mark it as Supporting Metaphor. If no, consider the following possibilities.
	C. The metaphor's claim is in alignment with the ad's claim for the product. It provides more details of the product's traits. Mark it as Supporting Metaphor.
	D. The metaphor contributes to a problematic scenario, which needs a solution. The product can be a solution to the problem. Mark it as Needs-Highlighting Metaphor (D).
	E. The metaphor contributes to a beneficial scenario where the product can be a platform/motive to achieve the benefits. Mark it as Needs-Highlighting Metaphor (E).
	F. There is no clear relationship between the metaphor and the product. But the metaphor is eye-catching/entertaining/fancy. Mark it as Needs-Highlighting Metaphor (F).

Tab. 3: A coding scheme for metaphor function (Pan 2022: 177–178)

3.3 Analysis

Statistical analyses were carried out to address research questions. First, to compare the frequency of metaphorical ads and literal ads, a Chi-Square Goodness of Fit was performed (Tay 2017). Then, a set of categorical data analytics, including Log-Linear Analysis with Chi-Squared Decomposition and Multiple Correspondence Analysis (MCA), was performed to uncover latent patterns in the associations between metaphor signals, functions, and types of products. Log-Linear Analysis provides statistical evidence for associations among more than two categorical variables by examining the extent to which these variables fit a linear model (Christensen 1990; Pan 2022; Tay 2018). MCA involves visualizing the associations between more than two categorical variables as geometrical distance, illustrating how each category contributed to the overall variance (Le Roux/Rouanet 2010; Pan 2022; Tay 2020). This study will use MCA as a visual aid to present associations among variables, providing viewers with a general picture. The statistical details of associations were further illustrated by the Chi-square Test of Independence (Pan 2022; Tay 2017). These statistical tests were performed with R.[10] Programming codes are provided in the appendix.

4. Results and discussion

This section presents the general findings regarding the frequency of metaphorical video ads in the corpus. Subsequently, it delves into the associations between metaphor signals, functions, and product types from overall relationships to binary associations. The latent patterns underlying the unstructured multimodal data were revealed through statistical analyses, which included Log-Linear Analysis with Chi-Squared decomposition and MCA.

4.1 Frequency of metaphorical ads

We employed the Chi-Square Goodness of Fit Test using the chisq.test() function to compare the frequency of metaphorical videos (N = 66) with the non-metaphorical video (N = 34) in contemporary mass media. The results show a significant difference in the adoption of metaphors within the initial corpus of

[10] https://www.r-project.org/.

100 ads, $X^2(1, 34) = 10.24$, $p = 0.001$, indicating a notable prevalence of metaphors in general video ads. This addresses the first research question.

4.2 Overall associations

The overall associations among three categorical variables, i.e. metaphor signals (S), metaphor functions (U), and product types (PT) was first explored by Log-Linear Analysis. The analyses used the LOGLINEAR function in the Crosstabs.Loglinear package[11]. The Log-Linear analysis identifies significant associations among three variables through a process of 'backward elimination'. Initially, all variables are assumed to be associated, and non-significant associations are eliminated in a stepwise fashion until a final list of surviving associations is obtained which best captures the relationships in the data. The analysis begins with Step 0, which examines the three-way interaction among PRODUCT TYPE * FUNCTIONS * SIGNALS. The results indicate that this three-way interaction is not significant (p = .07), suggesting that removing it does not significantly affect the fit between observed frequencies and the remaining effects. Moving on to Step 1, the analysis explores the impact of deleting bivariate associations. The results show significant bivariate interactions PRODUCT TYPE * FUNCTIONS (p <.001), PRODUCT TYPE * SIGNALS (p = .003), and USES * SIGNALS (p <.001). These findings suggest that the bivariate associations play a significant role in the model fit. The absence of a three-way interaction suggests that the associations between two variables remain consistent regardless of the third variable (Field 2018). The likelihood ratio showed a good fit of this model, X^2 (8) = 14.08, p = .08. Table 4 shows the crosstabulation for the three variables. Table 5 shows backward elimination statistics.

PRODUCT TYPE (PT)	FUNC-TIONS (U)	SIGNALS				
		Transfor-mation	Replace-ment	Juxta-position	Simul-taneous Cueing	Non-Existing Gestalt
Experience	Features-U	7	2	5	5	1
	Supporting	3	9	5	8	0
	Needs-U	0	0	14	12	13

[11] https://oconnor-psych.ok.ubc.ca/loglinear/LOGLINEAR_vignettes.html.

Search	Features-U	1	9	21	9	5
	Supporting	1	7	4	11	4
	Needs-U	0	12	6	8	11

Tab. 4: Crosstabulation for PRODUCT TYPE, FUNCTION and SIGNALS

Step[a]	**GenDel**	**Effects**	**LR_Chi_Square**	**df**	**p**
0	Generating Class	Product Types: Functions: Signals	0	0	1
	Deleted Effect	Product Types: Functions: Signals	14.082	8	0.07965
1	Generating Class	All of these terms:	14.082	8	0.07965
		Product Types			
		Functions			
		Signals			
		Product Types: Functions			
		Product Types: Signals			
		Functions: Signals			
	Deleted Effect Test	Product Types: Functions	16.708	2	0.00024
	Deleted Effect Test	Product Types: Signals	15.67	4	0.0035
	Deleted Effect Test	Functions: Signals	50.036	8	0
	Deleted On This Step	None deleted			

Tab. 5: Backward Elimination Statistics

a. The hierarchical backward elimination procedure begins with all possible terms in the model and then removes, one at a time, terms that do not satisfy the criteria for remaining in the model. A term is dropped only when it is determined that removing the term does not result in a reduction in model fit AND if the term is not involved in any higher order interaction. On each step above, the focus is on the term that results in the least-significant change in the likelihood ratio chi-square if removed. If the change is not significant, then the term is removed.

MCA is helpful in visualizing the underlying structure of overall associations between more than two categorical variables, even in the absence of a three-way interaction. The purpose of conducting MCA in this study is to capture a general

picture of the associations before delving into the interpretation of statistical results. Plots from MCA visualize associations as geometrical distance. MCA describes patterns by locating each analytical unit as a point in a low-dimensional space and grouping variable categories based on their distribution (Le Roux/Rouanet 2010). Figure 8 is the MCA plot generated by packages of FactoMineR and factoextra (Husson et al. 2017). The Figure displays the overall associations between metaphor functions, signals and product types. The first two dimensions typically reveal the most important underlying dimensions that best capture the variance in the data (Tay 2020). In this case, the first dimension accounts for 19.5% of the variance and the second dimension accounts for 18.6%, capturing a total variance of 38.1%.

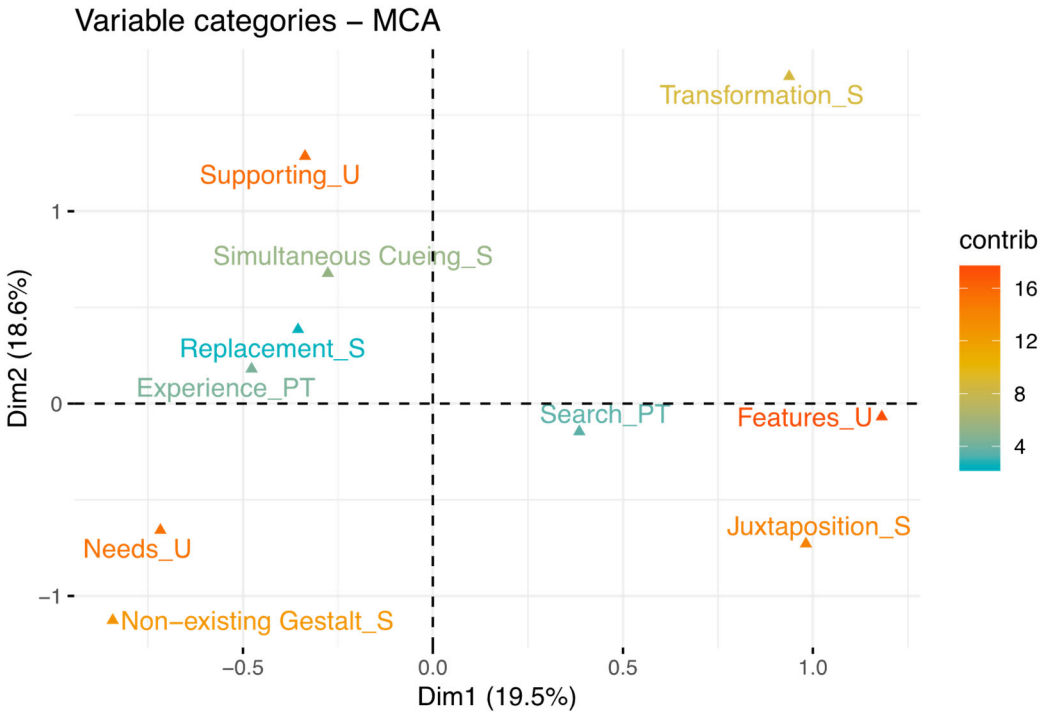

Fig. 8: MCA Map for Variable Categories

Exploring relations between categorical variables involves considering the degree of closeness, angles from the origin, and locations in quadrant (Higgs 1991). In Figure 8, Search Product is clustered with Features-Highlighting use and the signal of Juxtaposition, whereas Experience Product is closer to signals of Replacement and Simultaneous Cueing. A far distance from the origin suggests a big deviation from the expected proportions (Nenadic/Greenacre 2007). To further assist in result interpretation, Figure 8's map visualizes the

variable contributions through color. The lesser the contribution of a variable is, the colder the color. Likewise, a warm color of a variable indicates a strong contribution to the variance. Notably, metaphor signals of Juxtaposition, Transformation, and Non-Existing Gestalt are represented in warm colors and their distinctive positioning in the quadrants sets them apart from other variables. This suggests that they make substantial contributions to underlying associations. Metaphor function variables also exhibit warm colors and are positioned far from dimension 1, suggesting a potential strong contribution to associations. In contrast, both types of products (Search Products and Experience Products) are depicted in colder colors and located close to the origin, signaling a limited contribution of product type to the underlying associations.

4.3 Bivariate associations

While MCA produced a reader-friendly visualization of overall associations, a closer examination of bivariate associations requires the application of the Chi-Square Test of Independence. The absence of a three-way interaction in the results of the Log-Linear Analysis indicates that bivariate associations remain consistent regardless of changes in another variable (Tay 2018). The bivariate associations were examined by Chi-Square decomposition, using the package lsr (Navarro 2015).

4.3.1 The relationship between metaphor signals and functions

A Chi-Square Test of Independence was performed to compare the frequency of five metaphor signals across three metaphor functions. The results show a significant association between these two variables, $X^2 = (8, N = 197) = 38.59$, $p < .001$, Cramer's $V = .31$, indicating that the occurrence of signals for different functions was unlikely to be random. In addition to the p value, interpreting effect size (Cohen 1988) is crucial. Effect size measures the magnitude of an observed difference or relationship, providing a standardized measure of practical significance regardless of sample size. In this case, the effect size indicates a medium to large association (Cohen 1988).

Table 6 presents the counts and the adjusted residual for each variable. The adjusted residual indicates the extent to which the occurrences deviated from expectations. When the absolute value of the adjusted residual is above 2, the

frequency contributes to significance. Green cells indicate pairs showing more frequency than expected at a statistical level. Red cells show the opposite condition. It can be observed that the signal Transformation of Images was used more frequently than expected for Features-Highlighting metaphors but were less frequently to signal Needs-Highlighting metaphors. Juxtaposition tends to signal Features-Highlighting metaphors but not Supporting metaphors. Simultaneous Cueing of Different Modes occurs more frequently to signal Supporting metaphors. Depicting Non-Existing Gestalt tends to signal Needs-Highlighting metaphors but is avoided when signaling Features-Highlighting metaphors. There is no strong tendency to exploit the signal Replacement for different metaphor functions.

			Signals					
			Trans-forma-tion	Replace-ment	Juxta-position	Non-Existing Gestalt	Simulta-neous Cueing	Total
Func-tions	Features-U	Count	8	11	26	6	14	65
		Adjusted Residual	***2.6	-1.7	***3.3	***-2.1	-1.2	
	Supporting	Count	4	16	4	4	19	47
		Adjusted Residual	.8	1.8	***-3.0	-1.8	***2.4	
	Needs-U	Count	0	21	20	24	20	85
		Adjusted Residual	***-3.1	.1	-.5	***3.6	-.9	
Total		Count	12	48	50	34	53	197

Tab. 6: Signals * Functions Crosstabulation

The raw frequencies show that Simultaneous Cueing of Different Modes has the highest counts, whereas Transformation of Images has the fewest occurrences. These differences reach statistical significance, as confirmed by the Chi-Square Goodness of Fit test, $X^2(4, 197) = 29.22$, $p < .001$. The discrepancy may be attributed to the inherent difficulty in creating such effects. Simultaneous Cueing of Different Modes does not display visual incongruity, enhancing scene coherence and naturalness. For instance, in the ad for FOTILE Range Hood,[12] a

[12] https://v.qq.com/x/page/q0628rrjd6u.html.

popular kitchen hood brand in China, visuals depict airport passengers waiting for boarding. The spoken language states that these passengers are cooking fumes and their luggage and coats are oil and grease. Without the spoken language, the ad would be challenging to comprehend. The simultaneous cueing of visuals and spoken language creates many Supporting metaphors, such as COOKING FUMES ARE PASSENGERS, GREASE IS A COAT. These Supporting metaphors guide the viewers in making sense of the final Features-Highlighting metaphor FOTILE RANGE HOOD IS AN AIRPLANE. The target and source of a Supporting metaphor, like *cooking fumes* and *passengers* are respectively related to the target and source of the Features-Highlighting metaphor, i.e. *FOTILE Range Hood* and *an airplane*. This function of metaphor may be less prevalent and less salient in print ads due to space limitations. While visual incongruity aids in detecting metaphors in multimodal discourse (Šorm/Steen 2018), especially in static contexts like print ads and street art, in the case of video ads, the flexible interactions among visuals, written text, spoken language, and music increase the opportunities for metaphor creation without visual incongruity. Our analyses not only showed the high frequency of such metaphors in video ads, but also pointed out that they are likely to be employed to support a metaphorical plot for the product.

Juxtaposition and Replacement were employed with similar frequency. No strong tendency has been found for Replacement, suggesting that this technique is utilized to create metaphors for different functions with an equal chance. The signal Juxtaposition is frequently used to convey Features-Highlighting metaphors but is avoided for Supporting metaphors. Juxtaposition presents two entities in alignment, either within a single shot or across sequences, encouraging viewers to compare these two things and draw connections between them. Features-Highlighting metaphors typically involve products as targets, conveying central claims about the product and seeking salience and attention from the intended audience to prevent oversight. For instance, the juxtaposition of a guitar and a feeding bottle in Figure 5 serves to highlight the similarities between the guitar and the product, emphasizing its function of playing music. The visual effects achieved through Juxtaposition contribute to explicitly displaying metaphors about the product, whereas supporting metaphors may lean towards natural and coherent visual effects to construct a cohesive scenario.

It was observed that the signal Depicting Non-Existing Gestalt captures viewers' attention through its elaborate visual effects. This signal was frequently employed to convey Needs-highlighting metaphors, either by accentuating issues faced by viewers or by introducing entertaining elements. In the realm of print ads, a hybrid gestalt might be portrayed (Van Mulken et al. 2010; Gkiouzepas/Hogg 2011). In video ads, the availability of more sophisticated filmic techniques allows for a dynamic presentation of non-existing gestalts. Our corpus analysis showed that elaborate cartoon effects were commonly utilized under this signal, as exemplified in Figure 9.

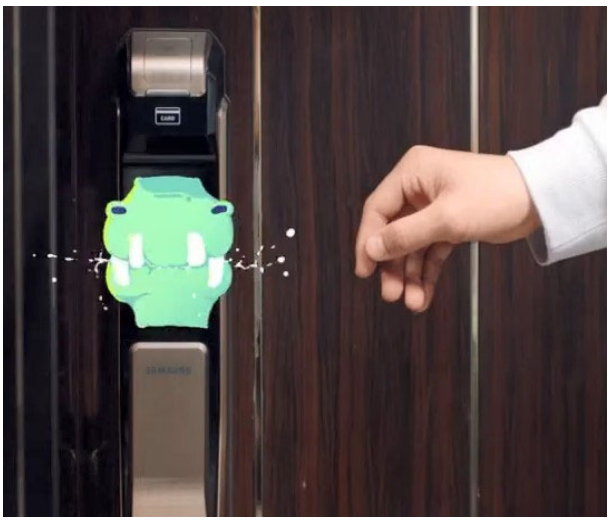

Fig. 9: A screenshot from the Ad Eleme[13]

The Transformation of Images occurred with the least frequency, likely attributed to the high level of difficulty in achieving this effect. The visuals typically depict the entire process wherein one entity (A) undergoes a transformation into a different one (B). It was found that this signal usually is used to convey Features-Highlighting metaphors, presenting the target and another entity visually. In this context, entity (A) often serves as the source in the central metaphor, while the product is designed as the target, entity (B). The punchline usually follows this technique, bring the metaphor to its culmination. For instance, Figure 2 illustrates how the central element in the metaphorical scenario (the projector) undergoes a transformation into the product, *Baidu* Cloud. Subsequently, the ad reaches its conclusion.

[13] https://www.digitaling.com/projects/27286.html.

4.3.2 The relationship between product types and metaphor functions

A Chi-Square Test of Independence shows a significant association between product types and metaphor functions, X^2 = (2, N = 197) = 9.96, p = .007, Cramer's V = .23. The effect size, as indicated by Cohen (1988), demonstrates a moderate tendency. In Table 7, it is evident that Needs-Highlighting metaphors occur more frequent than expectation in ads for Experience products, while they display less frequency in ads for Search products. This suggests that ads for Experience products tend to leverage metaphors to create problematic scenarios or employ fancy appeals to entertain viewers. On the other hand, ads for Search products use metaphors comparatively less for these purposes. Features-Highlighting metaphors are frequently shown in ads for Search products but are avoided in ads for Experience products. This implies that ads for Search products tend to design metaphors that involve the product as targets to highlight product attributes, whereas ads for Experience products avoid to present products in this way. No strong tendency is observed for Supporting metaphors, indicating no preference for supporting metaphors in either type of products. Our discussion, supported by ad examples, highlights that both types of products utilize metaphors for all three functions. The statistical evidence confirms latent associations, such as the occurrence of Features-Highlighting metaphors being more frequent in ads for search products and Needs-Highlighting metaphors being more frequent in ads for experience products. These trends might not be easily discerned by qualitative analysis of a few cases.

			Functions			
			Features-U	Supporting	Needs-U	Total
Product Type	Experience	Count	20	20	48	88
		Adjusted Residual	**-2.7	-.3	**2.9	
	Search	Count	45	27	37	109
		Adjusted Residual	**2.7	.3	**-2.9	
Total		Count	65	47	85	197

Tab. 7: Product Type * Functions Crosstabulation

4.3.3 The relationship between metaphor signals and product types

A Chi-Square Test of Independence was conducted to examine the occurrence of five metaphor signals in ads for Experience Products and Search Products. The results indicate no statistically significant difference at the .05 significant level, $X^2 = (4, N = 197) = 8.63$, $p = .07$ Cramer's $V = .21$. Since the p value achieves the marginal significant level ($p < .1$), associations between pairs are discernible through Table 8. Notably, the Transformation of Images signal exhibits a tendency to occur more frequently in ads for experience products, while its occurrence is notably lacking in ads for search products, as indicated by an adjusted residual exceeding the absolute value of 2.0. No obvious trend is observed for the other metaphor signals. The associations between the signal Transformation of Images and the two types of products contributed to the overall findings. However, these associations lacked robust support from statistical evidence, suggesting that the design of metaphor signals is unlikely to be influenced by the types of products. This aligns with the temporal and dynamic nature of video ads, where metaphors have ample opportunities to be utilized for various purposes.

			Signals					
			Trans-for-mation	Re-place-ment	Juxtapo-sition	Non-Existing Gestalt	Simultaneous Cueing	Total
Product Type	Experience	Count	10	20	19	14	25	88
		Adjus-ted Resi-dual	*2.8	-.5	-1.1	-.5	.4	
	Search	Count	2	28	31	20	28	109
		Adjus-ted Resi-dual	*-2.8	.5	1.1	.5	-.4	
Total		Count	12	48	50	34	53	197

Tab. 8: Product Type * Signals Crosstabulation

5. Conclusion

This study conducted a corpus-driven investigation into the structural traits of multimodal metaphors in 66 metaphorical video ads. It employed systematic methods to identify metaphors, signals, and functions, supported by inter-rater reliability examinations. Categorical data analytics techniques, including Log-Linear Analysis with Chi-Squared Decomposition, uncovered the latent associations among product types, metaphor functions, and metaphor signals. Multiple Correspondence Analysis visualized the associations in a reader-friendly map. The response to the first research question indicates a significant prevalence of metaphors in Chinese video ads. Regarding the second research question, significant associations were observed between metaphor signals and metaphor functions, product types and metaphor functions, but not between product types and metaphor signals.

The analysis shows that the signal Simultaneous Cueing of Different Modes has the highest raw frequency and is likely to convey Supporting metaphors. This may be attributed to the absence of visual incongruity displayed by this signal, making it an easily exploitable technique. Transformation of Images and Juxtaposition tend to convey Features-Highlighting metaphors, while Depicting Non-Existing Gestalt occurs more frequently when convey Needs-Highlighting metaphors. Additionally, it was observed that search products are more inclined to design Features-Highlighting metaphors, whereas experience products tend to design Needs-Highlighting metaphors. This correlation may be linked to the tangibility of products, where search products are visually representable, while experience products are inherently abstract. However, different types of products do not exhibit a preference for a specific metaphor signal, possibly due to the ample resources and opportunities to craft a metaphor in videos. This also aligns with our finding that the Supporting metaphor, important for constructing metaphorical scenarios in ad plot, does not exhibit a strong tendency for either type of product.

These findings make a valuable contribution to the manifestation and characteristics of multimodal metaphor in video ads from an empirical perspective. The study demonstrates how multimodal metaphors in video ads can be systematically analyzed from a quantitative perspective, addressing methodological challenges highlighted in previous works (Bateman/Hiippala 2020; Pérez-Sobrino 2017). Utilizing concrete filmic techniques as metaphor

signals, the study showcases how these signals, in conjunction with associated metaphor functions, convey key messages about the products. The identified design patterns, emerging from this analysis, serve as a practical reference for video ad designers in crafting multimodal metaphors for video ads. However, the effectiveness of these design patterns in persuasion remains a subject for further empirical examination. Additionally, the study's findings offer statistical evidence that aligns with earlier postulations from case studies, confirming that metaphors for service products 'behave' differently (Forceville 2008). Specifically, products with abstract attributes are shown to exploit metaphors in different functions compared to those with concrete attributes.

The limitations of this study are recognized. Given that the development of C-MIPVA and the analyses were conducted exclusively on Chinese video ads, it is important to note that metaphor signals and the findings may not be applicable to video ads in other countries. Culture, recognized as an important factor, can exert a substantial influence on the design of metaphors and ads (Forceville 2017; Pérez Sobrino/Littlemore/Samantha 2021). Future studies could further explore this issue by studying a large corpus of video ads in a different language.

6. References

Aaker, Jennifer L. (1997): "Dimensions of brand personality", in: *Journal of Marketing Research* 34 (3), 347–356.

Bateman, John/Hiippala, Tuomo (2020): "Statistics for Multimodality: Why, When, How – an invitation", *SocArXiv* January 18. (https://doi.org/10.31235/osf.io/7j3np).

Bateman, John/Wildfeuer, Janina/Hiippala, Tuomo (2017): *Multimodality: Foundations, Research and Analysis – A Problem-Oriented Introduction*, Berlin: De Gruyter Mouton.

Beard, Elizabeth/Henninger, Nicole M./Venkatraman, Vinod (2022): "Making Ads stick: Role of metaphors in improving advertising memory", in: *Journal of Advertising* 53 (1), 86–103.

Bloom, Paul N. (1989): "A decision model for prioritizing and addressing consumer information problems", in: *Journal of Public Policy & Marketing* 8 (1), 161–180.

Bloom, Paul N./Reve, Torger (1990): "Transmitting signals to consumers for competitive advantage", in: *Business Horizons* 33, 4, 58–66.

Bobrova, Larysa (2015): "A Procedure for Identifying Potential Multimodal Metaphors in TV Commercials", in: *Multimodal Communication* 4 (2), 113–131.

Bort-Mir, Lorena (2021): "Identifying metaphors in TV commercials with FILMIP: The filmic metaphor identification procedure", in: *Journal of English Studies* 19, 23–46.

Burgers, Christian/Konijn, Elly A./Steen, Gerard J./Iepsma, Marlies A.R. (2015): "Making ads less complex, yet more creative and persuasive: The effects of conventional metaphors and irony in print advertising", in: *International Journal of Advertising* 34, 3, 515–532.

Cameron, Lynne/Maslen, Robert (2010): "Identifying metaphors in discourse data", in: Cameron, Lynne/Maslen, Robert (eds.): *Metaphor analysis: Research practice in applied linguistics, social sciences and the humanities*, London: Equinox, 97–115.

Chang, Chun-Tuan/Wu, Yuan-Ciao/Lee, Yu-Kang/Chu, Xing-Yu (2018): "Right metaphor, right place: choosing a visual metaphor based on product type and consumer differences", in: *International Journal of Advertising* 37 (2), 309–336.

Christensen, Ronald (1990): *Log-linear Models*, New York: Springer.

Delbaere, Marjorie/McQuarrie, Edward F./Phillips, Barbara J. (2011): "Personification in advertising", in: *Journal of Advertising* 40 (1), 121–130.

El Refaie, Elisabeth (2003): "Understanding visual metaphor: The example of newspaper cartoons", in: *Visual Communication* 2 (1), 75–95.

Fahlenbrach, Kathrin (2016a): "Audiovisual Metaphors as Embodied Narratives in Moving Images", in: Fahlenbrach, Kathrin (ed.): *Embodied Metaphors in Film, Television, and Video Games*, London: Routledge, 33–50.

Forceville, Charles (1996): *Pictorial Metaphor in Advertising*, London: Routledge.

Forceville, Charles (1999): "The metaphor ‚COLIN IS A CHILD' in Ian McEwan's, Harold Pinter's, and Paul Schrader's *The Comfort of Strangers*", in: *Metaphor and Symbol* 14 (3), 179–198.

Forceville, Charles (2007): "Multimodal metaphor in ten Dutch TV commercials", in: *Public Journal of Semiotics* 1 (1), 15–34.

Forceville, Charles (2008): "Pictorial and multimodal metaphor in commercials", in: McQuarrie, Edward F./Phillips, Barbara J. (eds.): *Go figure! New directions in advertising rhetoric*, New York/London: ME Sharpe, 178–204.

Forceville, Charles (2009): "Non-verbal and multimodal metaphor in a cognitivist framework: Agendas for research", in: Forceville, Charles/ Urios-Aparisi, Eduardo (eds.): *Multimodal metaphor,* Berlin/New York: Mouton de Gruyter, 19–44.

Forceville, Charles (2016): "Pictorial and Multimodal Metaphor", in: Klug, Nina/Stöckl, Hartmut (eds.): *Handbuch Sprache im multimodalen Kontext*, Berlin: Mouton de Gruyter, 241–261.

Forceville, Charles (2017): "Visual and multimodal metaphor in advertising: Cultural perspectives", in: *Styles of Communication* 9, 2, 26–41.

Forceville, Charles (2020): *Visual and multimodal communication: Applying the relevance principle*, Oxford: Oxford University Press.

Forceville, Charles/Urios-Aparisi, Eduardo (eds.) (2009): *Multimodal metaphor*, Berlin/New York: Walter de Gruyter.

Gkiouzepas, Lampros/Hogg, Margaret K. (2011): "Articulating a new framework for visual metaphors in advertising", in: *Journal of Advertising* 40 (1), 103–120.

Higgs, NT (1991): "Practical and innovative uses of correspondence analysis", in: *Journal of the Royal Statistical Society: Series D (The Statistician)* 40 (2), 183–194.

https://blog.hubspot.com/marketing/content-trends-global-preferences (08/12/2023).

https://oconnor-psych.ok.ubc.ca/loglinear/LOGLINEAR_vignettes.html (08/12/2023).

https://www.r-project.org/ (08/12/2023).

Husson, François/Le, Sébastien/Pagès, Jérôme (²2017): *Exploratory Multivariate Analysis by Example Using R*, New York: Chapman and Hall/CRC.

Iversen, Magnus Hoem (2017): "Employing film form and style in the argumentative analysis of political advertising", in: Tseronis, Assimakis/Forceville, Charles (eds.): *Multimodal Argumentation and Rhetoric in Media Genres*, Amsterdam: John Benjamins, 217–238.

Jiménez, Fernando R./Mendoza, Norma A. (2013): "Too popular to ignore: The influence of online reviews on purchase intentions of search and experience products", in: *Journal of Interactive Marketing* 27 (3), 226–235.

Kövecses, Zoltán (2017): "Levels of metaphor", in: *Cognitive Linguistics* 28 (2), 321–347.

Kress, Gunther R./Van Leeuwen, Theo (1996): *Reading images: The grammar of visual design*, London: Routledge.

Krippendorff, Klaus (2004): "Reliability in content analysis: Some common misconceptions and recommendations", in: *Human Communication Research* 30 (3), 411–433.

Lakoff, George (1993): "The contemporary theory of metaphor", in: Ortony, Andrew (ed): *Metaphor and thought*, Cambridge: Cambridge University Press, 202–250.

Lakoff, George/Johnson, Mark (1980): *Metaphors we live by*, Chicago: Chicago University Press.

Le Roux, Brigitte/Rouanet, Henry (2010): *Multiple correspondence analysis*, Thousand Oaks: Sage.

Müller, Cornelia/Schmitt, Christina (2015): "Audio-visual metaphors of the financial crisis: meaning making and the flow of experience", in: *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* 15 (2), 311–342.

Navarro, Daniel (2013): *Learning Statistics with R: A Tutorial for Psychology Students and Other Beginners*, Adelaide: University of Adelaide.

Nenadic, Oleg/Greenacre, Michael (2007): "Correspondence analysis in R, with two-and three-dimensional graphics: The ca package", in: *Journal of statistical software* 20, 1–13.

Pan, Xie (2022): "Personification metaphors in Chinese video ads: Insights from a data analytics approach", in: Tay, Dennis/Pan, Xie (eds.): *Data Analytics in Cognitive Linguistics: Methods and Insights*, Berlin/Boston: Mouton de Gruyter, 169–196.

Pan, Xie/Chen, Zhuoan (2022): "When wars are good: Emotional unpacking anti-coronavirus measures through metaphors in HK press conferences", in: Musolff, Andreas/Breeze, Ruth/Kondo, Kayo/Vilar-Lluch, Sara (eds.): *Pandemic and crisis discourse. Communicating COVID-19*, London et al.: Bloomsbury, 225–240.

Pan, Xie/Tay, Dennis (2021): "Identifying creative metaphor in video ads", in: Lin, Ling/Mwinlaaru, Issac/Tay, Dennis (eds.): *Approaches to specialized genres: In memory of Stephen Evans*, New York: Routledge, 216–240.

Pan, Xie/Tay, Dennis (2023): "Individual differences in identifying creative metaphors from video ads", in: *Metaphor and the Social World* 13 (2), 221–247. (https://doi.org/https://doi.org/10.1075/msw.20016.pan).

Pérez-Sobrino, Paula (2017): *Multimodal metaphor and metonymy in advertising*, Amsterdam: John Benjamins.

Pérez-Sobrino, Paula/Littlemore, Jeannette (2017): "Facing methodological challenges in multimodal metaphor research", in: Baicchi, Annalisa/ Pinelli, Erica (eds.)*: Cognitive modeling in language and discourse across cultures*, Cambridge: Cambridge Scholars, 383–399.

Pérez Sobrino, Paula/Littlemore, Jeannette/Ford, Samantha (2021): *Unpacking Creativity: The Power of Figurative Communication in Advertising*, Cambridge: Cambridge University Press.

Pérez-Sobrino, Paula/Littlemore, Jeannette/Houghton, David (2019): "The role of figurative complexity in the comprehension and appreciation of advertisements", in: *Applied Linguistics* 40 (6), 957–991.

Pérez Sobrino, Paula/Samantha, Ford (2023): "What counts as a multimodal metaphor and metonymy? Evolution of inter-rater reliability across rounds of annotation", in: *Language and Cognition* 15 (4), 786–814.

Schilperoord, Joost (2018): "Ways with pictures: Visual incongruities and metaphor", in: Steen, Gerard (ed): *Visual metaphor: Structure and process*, Amsterdam: John Benjamins, 11–46.

Šorm, Ester/Steen, Gerard J. (2018): "VISMIP: Towards a method for visual metaphor identification", in: Steen, Gerard (ed.): *Visual metaphor: Structure and process*, Amsterdam: John Benjamins, 47–87.

Stampoulidis, Georgios/Bolognesi, Marianna/Zlatev, Jordan (2019): "A cognitive semiotic exploration of metaphors in Greek street art", in: *Cognitive Semiotics* 12, 1, 20192008. (https://doi.org/10.1515/cogsem-2019-2008).

Tam, Audrey M/Leung, Clement H. C. (2001): "Structured natural-language descriptions for semantic content retrieval of visual materials", in: *Journal of the Association for Information Science and Technology* 52, 930–937.

Tay, Dennis (2017): "Metaphor construction in online motivational posters", in: *Journal of Pragmatics* 112, 97–112.

Tay, Dennis (2018): "Metaphors of movement in psychotherapy talk", in: *Journal of Pragmatics* 125, 1–12.

Tay, Dennis (2020): "Co-constructing crisis with metaphor: A quantitative approach to metaphor use in psychotherapy talk", in: Huang, Mimi/ Holmgreen, Lise-Lotte (eds.): *The language of crisis: Metaphors, frames, and discourse*, Amsterdam: John Benjamins, 231–255.

Van Mulken, Margot/Le Pair, Rob/Forceville, Charles (2010): "The impact of perceived complexity, deviation and comprehension on the appreciation of visual metaphor in advertising across three European countries", in: *Journal of Pragmatics* 42 (12), 3418–3430.

Verstraten, Peter (2009): *Film narratology*, Toronto/Buffalo/London: University of Toronto Press.

William, Jennifer Marston (2017): *Cognitive Approaches to German Historical Film: Seeing is Not Believing*, New York: Palgrave Macmillan.

Zlatev, Jordan (2015): "Cognitive semiotics", in: Trifonas, Peter Pericles (ed.): *International Handbook of Semiotics*, Berlin: Springer, 1043–1068.

7. Sources

http://www.tvcbook.com/showVideo.html?vid=70386&code=3af5MKotjdgM4uoyPB4z_qESdgZGArMK4axYhYkgjeqhoA (08/12/2023).

http://www.vismet.org/VisMet/display.php#filter-Context-ctxt1 (08/12/2023).

https://osf.io/egrxh/?view_only=d5a5dcb734be42a09452d8fa91bfaeaa (08/12/2023).

https://v.qq.com/x/page/q0628rrjd6u.html (08/12/2023).

https://v.qq.com/x/page/r0146rntgp7.html (08/12/2023).

https://v.youku.com/v_show/id_XMTg3NTYxODc2MA==.html?spm=a2h0k.8191407.0.0&from=s1.8-1-1.2 (08/12/2023).

https://v.youku.com/v_show/id_XNzc0NzgwNDky.html?spm=a2h0k.8191407.0.0&from=s1.8-1-1.2 (08/12/2023).

https://www.digitaling.com/projects/24017.html (08/12/2023).

https://www.digitaling.com/projects/27286.html (08/12/2023).

Appendix: Programming codes in R

```
Library (readxl)
#Bring in data
t <- read_excel("y.xlsx")
View(t)

#Codes for Log-Linear Analysis
library(Crosstabs.Loglinear)
LOGLINEAR(data = t,
        data_type = 'counts',
        variables=c('Products', 'Uses', 'Signals'),
        Freq = NULL )
```

```
#Codes for Chi-Square Test of Independence
install.packages("lsr")
library(gmodels)
library(lsr)
#Make a contingency table of two variables
pb = table (p$Products, p$Uses)
#chi-square test of independence
chisq.test(pb)
#effect size
cramersV(pb)
#View the adjusted residuals
CrossTable(p$Products,p$Uses, asresid = TRUE, format = "SPSS")

#Codes for MCA
install.packages(c("FactoMineR", "factoextra"))
library("FactoMineR")
library("factoextra")
res.mca <- MCA(p, graph = FALSE)
print(res.mca)
get_eigenvalue(res.mca)
fviz_mca_var(res.mca, col.var = "contrib",
        gradient.cols = c("#00AFBB", "#E7B800", "#FC4E07"),
        repel = TRUE, # avoid text overlapping (slow)
        ggtheme = theme_minimal())
```

X-phemistic multimodal metaphors and the creation of humour in *How I Met your Mother*

Adeline Terry, University Jean Moulin Lyon 3, CEL
(adeline.terry@univ-lyon3.fr)

Abstract

This paper focuses on the links between multimodal and non-verbal metaphors (and other tropes), X-phemisms (all the words which refer to taboo topics, from euphemisms to dysphemisms, as defined by Allan/Burridge 1991, 2006), and the creation of humour in the sitcom *How I Met your Mother* (2005-2013, CBS). I mostly focus on creative metaphors relying on at least two modes among the verbal mode (non-written language), the visual mode (moving images), and music/non-verbal sounds. All the metaphors mentioned in the paper are related to taboo topics (bodily fluids, disease, or sex) and they are all used as alternative means to refer to those taboo topics. I explain how these X-phemistic multimodal metaphors participate in the creation of humour in the sitcom. I mostly rely on the incongruity approach to humour to explain that the use of different modes contributes to the creation of a form of inconsistency that leads to humour.

In diesem Beitrag geht es um die Verbindungen zwischen multimodalen und nonverbalen Metaphern (und anderen Tropen), X-Phemismen (alle Wörter, die sich auf Tabuthemen beziehen, von Euphemismen bis hin zu Dysphemismen, wie sie von Allan/Burridge 1991, 2006 definiert wurden) und die Schaffung von Humor in der Sitcom *How I Met your Mother* (2005-2013, CBS). Ich konzentriere mich hauptsächlich auf kreative Metaphern, die sich auf mindestens zwei Modi stützen: den verbalen Modus (nicht geschriebene Sprache), den visuellen Modus (bewegte Bilder) und Musik/nonverbale Klänge. Alle in diesem Beitrag erwähnten Metaphern beziehen sich auf Tabuthemen (Körperflüssigkeiten, Krankheiten oder Sex) und werden als alternative Mittel verwendet, um auf diese Tabuthemen hinzuweisen. Ich erkläre, wie diese X-phemistischen multimodalen Metaphern zur Schaffung von Humor in der Sitcom beitragen. Ich stütze mich vor allem auf den Inkongruenzansatz für Humor, um zu erklären, dass die Verwendung verschiedener Modi zur Schaffung einer Form von Inkonsistenz beiträgt, die zu Humor führt.

1. Introduction[1]

How I Met your Mother (2005-2013, CBS) is an American sitcom that has been praised for its linguistic creativity (Sams 2016; Bordet 2021; Terry 2021), and in a previous study (Terry 2019), I analysed the verbal metaphors used to mention taboo topics. This paper focuses on multimodal and non-verbal metaphors in the TV series, and more specifically on occurrences relying on at least two modes among spoken language, written language, the visual mode (moving

[1] I would like to thank the anonymous reviewers for their useful suggestions which have helped me to considerably improve this paper. Any errors that might remain are mine.

images), music and non-verbal sounds. All the metaphors mentioned in this paper are related to taboo topics and they are all used as alternative means to mention, to represent and/or to avoid those taboo topics; in other words, they can be interpreted as X-phemisms (all the words or phrases which refer to taboo topics, from euphemisms to dysphemisms, see Allan/Burridge 1991, 2006). They also all participate in the creation of humour, and I will try to explain the role that multimodality plays in the humorous process in these X-phemistic metaphors in *HIMYM*. As Dynel (2009b: 1) argues, "a precise description of humour processes entails an anti-essentialist approach". Therefore, the aim of this paper is not to propose a new framework but to analyse a few independent occurrences of humorous multimodal tropes and to show how they individually participate in the creation of humour in the sitcom.

In the first part, I define the concepts that are used in the paper and expose the theoretical background; the second part is dedicated to the analysis of a few excerpts that were manually chosen in the corpus.

2. Definition of the concepts and theoretical background

2.1 Conceptual metaphor and multimodality

Conceptual Metaphor Theory has opened the path for the development of a new and revised approach to metaphor studies. Since 1980, new models explaining the conventional or creative nature of metaphors have emerged. The classification I will rely on was established by Crespo Fernández (2008: 98), who distinguishes between lexicalised metaphors (lexicalised metaphorical expressions that derive from a broadly used conceptual metaphor), semi-lexicalised metaphors (creative metaphorical expressions that derive from a broadly used conceptual metaphor), and creative metaphors (creative metaphorical expressions that derive from a new conceptual metaphor). These distinctions between 'creative' and 'primary' conceptual metaphors can also be applied to metaphors in film (Forceville 2016: 24) and to metaphors in TV series.

Indeed, Coëgnarts/Kravanja (2012: 97) also argue that the model proposed by cognitive linguistics and the Conceptual Metaphor Theory can be applied to non-verbal modes:

> If this belief, put forward by the cognitive metaphor theory (CMT), is correct and metaphor is primarily a matter of thought and not

> language, then it is plausible to assume, as Forceville (2009) rightly does, that there exist other manifestations of conceptual metaphor. Indeed, if conceptual metaphor is not restricted to the realm of language alone, it should manifest itself also through other (non-verbal) modes of communication, such as pictures, music, sound and body language.

Forceville (2009: 4) defines multimodal metaphors as "metaphors whose target and source are rendered exclusively or predominantly in two different modes/ modalities […] – and in many cases the verbal is one of these". The different modes are listed in Forceville (2016: 20):

> For practical purposes I stick to the following, somewhat idiosyncratic, list of modes: (1) visuals; (2) spoken language; (3) written language; (4) sound; (5) music; (6) gestures; (7) touch; (8) smell; (9) olfaction (see Forceville 2006a for more discussion). If we ignore cinema experiments involving (7)-(9), film can draw on modes (1)-(6).

In this paper, I focus on metaphors relying on a combination of spoken language (2) on the one hand, and the visual mode (1) (more specifically, moving images), music (5), non-verbal sounds (4), and written language (3) on the other hand. Nevertheless, metaphor is not the only trope mentioned in this paper; interestingly, Coëgnarts/Kravanja (2012: 102) point out that visual metaphors often partly rely on metonymy – more precisely, that the target domain is often rendered metonymically:

> Language (spoken or written signs) is, by virtue of its symbolic and arbitrary nature, the only mode being capable of rendering the abstract and generic quality of the target domain. Consequently, the target domain of a structural-conceptual metaphor, if present, is usually depicted indirectly or connotatively by means of a metonymy.

The interaction between metaphor and metonymy in the verbal mode is referred to as *metaphtonymy*, a term coined by Goossens (1995); it can be extended to visual metaphors and arguably to any metaphor that is rendered partly or wholly in one or several non-verbal modes. Following Coëgnarts (2019: 303), I will endeavour to show "how stylistically motivated [creative metaphors][2] may be mapped onto the inferential logic of metonymically represented target domains".

[2] "image schemas" in Coëgnarts (2019: 303).

Coëgnarts (2019: 308) also argues that in movies – and by extension, in TV series and sitcoms –, which focus on human beings, the body is quite often resorted to in the construal of metonymies – and by extension, of metaphtonymies:

> Because narrative cinema is essentially human-centered, relying heavily on the actions of fictional characters, it can be assumed that meaning in film operates significantly through the bodily features and actions of the actors and actresses on-screen. In specifying the role of the human body in the construal of metonymies, cognitive linguists have repeatedly attributed significance to body parts and physiological and expressive responses.

A common example is THE FACIAL EXPRESSIONS FOR EMOTION metonymy (Kövecses 2000: 134), also analysed in films by Coëgnarts (2019: 308).

It should be specified that metaphors are the most productive means of semantic creation, and all the more so when it comes to creating new X-phemisms to mention taboo topics. Moreover, metaphtonymies, and more generally speaking, the interactions between metaphor and metonymy, have an impact on the X-phemistic nature of metaphors (Terry 2020).

2.2 Taboos, X-phemisms and metaphors

The occurrences I analyse in the second part of this paper are all related to taboo topics; this choice was made because taboo topics are often spoken of or represented metaphorically or humorously. Social taboos are "a proscription of behaviour that affects everyday life" and that people tend to avoid "unless they intend to violate a taboo" (Allan/Burridge 2006: 1). Calvo (2005: 65) extends this definition of the social taboo to the linguistic taboo:

> Linguistically speaking, the term taboo is extended to all those words or sets of words referring to objects, concepts or actions that a given society considers to be individually or collectively subject to proscription. As a consequence, ineffability is cast upon them.

In other words, a taboo domain is a conceptual domain that cannot be mentioned freely with anyone. The four domains that are almost systematically included in that category are sex, disease, death and bodily fluids (Allan/Burridge 1991, 2006; Gatambuki 2011); some linguists (Enright 1985; Keyes 2010) add politics, money, drugs, race, religion or food to this list. Speakers tend to resort to euphemisms – or more accurately, X-phemisms – to mention these topics.

X-phemisms are defined as "the union set of […] 'phemisms'" (Burridge 2012: 66), that is to say all the terms that can be found on the continuum between euphemisms ("the semantic or formal process by which the taboo is stripped of its most explicit or obscene overtones", Crespo Fernández 2008: 96) and their negative counterparts, dysphemisms ("the process whereby the most pejorative traits of the taboo are highlighted with an offensive aim to the addressee or to the concept itself", Crespo Fernández 2008: 96). Allan/Burridge (2006) notice that in many occurrences, there is a discrepancy between the locution and the illocutionary point of the utterance and therefore coined two new terms to designate these: *dysphemistic euphemism* and *euphemistic dysphemism*. In dysphemistic euphemisms, which are dysphemistic locutions in which the illocutionary point is euphemistic, the speaker uses a dysphemistic term without an intention to be offensive and without actually offending the co-speaker. On the other hand, euphemistic dysphemisms are euphemistic locutions in which the illocutionary point is dysphemistic, which means that the speaker uses a euphemistic term with no intention of sparing the co-speaker. Because of this discrepancy between the locution and the illocutionary point of the utterance, dysphemistic euphemisms and euphemistic dysphemisms often endorse a humorous function in discourse.

Definitions of X-phemisms tend to be restricted to two modes: written and spoken language. However, the concept of X-phemisms can also be applied to other modes besides these two as taboos are not merely linguistic. The most striking example is arguably the visual mode, in which many symbols can euphemistically refer to a taboo topic or object, for example a raven, a candle, or the colour black for death.

Finally, the reason why metaphors are a particularly productive tool in the creation of new X-phemisms to mention taboo topics (Crespo Fernández 2006) is that they resort to the process of highlighting-hiding (Kövecses 2002: 80):

> When a metaphor focuses on one or some aspects of a target concept, we can say that it highlights that or those aspect(s).
>
> Highlighting necessarily goes together with hiding. This means that when a concept has several aspects (which is normally the case) and the metaphor focuses on one (or maybe two or three) aspect(s), the other aspects of the concept will remain hidden, that is, out of focus. Highlighting and hiding presuppose each other.

Depending on the source domain that is resorted to and the correspondences that are established between the two domains, the metaphor can tend towards a more euphemistic or a more dysphemistic interpretation. In other words, metaphors allow speakers to preserve or violate the taboo by hiding or highlighting its most offensive traits. This process of highlighting and hiding in metaphors can also contribute to a humorous interpretation of X-phemisms.

2.3 Metaphor and humour

Humour is generally explained by one of the following three main theories: superiority, incongruity, and relief. Following Dynel (2013: 1), the approach that will be adopted here is the incongruity approach, as it tends to prevail in linguistic studies "because it accounts for the cognitive and pragmatic processes underpinning the understanding of humorous texts". Incongruity requires the presence of two elements that conflict with each other, for example because they are not usually associated and because their association is a source of surprise. As defined in the model established by Suls (1972), "humorous incongruity entails unexpectedness, illogicality and ultimate resolution" (Dynel 2009a: 28). However, it has also been argued that "incongruity must never be removed entirely at the resolution stage", as it would "disallow the appreciation of two competitive meanings" (Dynel 2009a: 29).

Naturally, incongruity does not always lead to humour; there needs to be some kind of "facilitating context" or "playful frame of mind" (Dynel 2009a: 28). McGraw/Warren (2010: 1142) agree that a humorous interpretation is favoured when the situation is "perceived to be safe, playful, nonserious, or, in other words, benign" and further suggest that it is also more likely to occur when there is a "breach of norms" or "taboo content". McGraw/Williams/Warren (2013: 567) found that psychological distance[3] plays a crucial role, be it "temporal (now vs. then), spatial (here vs. there), social (self vs. other), [or] hypothetical (real vs. imagined)".

[3] McGraw/Williams/Warren (2013: 567) argue that "psychological distance can play a critical role in shaping humorous responses to tragedy", but this statement can be applied to humorous responses in general.

Incongruity theory seems to be particularly relevant for the study of humorous X-phemistic metaphors because as pointed out by Dynel (2013: vii), it accounts for:

- "the *cognitive* […] processes underpinning the understanding of humour [my italics, A.T.]", but also for the cognitive processes underpinning the understanding of metaphors (as resorting to a metaphor implies processing the correspondences between a source domain and a target domain that seem irreconcilable at first);
- "[the] *pragmatic* processes underpinning the understanding of humour [my italics, A.T.]", but also for the pragmatic processes underpinning the understanding of X-phemisms (as resorting to an X-phemism implies choosing a term on the paradigmatic axis to mention a topic that should not be mentioned in the first place because it is tabooed; X-phemisms become humorous when they are incongruous in a given situation).

Incongruity is present in metaphor in various degrees because of the different natures of the source and the target domains, even if metaphorisation creates analogies between them, as argued by Dynel (2009b: 31):

> The central humorous capacity [of metaphors] resides, however, in the incongruity between the topic and the vehicle and their attributes, which are, nevertheless, somehow compatible (congruous), even if this may be difficult to observe initially.

The various reasons why incongruity in metaphors can lead to a humorous interpretation are thoroughly detailed in Dynel (2009a): diaphoricity, incongruity between the domains/concepts, unprototypical vehicles, unavailability of the ground, multiple interpretations and 'wrong' prioritisation of features, exhaustive attribution of the features, or humorous incongruity within the vignette of the vehicle.

This entails that metaphors are only interpreted as humorous in specific contexts, even though they always rely on two domains that are, to a certain extent, incongruous. Two elements that seem to strongly contribute to guiding the viewers to a humorous interpretation are creativity and the presence of an inappropriate source or target domain. Indeed, creative metaphors tend to be more humorous because they rely on an incongruous association of a source domain and a target domain, which is not the case of lexicalised metaphors (Dynel 2009a), or when the correspondences between the source and the target

domains are unusual or incongruous (Terry 2019). Dynel (2009a: 30–35) argues that humorous metaphors also often rely on taboo or inappropriate source domains, and the nature of the target domain may also play a significant part (Terry 2019). I will try to show that under certain conditions, the choice to resort to different modes might also contribute to the creation of a form of inconsistency, incongruity or absurdity that participates in the humorous process.

Finally, Forceville (2016: 22) claims that visual metaphors (and I would argue all metaphors) are particularly salient when the source domain is non-diegetic (i.e. not part of the story) and that metaphors with non-diegetic source domains even tend to be 'obtrusive'. Non-diegetic source domains are indeed particularly salient – because they highlight some characteristics of the taboo – and as a consequence, if this source domain is used to hide a taboo reference, viewers "must go past the absurd foregrounded euphemisms to understand the backgrounded dysphemisms that lie underneath" (Veale 2008: 73) and resolve the incongruity. In the occurrences analysed in part 2, however, the resolution is rather effortless for the viewers because the metaphors rely on several modes.

3. Analysis of a few occurrences of multimodal metaphors in *How I Met your Mother*

3.1 Presentation of the corpus

How I Met your Mother (CBS, 2005-2014, henceforth *HIMYM*) is an American sitcom composed of 9 seasons and 208 twenty-minute episodes in which a character-narrator, Future Ted, retrospectively tells his two children the story of how he met their mother. Studies have been conducted on *HIMYM* as regards its linguistic creativity (Sams 2016; Terry 2019, 2021b) and its narrative creativity (Cornillon 2006; Favard 2014; Terry 2021a), but it seems that no attention has been paid to multimodal tropes in the TV series. It has been highlighted that Future Ted is a very unreliable narrator: he constantly distorts the truth for different reasons, supposedly because he cannot remember the unfolding of events properly or because he seeks to hide details from his children, ultimately to confuse the viewers and to create humour.

The occurrences analysed in this part are five representative examples that were selected from the corpus through a thorough viewing of the episodes. The occurrences had to be instances of multimodal tropes related to taboo topics,

and a minimum of one occurrence was selected for the combination of the verbal mode (spoken language) and at least one of the following: the visual mode, written language, music and sound.

3.2 Combination of the verbal mode and the visual mode (*HIMYM* 8x13)

The first occurrence is a combination of the verbal mode and the visual mode (*HIMYM 8x13*). The metaphor is firstly established *in praesentia*, predominantly in the verbal mode in this excerpt:

(1) FUTURE TED (narrator): Kids, in late 2012, I received a very important text message. Uncle Barney and Aunt Robin were engaged, marking a truly happy time for our little group. The problem was one of us was definitely not happy. (*crying*)
LILY: Marvin will not stop crying.
TED: What do you guys think it is? Is he hungry?
LILY: Well, that must be it. Huh! Thank you for thinking of that, Ted. And here we were just watering him and facing him towards the sunlight. Sorry, I haven't slept in... January.
MARSHALL: Food going in isn't the problem, it's ***what's coming out***, or not coming out. He hasn't ***pooped*** in three days.
LILY: Yeah, normally I wouldn't wish one of his ***dirty diapers*** on my worst enemy, but now I kind of miss popping the hood in the morning and finding ***that first big juicy, black...***
MARSHALL: Lily, I'm eating chili. I'm eating chili, Lily.
LILY: ***Confetti***. ***Big blast of confetti***. Normally, the kid's ***a confetti machine***. He's ***Rip Taylor in a diaper***.
MARSHALL: I have a feeling at this point, Rip Taylor is Rip Taylor in a diaper. And with that image, dinner is done.
[…]

In this occurrence, the target domain is FAECES while the source domain is CONFETTI, an unusual association. Faeces, like all bodily effluvia, are tabooed; they are often thought of as repulsive, as pointed out by Allan/Burridge (1991: 52): "Intuitively we seem to find nearly all the bodily effluvia of anyone, especially any nonintimate, revolting to all our senses." Therefore, it tends to be mentioned euphemistically. The metaphor does not occur right away in the conversation as *poop* is firstly used as an orthophemism for children's faeces used among a group of friends; when it does, the source domain (CONFETTI) is firstly used because the target domain (FAECES) visually resembles the dish that

Marshall is eating ("I'm eating chili, Lily"). Thanks to the metaphor, Lily strips the taboo from its negative overtones and hides the visual aspect of faeces to protect Marshall's negative face and to avoid the verbal dysphemism ("that first big juicy, black..."). Later in the episode, as Marshall is changing baby Marvin, the same metaphor is re-used in a different mode:

Fig. 1: FAECES conceptualised as CONFETTI (*HIMYM* 8x13)

(2) MARSHALL: All right, let's see ***what's in this dipey***. Nothing. Absolutely nothing. Hey. Are you finally giving Daddy a smile? Oh! Oh, God!
(***Confetti***)
FUTURE TED (narrator): ***And, no, it wasn't confetti***.
MARSHALL: Oh! Oh, God! Please'
LILY: ***Holy confetti***.

The visual metaphor is a means to avoid the visual dysphemism that would be utterly disgusting to the viewers, whose negative face is thereby protected. Euphemisation is efficient as the correspondences are difficult to retrieve – so difficult to retrieve that we might wonder if this is indeed a metaphor in which one domain is construed in terms of another or a simple substitution; among the possible correlations that could be established between the two domains is the difficulty to clean up. Nevertheless, if the purely verbal occurrence (1) might very well be a simple substitution (a very positive one), the multimodal occurrence (2) is both metaphorical and metonymical, in addition to avoiding

the use of an offensive image. Firstly, it can be argued that it is metaphorical as confetti evoke a celebration – is this case, the event that is much anticipated by the parents, Marvin's bowel movement. Secondly, in the visual mode, the source domain is represented by confetti and the target tabooed domain is represented metonymically through a superimposition of the image-schema EFFECT FOR CAUSE (Marshall's disgust for Marvin's action), and FACIAL EXPRESSION FOR EMOTION (Marshall's face for Marshall's disgust). The metaphtonymy is represented in figure 2.

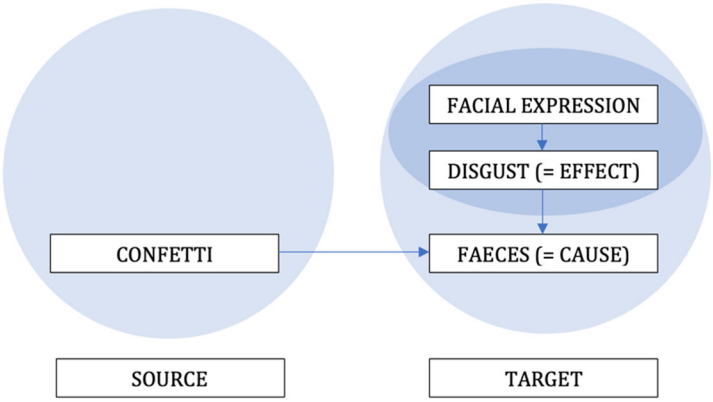

Fig. 2: Conceptual metaphtonymy: Faeces conceptualised as confetti

One factor that may explain the humorousness of the metaphtonymy is its creativity: the two domains are not usually associated, so there is a strong discrepancy between them and it leads to a form of incongruity – even absurdity – that is extremely salient for the viewers, although easily resolvable. Indeed, they do not need Future Ted's clarification ("and no, it wasn't confetti") to understand the metaphtonymy, all the more so as the correspondences were explained earlier in the episode in the verbal mode (1). However, the humorous potential of the metaphtonymy increases in (2) because the visual representation of the confetti is much more unexpected than the incongruous association of two distant domains. Although resolvable, incongruity cannot be completely evacuated. The viewers are conscious of the fact that contrary to what occurred in (1), the substitution only occurs at the level of the viewers, not at the level of the characters. Since there in no threat made to the viewer' face, the metaphtonymy can be interpreted as humorous.

Finally, *holy confetti* is a pun based on the distortion of the dysphemistic set phrase *holy crap/shit*, which are swear words based on blasphemy (with the use of *holy* coupled with the use of dysphemistic *crap* or *shit*). However, *holy confetti*

is a euphemistic dysphemism: the locution/image itself is rather euphemistic but the illocutionary force is dysphemistic (Allan/Burridge 2006: 39) as the very act of swearing and the blasphemy confer a dysphemistic dimension to the utterance. Nevertheless, neither the other characters nor the viewers are shocked by the utterance, which can be interpreted as humorous as well, because they understand the reference. *Confetti* undergoes the same process as dysphemistic *crap* and *shit*; it becomes contaminated by the taboo and acquires the potential to become a swear word in context.

3.3 Combination of the verbal mode, the sound mode and the visual mode (*HIMYM 6x24*)

The second occurrence is a linguistic realisation of the conceptual metaphor A PERSON IS AN ANIMAL in which a sick person is conceptualised as a dinosaur (*HIMYM 6x24*). It also draws on the taboo domain DISEASE and is a combination of the verbal mode and sounds. DISEASE is a particularly dysphemistic domain because it is at the crossroads of three taboo conceptual domains: the most tabooed diseases are those which are or might be fatal, such as cancer, because they are very close to the domain of DEATH; sexually transmitted infections are also very tabooed because they are linked to the domain of SEX; and finally, those diseases which are neither fatal nor sexually transmitted are usually tabooed because of the close links they have to bodily fluids, such as gastroenteritis or food poisoning. In *HIMYM 6x24*, Lily believes she got food poisoning from eating soup and wants to prevent Marshall (her husband) from eating the leftovers, but she is unsuccessful because Marshall has already eaten his third bowl by the time she gets to the apartment:

(3) MARSHALL *(off-voice, trying to comfort Lily without being **disgusted**)*: But when Lily gets going, she sounds ***like a velociraptor from Jurassic Park***. *(Lily starts vomiting over the toilet bowl, **growling like a velociraptor**)* But then I realized... a man can do a lot of living in three hours.
[…]
BARNEY: I wonder ***what end it's coming out of Lily right now***.
ROBIN: I bet it's her tushie.
BARNEY: I bet it's both. (***gestures and makes sounds, mimicking someone exploding***).
[…]
LILY: (***velociraptor growls, vomiting in a bucket***)

> MARSHALL: I know it's risky to go, but this is the best environmental law firm in New York, my dream job.
> LILY: (***velociraptor sounds, vomiting in a bucket***)
> MARSHALL: It's a great idea babe, I'll ask them.
> […]
> LILY: I couldn't hear it 'cause I was in the bathroom... ***blowing my nose. I have the sniffles***.
> TED (*on the answering machine*): Hey, Lily, hope you're feeling better. Marshall told us ***you're exploding from both ends like a busted fire hydrant***.
> LILY: Damn it, Marshall. (*runs to the bathroom; we can* ***hear velociraptor growls***). ***Atchou***!

The correspondences that are established between the two domains can be retrieved. Although the correlation between vomiting sounds and growling is the most salient, other correspondences are being projected, although not as easily: the sick person is disgusting while the velociraptor is repulsive, a sick person can be contagious while a velociraptor is dangerous, etc. There is a superimposition of three different modes:

- the verbal mode (both the source and the target); "food poisoning" belongs to the target domain, while "a velociraptor from Jurassic Park" belongs to the source domain; note that the presence of "sounds like" points to the fact that the occurrence is actually a metaphorical comparison, and not a metaphor; in the excerpts in (3), the target domain is always referred to figuratively in the mode of spoken language.
- the visual mode (the target domain); Lily vomiting over the toilets or in the bucket is a visual representation of the target domain PERSON;
- the sound mode (the source domain); velociraptor sounds are a sound representation of the target domain ANIMAL, and more specifically here, of a velociraptor.

The occurrence can be analysed as a dysphemistic euphemism: the sound itself is rather dysphemistic but the illocutionary force is not dysphemistic because the aim is not to sicken the viewers, but rather to generate humour. Three elements can help us account for the dysphemistic nature of the occurrence: firstly, there is a hyperbolisation of the sound, which reinforces the dysphemistic traits; on the contrary, euphemisms seek to minimise and soften the most repulsive traits of the taboo. Hyperbolisation seems to be the main motivation in this occurrence, as it aims at representing Marshall's exacerbated repugnance.

The velociraptor sounds stand for what he pretends to perceive when telling the story; they only appear after he declares "she sounds like a velociraptor from Jurassic Park". Secondly, there is a synecdochic relationship (PART-FOR-WHOLE = sound of a person vomiting for a person being sick). Synecdoches tend to be resorted to in order to create dysphemisms rather than euphemisms (Allan/ Burridge 1991, 2006; Terry 2019). Thirdly, Marshall displays an overly exaggerated repulsed face (and so do Barney and Robin later on), which represents the feeling of disgust and vicarious nausea that one may feel when faced with such a situation; this is another realisation of the FACIAL EXPRESSIONS FOR EMOTION metonymy (Kövecses 2000: 134), mentioned by Coëgnarts (2019: 308).

Humour emerges in this semi-lexicalised metaphor because the association of a sick person and a velociraptor is novel, even if the broader conceptual metaphor it stems from, A PERSON IS AN ANIMAL, is not, but it also rises from the discrepancy between two modes since the metaphor is not particularly humorous until the viewers actually hear the velociraptor sound, which comes as a surprise. They know that the narrator is not reliable and that Lily cannot actually sound exactly like a velociraptor at the characters' level and they analyse this incongruity as humorous at viewers' level because their faces are not threatened. Humour also rises from the fact that Lily tries to euphemise her sickness, stating that she has to "blow her nose", once the real cause of her illness is already common knowledge among her friends.

3.4 Combination of the verbal mode and the music mode (*HIMYM 5x06*)

The third occurrence is a combination of the verbal mode and music/sound that can be found in *HIMYM 5x06*.

(4) TED (narrator): In the fall of 2009, a new couple had moved in upstairs. We hadn't met them yet, but we could hear them all the time. They were always... Well, kids, let's just say they were always ***playing the bagpipes***.
Bagpipes start playing.
ROBIN: Okay, this is ridiculous. I can't believe those two are still ***bagpiping***.
TED: I know. It's been six hours. Must be that ***Tantric bagpiping*** that Sting is into.

> ROBIN: She keeps yelling out for him to ***play the bagpipes harder***, but it sounds like ***he's bagpiping her pretty hard***. There's a glass of water in my bedroom that's vibrating like Jurassic Park.
> TED: You have neighbors! Shut the ***bagpipes*** up!

In this excerpt, *play the bagpipes* and *bagpipes* unmistakably replaces the F-word. The metaphor is *in absentia* because there is no explicit mention of the target domain (SEX) in any mode, but it is nevertheless easily identifiable. This might be due to two reasons: firstly, the metaphor is semi-lexicalised. The supra-conceptual metaphor SEX IS A GAME is one of the most productive conceptual metaphors for SEX in English and includes occurrences of one sexual partner being conceptualised as a music instrument being played by the other (Crespo Fernández 2008; Terry 2019). As a consequence, it is easier to retrieve the target domain because the two domains are already associated, even though the use of the specific instrument *bagpipe* is creative and leaning on absurdity. Secondly, in the visual mode, the target tabooed domain is represented indirectly or metonymically through a superimposition of the image-schema EFFECT-FOR-CAUSE (Ted and Robin's irritation at the noise) and the metonymy FACIAL EXPRESSION FOR EMOTION. Their reaction reflects the experiential correlation that can be perceived between hearing one's neighbours play a musical instrument and hearing one's neighbour engage in sexual intercourse – the correlation being that both can be perceived as excessive noise for neighbours.

The aim of the substitution is supposedly for Ted's children not to be shocked. Ted sanitises his stories throughout the show because it would not be considered as "good parenting" to do otherwise. More specifically, the bagpipe is used to protect their negative face, "the basic claim to territories, personal preserves, rights to non-distraction – i.e. to freedom of action and freedom from imposition" (Brown/Levinson 1978: 61). Ted's children are a mirror for the viewers, whose negative faces are also protected. The substitution also allows the creators and directors to protect their positive face (positive face: "the positive consistent self-image or 'personality' (crucially including the desire that this self-image be appreciated and approved of) claimed by interactants)", as defined by Brown/Levinson (1978: 61). The occurrence could be analysed as a euphemistic dysphemism since the music we can hear from the bagpipes is euphemistic, but there is clearly no intention of sparing the viewers ("he's bagpiping her pretty hard"). Euphemistic dysphemisms tend to be used for

humorous purposes, and the humorous dimension is reinforced by multimodality because the bagpipe sounds occur *after* the metaphor is established in the verbal mode ("let's just say they were always playing the bagpipes") but are still unexpected and draw attention to the blatant lie.

Additionally, the analysis that was conducted on "holy confetti" could be applied to "shut the bagpipes up", which is also a euphemistic dysphemism since the very act of swearing confers a dysphemistic dimension to the utterance, even though the aim is once again humorous.

3.5 Combination of the verbal mode (oral and written), the visual mode and the music mode (*HIMYM 2x06*)

The fourth occurrence can be analysed as both an extended linguistic metaphor stemming from the conceptual metaphor SEDUCTION IS HUNTING (in this case, hunting on a safari) or as an elaboration of the lexicalised metaphorical expression *a cougar* which designates an older woman having relations with younger men (*HIMYM 2x06*). It relies on a combination of four different modes: the verbal mode (both oral and written language), the visual mode and the music mode.

> (5) BARNEY: Okay, let's take a look. Oh, yeah, that's a ***cougar*** all right. A prime ***specimen***. See, you can identify a ***cougar*** by a few key characteristics. Start with the hair. The cougar keeps up with current hairstyles as a form of ***camouflage***. The ***prey*** may not realize that he's engaged with a ***cougar*** until he's already being ***dragged, helpless, back to her lair***. Now, the ***blouse***. The cougar displays ***maximum cleavage possible*** to ***captivate her prey***. If you're watching them bounce, she's about to ***pounce***. See the ***claws? Long and sharp, to ward off rival females***… Or open ***alimony checks***. Yeah, this one's a beauty. Okay, let the ***hunt*** begin.

The target domain, which includes the woman to be seduced, is represented in the verbal (with pronoun *she* or with *alimony checks*) and visual domains (there are close shots on the woman Barney is talking about), while the source domain is represented in the verbal mode (both orally with Barney's speech and the mention of *specimen*, *prey*, *lair*, *claws*, etc. and visually as some of the words belonging to the source domain are in capital letters at the bottom of the screen: *THE HAIR*, *THE BLOUSE*, *THE CLAWS*, see figure 3), visual mode (Barney

hiding behind the potted plant as a predator lurking behind a bush, see figure 4) and music mode (the music in the background resembles one that could be heard in a wildlife documentary and therefore belongs to the source domain).

Fig. 3: The claws (*HIMYM 2x06*)

Fig. 4: Barney and Marshall hiding behind the potted plants (*HIMYM 2x06*)

The correspondences are explicit in this occurrence: the woman is a cougar, the nails are the claws, taking care of your physical appearance is camouflage, a home is a lair, other women are rival females, seduction is hunting, and so on. Interestingly, younger men are conceptualised as both prey and hunters, which highlights the reciprocity in seduction. This example differs from the previous ones in several respects. Firstly, it relies on a semi-lexicalised metaphor in which the correspondences are much more precisely established and elaborated. Not

only are they identifiable, but they are also explicitly expressed. Secondly, as it is a semi-lexicalised metaphor, the association of the two domains is not incongruous, so the source of humour has to be found elsewhere. The fact that the metaphor should be extended contributes to making it salient, especially as it is extended in four different modes, which is rather unusual: spoken language, written language, music and the visual mode. This is the incongruous element which becomes salient and which, associated with a "playful frame of mind" (Dynel 2009a: 28), can lead to a humorous interpretation.

This is also a dysphemistic metaphor that conceptualises seduction and sexual relations as relying on violence and highlights the sexist, problematic behaviour that Barney displays throughout the sitcom by dehumanising women. This scene was probably meant to be interpreted as a dysphemistic euphemism in 2006, when it was broadcast, but it seems safe to assume that 2024 viewers are less likely to react positively to the humorous intent. The Internet swarms with articles and comments that adopt a retrospective point of view and users rightfully condemn Barney's problematic, toxic behaviour, mostly towards women.[4] Characteristics such as gender and age play a preponderant part in determining whether the hypothetical distance outweighs the temporal distance (McGraw/Williams/Warren 2013: 567) and each individual might feel that their face is more or less threatened.

3.6 Combination of the verbal mode and the visual mode and repetition (*HIMYM 3x05*)

The last occurrence I will analyse mostly is a recurring conceptualisation of the action of smoking weed as eating a sandwich. It can be found in at least 14 episodes[5] throughout the sitcom, in more or less obvious forms. The metaphor is explained once in *HIMYM 3x05*, the episode in which the source domain EATING replaces the target domain SMOKING in the verbal mode:

[4] See for example https://screenrant.com/himym-barney-stinson-quotes-havent-aged-well/.

[5] https://how-i-met-your-mother.fandom.com/wiki/Eating_a_Sandwich.

(6) FUTURE TED (narrator): Kids, to understand this story you need to know that your Uncle Marshall was doing something that lots of college kids do. How do I say this? He was... uh, let's say '***eating a sandwich***'.

More specifically, in the visual mode, the sandwich replaces the joint and the target domain is metonymically represented by Marshall, who snorts with laughter and is blatantly under the influence of marijuana; this is a visual representation of the EFFECT-FOR-CAUSE metonymy (figure 5). This metaphor relies on experiential correlation between the domains of EATING and SMOKING, as they both involve carrying something to one's mouth with one's hand. The shape of the sandwich and the gestures used while eating it are evidently imported from the domain of SMOKING. There might also be some underlying metonymic motivation as the consumption of marijuana is known to promote the release of a hormone that stimulates hunger. The correspondences are quite easily identifiable: the joint is a sandwich, puffing is chewing, etc. In some respect, this occurrence is similar to the example analysed in 2.4 as the substitution is also a pretext for Ted's children not to be shocked but is actually a euphemistic dysphemism as there is no intention of sparing the viewers.

Fig. 5: Marshall "eating a sandwich" (*HIMYM 3x05*)

In another scene taken from the same episode, the metaphor is extended verbally, which contributes to the humorous dimension, notably with the distortion of the set phrase "puff puff pass" into "chew chew chew swallow", chanted by the characters while Lily is smoking (figure 6).

Fig. 6: Lily "eating a sandwich" (*HIMYM 3x05*)

As in the majority of the occurrences analysed previously, humorousness in this episode partly relies on the novelty of the association of the two domains, which may be surprising to the viewers, and on the fact that saliency is reinforced by the multimodal representation of the source domain. However, the humorous dimension is strengthened by the recurrence of the metaphor throughout the series. In the episodes that follow this first mention (see Figure 7), the source domain is very often only visually represented by a sandwich, while the target domain is always represented metonymically, either through the EFFECT-FOR-CAUSE metonymy (which represents the characters under the influence of marijuana or through smoke in the room) or through a plastic bag that contains the sandwich. *Sandwiches* is substituted for *marinated steak subs* in one episode; the fact that it should start with the same phonemic sequence as *marijuana* (/'mærɪ/) also participates in the humorous process.

Fig. 7: "Eating a sandwich" in different episodes

These recurring allusions to *HIMYM 3x05* throughout the series are rewarding for faithful viewers, who recognise the metaphor for what it is and enjoy the humorous effect of the repetition, all the more so as the sandwiches appear quite unexpectedly on the screen. The small variations (in the size of the sandwich, for example) also contribute to adding surprising elements and maintaining the humorous effect while minimising the weariness that may emerge by force of habit.

4. Conclusions

Metaphors for taboo domains are prototypically resorted to X-phemistically in order to protect one's face. In *HIMYM* they partly fulfil this role, as some of them are supposedly used to avoid shocking Ted's children at character's level. However, in the occurrences mentioned in this paper, the multimodal metaphors are first and foremost used for humorous purposes. Forceville (2016: 26–28) argues that the genre of the film (or TV series) should be taken into account to analyse metaphors in films because "metaphors 'behave' to some extent differently in different discourse genres", and the fact that the occurrences of multimodal metaphors I analysed should occur in a sitcom indicates that the context is playful and makes humorous interpretation

possible. Humour is also achieved through a combination of several mechanisms among the following.

Firstly, the tabooed target domain is often represented metonymically with FACIAL EXPRESSION FOR EMOTION or EFFECT-FOR-CAUSE to hide its most offensive or repulsive features so that the context may be identified as safe and playful. Secondly, there systematically is a form of incongruity between the source domain and the target domain, although this characteristic is more readily found in creative metaphors, in which the association of the source and the target is more unexpected to the viewers than in semi-lexicalised metaphors. Thirdly, multimodality participates in the humorous process insofar as it contributes to increasing the saliency of the metaphor. The role of the representation of the source domain in a non-verbal mode tends to exceed the role generally fulfilled by metaphors to construct one domain in terms of another: the non-verbal representation of the source domain comes in addition to the verbal mode but does not add new elements (except maybe in the last example). Additionally, it is only available at the level of the viewers, not at the level of the characters: the characters do not see the confetti and the sandwiches, or hear the bagpipes, the wildlife documentary music and the velociraptor growls. Therefore, the representation of the source domain in a non-verbal mode entails unexpectedness and sometimes even induces absurdity. Fourthly, the extension and/or repetition of the metaphor in one or several episodes can also participate in the humorous dimension, especially when it is coupled with variation (in the mode, in details such as for the visual representation of sandwiches, etc.).

Not all elements need to be present. For example, a relative lack of creativity in the association between the domains can be compensated by an accumulation of different modes (see 2.5). The analyses I conducted allowed me to explain how multimodality can participate in the humorous process in the X-phemistic metaphors in *HIMYM*, but analyses should be conducted on other corpora as those constitute isolated examples.

5. References

Allan, Keith/Burridge, Kate (1991): *Euphemism & Dysphemism: Language Used as Shield and Weapon*, New York: Oxford University Press.

Allan, Keith/Burridge, Kate (2006): *Forbidden Words: Taboo and the Censoring of Language*, Cambridge: Cambridge University Press.

Bordet, Lucile (2021): "Humour, création lexicale et créativité linguistique comme stratégies de caractérisation des personnages de fiction : le cas de Barney Stinson dans *How I Met Your Mother*", in: *Lexis* 17, http://journals.openedition.org/lexis/5303 (08.09.2022).

Calvo, Juan José (2005): "Sexual euphemisms in the history of the English language", in: Santaemilia, José (ed.) (2005): *The Language of Sex: Saying and not Saying*, Valencia: Universitat De València, 63–74.

Coëgnarts, Maarten (2019): "Analyzing metaphor in film: Some conceptual challenges", in: Navarro i Ferrando, Ignasi (ed.): *Current approaches to metaphor analysis in discourse*, Berlin: De Gruyter, 295–320.

Coëgnarts, Maarten/Kravanja, Peter (2012): "From thought to modality: A theoretical framework for analysing structural-conceptual metaphor and image metaphor in film", in: *Image [&] Narrative* 13, 1, 96–113.

Cornillon, Claire (2006): "*How I Met your Mother*, ou la fonction du récit", in: *Télévisions* 2006/1, 7, 163–172.

Crespo Fernández, Eliecer (2006): "The language of death: euphemism and conceptual metaphorization in Victorian obituaries", *SKY Journal of Linguistics* 19, 3, 101–130.

Crespo Fernández, Eliecer (2008): "Sex-related euphemism and dysphemism: an analysis in terms of conceptual metaphor theory", in: *Atlantis, Journal of the Spanish Association of Anglo-American Studies* 30, 2, 95–110.

Dynel, Marta (2009a): "Creative metaphor is a birthday cake: Metaphor as the source of humour", in: *metaphorik.de* 17, 27–48.

Dynel, Marta (2009b): *Humorous Garden Paths: A Pragmatic-Cognitive Study*, Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.

Dynel, Marta (2013): "A View on Humour Theory", in: Dynel, Marta (ed.): *Developments in Linguistics Humour Theory*, Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins, 7–14.

Favard, Florian (2014): "The yellow umbrella syndrome: pledging and delaying narrative closure in *How I Met your Mother*", in: *GRAAT on-line* 15, https://www.graat.fr/2favard.pdf (08.09.2022).

Forceville, Charles (2016): "Visual and Multimodal Metaphor in Film: Charting the Field", in: Fahlenbrach, Kathrin (ed.): *Embodied metaphors in film, television, and video games*, London: Routledge, 17–32.

Forceville, Charles (2019): "Developments in multimodal metaphor studies: A response to Górska, Coëgnarts, Porto & Romano, and Muelas-Gil", in: Navarro i Ferrando, Ignasi (ed.): *Current approaches to metaphor analysis in discourse*, Berlin: De Gruyter, 367–378.

Goossens, Louis (2002 [1995]): "Metaphtonymy: The interaction of metaphor and metonymy in expressions for linguistic action", in: *Metaphor and metonymy in comparison and contrast* 20, 323–340.

Kövecses, Zoltán (2000): *Metaphor and emotion: Language, culture, and body in human feeling,* Cambridge: Cambridge University Press.

Kövecses, Zoltán (2002): *Metaphor. A Practical Introduction*, Oxford/New York: Oxford University Press.

McGraw, A. Peter/Warren, Caleb (2010): "Benign Violations: Making Immoral Behavior Funny", in: *Psychological Science* 21, 8, 1141–1149.

McGraw, A. Peter/Williams, Lawrence E./Warren, Caleb (2013): "The Rise and Fall of Humor: Psychological Distance Modulates Humorous Responses to Tragedy", in: *Social Psychological and Personality Science* 2014/5, 566–572.

Sams, Jessie (2016): "Word-formation in *HIMYM*", in: Beers Fägersten, Kristy (ed.): *Watching TV with a Linguist*, Syracuse, NY: Syracuse University Press, 161–180.

Suls, Jerry M. (1972): "A two-stage model for the appreciation of jokes and cartoons: An information-processing analysis", in: *The psychology of humor: Theoretical perspectives and empirical issues*, *1*, 81–100.

Terry, Adeline (2019): *L'expression métaphorique des tabous : entre euphémisme et dysphémisme. Étude linguistique d'un corpus de séries télévisées américaines*, unpublished PhD dissertation, University of Lyon, http://www.theses.fr/2019LYSE3024 (08.09.2022).

Terry, Adeline (2020): "Metaphtonymies We Die by: the Influence of the Interactions between Metaphor and Metonymy on Semantic Change in X-phemistic Conceptualisations of Death", in: *Lexis* 16, http://journals.openedition.org/lexis/4558 (08.09.2022).

Terry, Adeline (2021a): "'Kids, you may be wondering how many of these stories I'm telling you are true. It's a fair question.' – The birth of humour through the rebirth of the narrative in *How I Met your Mother* (CBS, 2005-2014)", in: *Études de stylistique anglaise* 16, http://journals.openedition.org/esa/4651 (08.09.2022).

Terry, Adeline (2021b): "Questioning the purpose and success of occasionalisms as a source of humour in *How I Met your Mother*", in: *Lexis* 17, http://journals.openedition.org/lexis/5399 (08.09.2022).

6. Corpus

How I Met your Mother: The Complete Series. 2005-2014. Created by Craig Thomas and Carter Bays. CBS. DVD.

7. Sources

https://how-i-met-your-mother.fandom.com/wiki/Eating_a_Sandwich (08.09.2022).

https://screenrant.com/himym-barney-stinson-quotes-havent-aged-well/ (08.09.2022).

Die Metapher als Scharnierelement zwischen den semiotischen Systemen, dargestellt am Beispiel der barocken Gleichnisarie in Antonio Vivaldis frühem Opernschaffen

Marco Agnetta, Leopold-Franzens-Universität Innsbruck
(Marco.Agnetta@uibk.ac.at)

Abstract

Die Metapher stellt in der polysemiotischen (bzw. multimodalen) Kommunikation häufig ein zentrales, die verschiedenen Ausdrucksformen verbindendes Element dar. Dies gilt nicht nur für aktuelle polysemiotische Kommunikate (wie z.B. Werbeclips), sondern auch für ältere Kommunikatsorten. In der vorliegenden Studie wird die Gleichnisarie als eine Form der Arienkomposition innerhalb der Opernpraxis des frühen 18. Jahrhunderts näher betrachtet. Hier wird die Funktion der Metapher als 'Scharnierelement' zwischen Sprache und Vertonung sehr deutlich. Ausgangspunkt der Untersuchung bildet Antonio Vivaldis erste Oper *Ottone in villa* (1713, RV 729), basierend auf einem Libretto von Domenico Lalli.

In polysemiotic (or multimodal) communication, metaphor is often a central element that connects the various forms of expression. This is true not only for current polysemiotic artifacts (such as commercials), but also for older polysemiotic genres. This study takes a closer look at the simile aria as a form of aria composition within the operatic practice of the early 18th century. Here the function of metaphor as a 'hinge element' between language and musical setting becomes very clear. The starting point of the investigation is Antonio Vivaldi's first opera *Ottone in villa* (1713, RV 729), based on a libretto by Domenico Lalli.

1. Zur Einführung

Die Metapher wird von der kognitiven Theorie als ein unabdingbares Instrument der Erkenntnis und Welterfahrung konzeptualisiert. Metaphorische Netze strukturieren demnach mehr oder weniger offensichtlich unser aller Denken, Fühlen und Handeln. In einem primär als effizient betrachteten und linear sich entfaltenden Kommunikationsinstrument wie der Sprache bringen sprachliche Bilder, insbesondere die noch nicht lexikalisierten, non-lineare und vom Rezipienten mental zu ergänzende Bildgestalten (mit Vorder- und Hintergrund, Fokus, Allusionen und Implikaturen etc.) ein und stellen sich auf diese Weise als primäre Strategie zur effektiven Kondensierung von Information dar. Diese wird in allen kommunikativen Bereichen, von der fachlichen über die alltägliche bis hin zur ästhetischen Kommunikation, fruchtbar gemacht.

Was Produzent und Rezipient bei rein sprachvermitteltem Metapherngebrauch und Metaphernverstehen automatisch vollziehen, nämlich die Ergänzung des

angesprochenen Sachverhalts zu einer ganzheitlichen bildhaften mentalen Repräsentation, zeitigt in der polysemiotischen Kommunikation, in der das Sprachbild um konkrete, 'materielle Bilder' erweitert, ergänzt, dieses durch jene bestätigt oder ihr widersprochen werden kann, zahlreiche komplexe Manifestationsformen. Metaphern sind also gerade nicht nur Teil unseres sprachlichen Verhaltens, sondern bestimmen auch die Kommunikation mittels anderer, nonverbaler Ausdruckformen. Mehr noch: In solchen polysemiotischen (oder multimodalen) Kontexten scheint die Metapher eines der herausragendsten Mittel zur Verbindung heterosemiotischer Elemente in einem Kommunikat darzustellen. Mit Verweis auf Gadamer kommt auch Schmitz (2003: 618) zum Ergebnis: „In der letzten Endes gemeinsamen, wenn auch unterschiedlich realisierten, Fähigkeit zur Metapher liegt die geistige Verbindung zwischen Sprache und Bild". Das Sprachbild vermag z.B. in einem Werbekommunikat bzw. in einer ganzen Werbekampagne Brücken zwischen Text und Bild zu schlagen. Eine (konzeptuelle) Metapher kann den gestalterischen Fokus darstellen, auf den sämtliche Aussagen und Darstellungen eines polysemiotischen Kommunikats (bzw. eines Kommunikatteils) hin ausgerichtet sind.[1] Auch andere Ausdrucksformen wie die Musik und jede Form von Inszenierung können auf dieser Beziehung zwischen Verbalem und (implizit) Piktorialem aufbauen. Damit stellt sich nicht nur für Texte, sondern auch für semiotisch komplexere Kommunikate die Metapher als eine nicht zu unterschätzende produktive Keimzelle heraus.

Nun wird die verbindende Funktion der Metapher keineswegs nur in zeitgenössischen Kommunikationspraxen manifest, obwohl in heutiger Zeit multimodale bzw. polysemiotische Kommunikationsformen in einer veränderten Medienlandschaft natürlich ubiquitär und flächendeckend zugänglich sind. Auch in älteren polysemiotischen Kommunikatsorten wie dem Emblem, der Oper, dem Kunstlied etc. lässt sich beobachten, dass die Metapher ein primäres kohäsions- und kohärenzstiftendes Mittel zwischen den unterschiedlichen semiotischen Ausdrucksformen ist. Der vorliegende Beitrag möchte darlegen, inwiefern die Metapher als 'Scharnierelement' zwischen den Künsten bzw. – ein sehr konkretes Bild aufgreifend, das Holly (2009) mit Blick auf Text-Bild-

[1] In einem internationalen Werbespot zur Behandlung von (Männer-)Grippesymptomen nehmen z.B. Text, Bild und Musik allesamt auf die für manche unterhaltsame, für andere durchaus diskussionswürdige Metapher MÄNNER SIND KLEINKINDER Bezug (cf. Agnetta 2021).

Kombinationen geprägt hat – als Verbindungsstück oder Schiebekörper des Text-Musik(-Szene)-„Reißverschlusses" aufgefasst werden kann. Mit der barocken Gleichnisarie wird ein Repräsentant älterer kommunikativer Praxen aus dem ästhetischen Bereich auf die skizzierte Funktion der Metapher als Scharnierelement zwischen den involvierten semiotischen Ressourcen, nämlich Sprache, Musik und Szene, hin untersucht.

Als Ausgangspunkt für die folgenden Ausführungen dient *Ottone in villa* (1713, RV 729), die erste Oper von Antonio Vivaldi, der neben Georg Friedrich Händel u.a. einen der heute zweifelsohne bekanntesten Opernkomponisten der Hochzeit der Gleichnisarie darstellt. Die Textgrundlage stammt vom Librettisten Domenico Lalli. Die Wahl dieser Oper folgt keiner bestimmten Motivation, wenn nicht der, der Systematik eines größeren Forschungsvorhabens des Autors zum Stellenwert der Gleichnisarie im Schaffen Vivaldis dadurch zu dienen, dass die Opern des barocken Meisters chronologisch erschlossen werden.[2] Ohnehin können in einem Artikel üblichen Ausmaßes nicht alle Arien eine detaillierte Besprechung erfahren. Daher wurde im vorliegenden Beitrag folgendermaßen vorgegangen: In dem eher theoretisch aufgestellten Abschnitt 2 werden zur Veranschaulichung bestimmter Merkmale verschiedene Arien aus *Ottone in Villa* schlaglichtartig besprochen, während Abschnitt 3 detailliert auf zwei markante Beispiele eingeht.

Die Zitation der Textstellen orientiert sich an einem Originallibretto aus dem Jahr der Uraufführung der Oper.[3] Solche (Lese-)Libretti konnten vom Publikum vor der Vorstellung erworben und während der Opernaufführung im beleuchteten Saal mitgelesen werden. Die mit Blick auf die heutige Opernpraxis häufig geäußerte Kritik, ein gesungener Text könne selten akustisch vernommen und in der Folge auch nicht vollständig verstanden werden, ist in dieser Hinsicht zumindest zu hinterfragen. Viel eher als dem gesanglichen Vortrag ist eine Unverständlichkeit der Arie in jener Zeit der Unaufmerksamkeit des Publikums geschuldet, wo doch die Handlung auf der Bühne nur eines unter mehreren Unterhaltungsprogrammen im Opernsaal darstellte. Die Besprechung der

---

[2] Die nachfolgend gewährten Einblicke entstammen einem größer angelegten Projekt zur Erforschung der Gleichnisarie im Gesamtwerk Antonio Vivaldis, das von der finanziellen und ideellen Unterstützung des Deutschen Studienzentrums in Venedig zehrt.

[3] Cf. http://www.urfm.braidense.it/rd/03608.pdf (15.04.2023).

musikalischen Charakteristika der Arien in *Ottone in villa* folgt Vivaldis Originalmanuskript, das in der Nationalbibliothek in Turin (I-Tn Foà 37, fol 2-118) verwahrt wird, im Netz aber als Digitalisat zur Verfügung steht.[4] Der jeweils interessierende Passus wird durch die Aktnummer in römischer Ziffer und Szenenangabe in arabischer Zählung eindeutig ausgewiesen (I.1 = 1. Akt, Szene 1). Etwaige textliche Abweichungen in der Partitur (im Vergleich zum Leselibretto) werden in eckigen Klammern wiedergegeben. Eine Zusammenfassung der Opernhandlung findet man bei Strohm (2008a: 113-115).

2. Die Gleichnisarie im frühen Schaffen Antonio Vivaldis

Als Antonio Vivaldi sich als Opernkomponist hervortut, ist die Oper schon längst zu jenem „zentralen kulturellen Ereignis" (Schneider/Wiesend 2006: IX) avanciert, als das man sie bis heute feiert. Die italienische *opera seria*, mit der die Gleichnisarie – zwar nicht ausschließlich, aber doch unzertrennlich – verbunden ist, ist nicht nur in ihrem Heimatland (mit den Musikzentren Neapel, Rom und Venedig) sehr beliebt, sondern gleichsam ein Exportschlager im gesamten Europa des 18. Jahrhunderts (cf. Bauman 1998: 52).

Als polysemiotisches Gebilde bzw. als „faszinierende[r] Bastard" (Leopold 2006: VII) kombiniert die Oper bekanntermaßen Ausdrucksmittel, die unterschiedlichen semiotischen Systemen zugewiesen werden können. Im Falle der Oper sind das die Sprache, die Musik und alle Subsysteme, die hier, stark vereinfachend, zur Szene zusammengefasst werden, also Bühnenbild und -maschinerie, Cast, Kostüme, Requisiten, Beleuchtung usw. (cf. Fischer-Lichte 1983). In dieser (auch historisch-sozialwissenschaftlich hochinteressanten) Praxis ist nun das näher zu betrachtende Phänomen der Gleichnisarie zu verorten. Diese gilt es nachfolgend, primär aus der metaphorologischen und semiotischen Perspektive zu beleuchten.

Die Barockoper umfasst mehr oder weniger abgeschlossene Kommunikatanteile unterschiedlicher Faktur: *Sinfonie*, d.h. instrumentale Eröffnungsstücke, Solonummern, Duette, Ensembles, Chöre und – v.a. in den französischen *tragédies en musique* – auch Ballette. Die Gesangsstücke kategorisiert man für gewöhnlich, indem man sie Rezitativen oder Arien zuordnet, obwohl sich

[4] Cf. <https://vmirror.imslp.org/files/imglnks/usimg/c/c2/IMSLP564229-PMLP572127-Vivaldi_-_Ottone_in_Villa,_RV_729_-Foa_37-.pdf> (15.04.2023).

zwischen diesen zwei Polen auch ein breites Spektrum an Zwischenformen herausgebildet hat: *recitativi secchi* bzw. *accompagnati*, *ariosi*, strophische sowie durchkomponierte Lieder und groß angelegte Arien. Zuweilen findet man Szenenanlagen, in denen diese Versatzstücke, deren Charakter vom Komponisten bei der Vertonung festgelegt, vom Librettisten aber bereits durch die Wahl der Versmerkmale mehr oder minder verbindlich vorgegeben wird, ineinander übergehen oder einander in rascher Abfolge ablösen. In der Barockoper dominiert zu dieser Zeit die dreiteilige Da-Capo-Arie, die, oft als Abgangsstück einer Figur konzipiert, Kulminationspunkt einer jeden Opernszene darstellt. Als Antonio Vivaldi 1713 seinen *Ottone in Villa* für das Teatro delle Garzerie in Vicenza schreibt, ist die Praxis der Da-Capo- und im Speziellen auch die Gleichnisarienkomposition bereits verbreitete Konvention. Rund ein Drittel der in der Oper enthaltenen Arien rekurriert textlich auf den Vergleich mit konkreten Naturerscheinungen, mit deren Hilfe ein Zugang zur Gefühlswelt und Handlungsmotivation der jeweiligen Figur gewährt wird (s. Tab. 1).

Arien insgesamt: 29
davon Gleichnisarien: 9

Szene	Incipit	Figur	Partikel etc.
I.1	Quanto m'alletta	Cleonilla	Nein
I.2	Sole degli occhi miei	Cleonilla	Nein
I.11	Gelosia, tu già rendi l'alma mia	Caio	Ja
II.1	Come l'onda	Ottone	Ja
II.5	Due tiranni ho nel mio cor	Tullia bzw. Ostilio	Nein
II.11	Io sembro appunto	Caio	Ja
II.12	Misero spirto mio	Tullia bzw. Ostilio	Nein
III.5	Che bel contento io sento	Tullia bzw. Ostilio	Ja
III.7	Grande è il contento	Caio/Coro	Nein

Tab. 1: Gleichnisarien in *Ottone in Villa* (Vivaldi/Lalli 1713, RV 729)

In der (partiellen) intersemiotischen Übersetzung, als die jede Vertonung betrachtet werden kann, ist ein Bezug auf konkrete (d.h. perzipierbare) Erscheinungen der Naturwelt ein willkommener Anknüpfungspunkt für die Ergänzung einer Textvorlage um musikalische, piktoriale, szenische Zeichen. Bekanntlich machen gerade Metaphern Abstraktes durch einen Verweis auf einen konkreten bzw. bereits erfahrenen Sachverhalt 'greifbar'. Wissenschaftliche Theorien, abstrakte Gedanken, die individuelle Gefühlswelt, die in verschiedenem Maße als elusive Größen gelten, können mittels bildlicher Sprache angesprochen und vermittelt werden. In der Barockoper wird diesem Potenzial der bildlichen Rede, wie im vorliegenden Beitrag deutlich werden wird, eine

zentrale Rolle zuteil. Das Gros der mir bekannten Operngeschichten kommt bei Werkanalysen allerdings nur peripher auf die Rolle der Sprachbilder für die Vertonung von Libretti zu sprechen.

Die deutsche Bezeichnung *Gleichnisarie* (engl. *simile aria*) mag aus metaphorologischer Sicht nicht ganz genau anmuten, können doch in einem solchen Gesangsstück ganz unterschiedliche Formen der bildhaften Rede charakteristisch sein: von der einzelnen Metapher bzw. dem einzelnen Vergleich, über die Metonymie und Personifizierung bis hin zu der Allegorie oder dem Gleichnis (zur konzeptuellen Unterscheidung cf. u.a. Kohl 2007: 73–105). Kohls Systematik aufgreifend, bestünde eine *metaphorische Arie* bei Vorliegen eines bestimmenden singulären Sprachbildes, eine *allegorische Arie* in der Verknüpfung mehrerer miteinander verknüpfter Metaphern. Auch Personifikationen können als Ausgangspunkt für eine bildhafte Arie fungieren. Eine *Vergleichsarie* und eine *Gleichnisarie* wären solche, die auf einer durch Vergleichspartikel oder andere sprachliche Strategien offengelegten Ähnlichkeitsbeziehung basieren. Im ersten Fall würde ein alleinstehender, im zweiten ein mehrgliedriger Vergleich bestimmend sein. Eine derart feingliedrige Unterscheidung wird in der einschlägigen, primär musikwissenschaftlichen Sekundärliteratur bisher aber nicht vorgenommen. Alle genannten Formen der bildlichen Rede – Metaphern, Vergleiche, Personifikationen, Allegorien und Gleichnisse –, die zur textlich-musikalischen Charakteristik der Arie beitragen, führen zur Bezeichnung *Gleichnisarie*. Prototypische Vertreter der Gattung sind jedoch wohl jene Arien, die in ausgebauten Allegorien und Gleichnissen ein komplexeres *mapping* (Lakoff/Turner 1989: 4, 59) von Bildspender und Bildempfänger erlauben. Gewählt werden dabei meist Bilder, die sich einer gesangsvirtuosen Ausgestaltung des Stückes und in vielen Fällen auch einer spektakulären oder zumindest stimmungsvollen Bühnenausstattung förmlich aufdrängen, etwa ein gefährlicher Seesturm oder die lodernden Flammen der Hölle etc.

Die Kategorisierung einer Gleichnisarie als solche erfolgt nicht gänzlich frei von subjektiven Einschätzungen: Metaphern und Vergleiche sind in der Sprache der Oper, insbesondere in italienischen Libretti der Barockzeit, nämlich ein ubiquitäres Phänomen. In praktisch allen Rezitativen und Arien kommt bildhafte Sprache zum Einsatz und motiviert dort in punktueller Weise oder auf der

Ebene des ganzen Stückes die Vertonung.[5] Eine effektvolle Wortwahl kann die Gestalt und Weiterentwicklung des motivischen Materials im gesamten Stück motivieren, ohne dass hiermit die Rede von einer Gleichnisarie im engeren Sinne gerechtfertigt wäre. Ein Beispiel hierfür aus Vivaldis *Ottone in Villa* stellt die Arie „Chi seguir vuol la costanza" (I.5) des hartnäckig um die Fürstengattin Cleonilla kämpfenden Caio dar, der, mit seiner eigenen Untreue konfrontiert, die Beständigkeit als obsolete Gewohnheit abtut und auch in Liebesdingen auf das Motto *variatio delectat* setzt[6] – ein Charakterzug, der sich textlich u.a. in den unterschiedlich langen Strophen seiner Arie widerspiegelt:

CAIO
Chi **seguir**[7] vuol la **costanza**,
o non cerca il suo **contento**
o tradisce il suo **piacer**.

Non è fé, ma sciocca usanza,
l'adorar solo un oggetto,
perché amar si fa tormento
se non varia il suo goder.

Die Beständigkeit („costanza") ist das Abstraktum, das dem moralisierend verallgemeinernden „chi" als direktes Objekt dient: Wer sie sucht, der findet weder Zufriedenheit („contento") noch Vergnügen („piacer"). All diese Substantive, die in ihrer markierten Position am Versende bereits die Reimsilben der zweiten Strophe festlegen, sind durch die auf sie bezogenen Tätigkeitsverben („seguir", „cerca", „tradisce") als (wenn auch verblasste) Personifikationen zu identifizieren. Gerade das incipitbildende „seguir" motiviert die Vertonung des Textes als enggeführten Kanon, d.h. als geringfügig versetzte Exposition desselben bzw. ähnlichen musikalischen Materials. Dieser bricht die bei Vivaldi gewohnheitsmäßig anzutreffende oberstimmenbetonte melodische Faktur zumindest ein wenig auf. Dieses Stilmittel, das Strohm (2008a: 117) als „suggestively emblematic" charakterisiert, ist bestimmend für die gesamte

---

[5] In den handlungstreibenden Rezitativen stehen der musikalen Ausgestaltung konventionellerweise lediglich andere, oft: reduzierte, Mittel zur Verfügung als der Arie.

[6] Es gehört durchaus zur parodistischen Anlage der gesamten Oper, dass sich Caio wenig später, nachdem Cleonilla ihn zugunsten von Ostilio verschmäht, in seiner herzerweichenden Arie „Leggi almeno, Tiranna infedele" (II.6) gerade auf seine tugendhafte Beständigkeit beruft („Di costanza in mè resti il gran vãto").

[7] Alle Fettungen in den Beispielen stammen von mir, M. A.

Arie, die sich in späteren Opern Vivaldis mehrfach entlehnt wiederfindet (cf. Strohm 2008b: 728). Die im Abstand von nur einer Viertelnote aufeinander folgenden Stimmen – im Ritornell: Violinen vs. Basso-continuo-Gruppe, danach: Gesangspart mit *colla parte* geführter Violine 1 vs. Violine 2 –, die sich im Verlauf der Arie in Motivwiederholungen im komplementären Rhythmus ergehen, bringen das amouröse Hinterherlaufen zu auditiver (und auch zu motorischer) Prägnanz. Die Vertonung ‘reanimiert‘ hier die – rein textlich gesehen – tote bzw. verblasste bildhafte Rede.

Ein Indiz für das Vorliegen einer Gleichnisarie i.e.S. liefert das Vorhandensein einer Vergleichspartikel. Diese kann sich im Arientext selbst oder in den unmittelbar davor geschalteten Rezitativversen finden. Sie verbindet bekanntlich die textuellen Glieder des Bildspenders und des Bildempfängers miteinander und weist den Rezipienten gleichzeitig explizit auf die Uneigentlichkeit des metaphorischen Sprechens hin. „Signalisiert wird dadurch Ähnlichkeit und zugleich Nicht-Identität“ der miteinander verglichenen Entitäten (Kohl 2007: 74). Die Anbringung solcher Marker ist, überblickt man ein größeres Korpus an Gleichnisarien, als im Rahmen des vorliegenden Artikels betrachtet werden kann, vielerorts der Fall; sie hilft dabei, herangezogenes Bild und dramatische Situation – nicht zuletzt zugunsten der Distanz einer Figur zum eigenen Affekt (s.u.) – zu trennen. Eine solche markierte Gleichsetzung von Bildspender und Bildempfänger kann sich textlich auf ganz unterschiedliche Weise manifestieren: In der hier analysierten Oper machen von neun Gleichnisarien vier die Bildhaftigkeit des Gesungenen durch sprachliche Formulierungen transparent (cf. Tab. 1). Zuweilen setzen Gleichnisarien direkt mit der Vergleichspartikel ein: Ein Beispiel hierfür stellt die Arie „Come l’onda“ (II.1) des Fürsten Ottone dar, an der ersichtlich wird, dass im A-Teil zunächst die Charakteristika der Ausgangsdomäne (ein Meeressturm) genannt werden und im B-Teil das Innenleben der Figur auf diese Bezug nimmt.

OTTONE
Come l’onda,
con voragine orrenda e profonda,
agitata da venti e procelle,
fremendo,
stridendo,
là nel seno del mare sen va.

Così il core
assalito da fiero timore,
turbato,
agitato,
sospira,
s'aggira,
e geloso,
ritrovar più riposo non sa.

Dabei weist das einleitende „Come" ('so wie') in der ersten Strophe bereits auf das Korrelat „Così" ('so auch') zu Beginn der zweiten hin.[8] Der Zuhörer wird also explizit auf die piktoriale Natur der Arie aufmerksam gemacht. Die Abfolge von intuitiv nachvollziehbarer Vertonung (Ritornell) – Gleichnis (A-Teil) – Anwendung auf die dramatische Situation (B-Teil) zeigt sehr gut die vermittelnde Rolle der bildlichen Rede zwischen Musik und Sprache auf. Aus der semiotischen Perspektive betrachtet, kann der durch eine Partikel markierte Vergleich eine wichtige Station in der Sinnerzeugung des gesamten Dramas einnehmen. Ein in Vergleichsform eingeführtes Konzept erscheint bei einer erneuten, diesmal metaphorischen (d.h. nicht auf eine Vergleichspartikel zurückgreifenden) Wiederaufnahme weniger fremd oder, anders ausgedrückt, ein metaphorischer Verweis kann eine effiziente Form der Wiederaufnahme eines bereits als Vergleich geäußerten Konzepts darstellen. Der Abschlusschor von *Ottone in villa* greift z.B. die Seemannsanalogie wieder auf, die zuvor zweimal angebracht wurde.

Auffällig ist der explizite Hinweis auf die Bildhaftigkeit des Gesungenen auch in der Arie „Io sembro appunto" (II.11), in der Caio sich zu Beginn der ersten Strophe ganz explizit mit jenem glücklichen Vögelchen vergleicht, das einer ihm gestellten Falle entkommen sei:

[8] Auch eine der m.E. schönsten Gleichnisarien überhaupt, das Duett „As steals the morn upon the night" aus Georg Friedrich Händels englischsprachigen allegorischem Oratorium *L'Allegro, il Penseroso ed il Moderato* (1740, HWV 55: 157–167), beginnt mit der Partikel „As", die im B-Teil mit „so" aufgelöst wird.

CAIO
Io sembro appunto
quell'augelletto
che al fin scampò
da quella rete
che ritrovò
nascosa tra le fronde. […]

Auch hier wird die für die Vertonung notwendige Analogie auf eine Weise eingeführt, welche die Nicht-Identität, wohl aber die Ähnlichkeit der beiden Vergleichsgrößen unterstreicht.

In den anderen beiden Gleichnisarien wird die Unterscheidbarkeit von bildlicher und wörtlicher Ebene durch das sprachliche Mittel des Komparativs manifest, der *per definitionem* auf einen offenen Vergleich abzielt. In diesen Fällen wird die eigene Gefühlslage nicht nur mit einer konkreten Situation verglichen, die dem (intradiegetischem wie empirischen) Rezipienten naheliegender erscheinen mag; sie übertrifft vielmehr das auf dem Wege des Gleichnisses geschilderte Gefühl. In „Gelosia tu già rendi l'alma mia" (I.11) wendet sich Caio direkt an die personifizierte Eifersucht und prangert sie an, ihm Qualen zu bereiten, die jene der Hölle bei weitem übersteigen:

CAIO
Gelosia
tu già rendi l'alma mia
dell'inferno assai peggior. […]

Diese Referenz genügt, um dem Stück das Gepräge einer Höllen- bzw. Unterweltsarie zu geben (s.u.), wie sie im Barockzeitalter sehr beliebt war. Auf ähnliche Weise zieht Tullia in der Verkleidung des Ostilio in der zweiten Strophe ihrer liedhaften Arie „Che bel contento io sento" (III.5) den Vergleich eines in den sicheren Hafen einlaufenden Schiffes heran, um Cleonilla mit dem „Non così" gleich zu Beginn darauf hinzuweisen, dass das (lediglich vorgespielte) Glück, sie als Geliebte gewonnen zu haben, jenes übertrifft, das Kapitän und Mannschaft eines Schiffes bei der Rückkehr ans Festland verspüren müssen.

TULLIA/OSTILIO
[…]
Non così lieta,
la navicella,
[…]

Eigentlich handelt es sich in diesem Beispiel um die Verneinung der Vergleichspartikel, die allerdings dennoch erst auf der Etablierung des Vergleichs aufbauen muss, wird dieser doch für die musikalische Umsetzung der Arie als unentbehrlich erachtet.

Bei alledem zeichnet i.d.R. zunächst der Librettist (in diesem Fall: Domenico Lalli) verantwortlich für die stilistische Gestaltung der Textgrundlage, sowohl was die Verarbeitung des Stoffes als auch die Verwendung einer für Musik und Szene möglichst anschlussfähigen Sprache anbelangt. Mit seinen textuellen Entscheidungen ist er es, der „die Realisierung aller Komponenten des Werks und seiner Aufführung vorgibt oder gar mehr oder weniger verbindlich festlegt" (Wiesend 2006: 4). Nur in seltenen Fällen setzte sich der Komponist über den in den Versen eingeschriebenen Willen des Librettisten hinweg und komponiert für Rezitative vorgesehene Verse in arioser Form *et vice versa*.

Die textuelle Makrostruktur der Arie bleibt im Laufe des 18. Jahrhunderts relativ konstant (cf. Wiesend 2006: 4). Der durch die Reprise des A-Teils entstehenden Dreiteiligkeit einer prototypischen Da-Capo-Arie steht, rein vom Sprachmaterial her betrachtet, eine textliche Zweiteilung gegenüber. Die zweistrophige Anlage nutzt i.d.R. die Möglichkeit zur Kontrastierung von Aussagen, und beinhaltet *in nuce* den Konflikt, der zumeist mehrere Szenen oder gar die ganze Oper (bis zur Auflösung mit einem eventuellen *lieto fine*) durchzieht: Wie Bauman zum librettistischen Schaffen Pietro Metastasios schreibt,

> bot die zweistrophige Arie ein perfektes Forum für die inneren psychologischen Kämpfe zwischen Pflicht und Neigung, zwischen Vernunft und Begehren, die den zentralen moralischen Konflikt in nahezu all seinen Libretti bilden (Bauman 1998: 59).

Dieser Konflikt wird auch zum Ausgangspunkt einer entsprechenden Vertonung. Eine der wesentlichen Fragen bei der Analyse von Da-Capo-Arien ist demnach, wie Librettist und Komponist die Möglichkeit dieses Antagonismus inhaltlich nutzbar machen. Für unsere Fragestellung ist wichtig herauszuarbeiten, wie sich in einer Gleichnisarie dieser Kontrast in Bezug auf die Wahl und Ausgestaltung der metaphorischen Ebene verhält. Auch in dieser Hinsicht

haben Librettisten und Komponisten ganz unterschiedliche Lösungen gefunden. Manchmal bedingt der Übergang der einen in die andere Strophe auch den Wechsel von der metaphorischen bzw. uneigentlichen zu der nichtmetaphorischen, eigentlichen und konkret auf die dramatische Handlung bezogenen Rede (z.B. bei Ottones *Tempesta*-Arie „Come l'onda", s.u.). Oder beide Strophen führen das Bild, allerdings in unterschiedlichen Nuancierungen, aus (z.B. bei Caios Vogel-Arie „Io sembro appunto").

Das eine Gleichnisarie bestimmende Bild kann vom Librettisten entweder punktuell und einmalig bemüht werden oder aber an verschiedensten Stellen des dramatischen Ablaufs auftauchen und auf diese Weise Isotopien aufbauen, die innerhalb der Oper gleichermaßen metaphorisch wie nichtmetaphorisch gestützt werden. Meistens handelt es sich in den letztgenannten Fällen um eine konzeptuelle Metapher, die textuell unterschiedlich bedient wird. Der Renaissance-Dichtung entnommen, avancieren die zumeist der Natur entlehnten und zur Illustration menschlicher Affekte herangezogenen Bilder nach und nach zum bekannten Fundus poetischer Produktion, und auch die seit der Madrigalkomposition zu ihrer Ausdeutung verwendeten musikalischen Mittel erlangen einen solch formelhaften Charakter, dass sich im 17. und 18. Jahrhundert regelrecht eine 'musikalische Rhetorik' bildet, die deren Einsatz regelt.

Die vielen Gleichnisarien einer typischen italienischen Barockoper rekurrieren auf verschiedene Bildspenderbereiche, auf verschiedene konzeptuelle Metaphern und verschiedene textliche Manifestationsformen. Dieser Varianzreichtum auf allen Ebenen der Metaphernbildung ermöglicht eine abwechslungsreiche und damit das Wohlwollen des Publikums weckende Vertonung. Im Spannungsfeld textueller, metaphorischer und musikalischer Konvention und Innovation werden stets eigene Lösungen gefunden: Eine kreative Metapher kann dem zum hundertsten Male beschriebenen bzw. auskomponierten Affekt eine besondere Note geben. Eine Vertonung kann einer toten, lexikalisierten Metapher zu neuer Salienz verhelfen. So manches als konventionell erachtete musikalische Mittel zur Ausdeutung eines metaphorischen Konzepts kann durch eine besonders gelungene Formulierung aufgewogen werden. Die polysemiotische Anlage ist hier als Potenzial zu werten, das durch eine Anbindung an die Konvention und durch rechten Gebrauch innovativer Mittel, die Akzeptanz bei den Opernrezipienten fördert.

Die Metaphern und Vergleiche, die den barocken Gleichnisarien ihren Namen verleihen, entstammen – wie im Übrigen auch viele den Opernhandlungen zugrundeliegende Stoffe – einer pastoralen Welt, in denen die Rhythmen und Erscheinungen der Natur den Handlungsort und den Fortgang des Plots bestimmen. Das Besingen von Naturerscheinungen geschieht aber nicht nur unter metaphorischen Vorzeichen, d.h. als Bild für die eigenen Geschicke, sondern kann durchaus auch wörtlich verstanden werden. Ein Beispiel ist Caios Arie „L'ombre, l'aure, e ancora il Rio" (II.3), die den schon seit der Geburt der Operngattung beliebten Effekt des – aufgrund der mit ihm verbundenen Wortkappungen zuweilen parodistisch eingesetzten – Echorufes aufgreift.

Die Domänen, auf die die bildhafte Rede alludiert, können entweder komplett verschieden sein oder aber Kontingenzen aufweisen, die der Einheit eines einzelnen Opernwerkes förderlich sind. Die Prävalenz von Bildern aus dem Bereich der Naturerscheinungen, die etwa gemeinsam mit der Präferenz für pastorale Themen und entsprechende Handlungsorte auf den Ursprung der Oper aus dem Satyrspiel hinweisen (cf. Leopold 2006: 14), zeigt bereits eine erste vereinheitlichende Tendenz bei der Wahl und Ausführung der einer Arie zugrunde zu legenden Metaphern. Aber auch die Voraussicht auf die spätere Vertonung führen zum wiederholten Rekurs auf ein relativ homogenes Imaginarium, das sowohl sprachlich als auch musikalisch mannigfach ausgebeutet werden kann. Im Laufe der Operngeschichte bildet sich ein opernaffines Metaphernnetz[9] aus; und so nimmt es nicht Wunder, dass Gleichnisarien zuweilen Formulierungen aufweisen, die gleich mehrere konzeptuelle Metaphern bedienen.

Aus musikalischer Sicht ist die Gleichnisarie, wie bereits erwähnt, i.d.R. eine groß angelegte und virtuose ABA- bzw. Da-capo-Arie, deren Entwicklung Ende des 17. Jahrhunderts unzertrennlich mit dem Namen des Komponisten Alessandro Scarlatti verbunden ist (cf. Leopold 2006: 342, 352) und die stilbildend für die Librettisten der ersten Hälfte des 18. Jahrhunderts wirkt. Dies

[9] Das Konzept des Metaphernnetzes ist nicht neu, sondern findet sich bereits bei Lakoff (1991: o.S.), der von einem „system of metaphor" ausgeht, das wir tagtäglich verwenden, um uns komplexe und abstrakte Konzepte anzueignen. In Pielenz' Untersuchung der argumentativen Kraft von Metaphern findet sich die Vorstellung von einer „überaus intrikalen Vernetzung konzeptueller Metaphern" (1993: 85), von einem „kohärente[n] Netzwerk von Metaphern" (ibid.: 90), „Metaphernnetz […]" (ibid.: 94) oder „Metaphernverbund" (ibid.: 97) noch genauer artikuliert.

bedeutet übrigens ausdrücklich nicht, dass die nicht-metaphorischen Arien minder virtuos sind. Ottones Siziliano-Arie „Compatisco il tuo fiero tormento" (II.10) sowie die Arien seines treuen Dieners Decio („Che giova il trono al re", II.2, und „L'esser amante", III.2) brauchen den Vergleich mit ihren allegorischen Gegenstücken keinesfalls zu scheuen. Durch das Wiederaufgreifen des ersten Teils wird aus dem zumeist zweistrophigen Text bei der Komposition eine dreiteilige Arie (A B A'). Orchesterritornelle, die aktiv an der motivischen Arbeit beteiligt sind, umrahmen und strukturieren die einzelnen Teile.[10] Der B-Teil ist für gewöhnlich um Einiges kürzer als der A-Teil. Unterschiede zwischen den Arien ergeben sich hauptsächlich aus der Anzahl von (Teil-)Wiederholungen, dem Vorhandensein von Instrumentalzwischenspielen sowie der oben erwähnten kompositorischen Darstellung des konventionellerweise bereits textlich vorgegebenen Konflikts.

Die Da-Capo-Arie war bei den Zeitgenossen und ist bis heute im Schrifttum über die *opera seria* nicht zuletzt aus diesem Grund Gegenstand mitunter vernichtender Kritik (cf. Leopold 2006: 357; Strohm 2008a: 76). Steine des Anstoßes sind der „formale Schematismus" (Leopold 2006: 357), ihre Redundanz und Abgeschlossenheit, ihre auffällig extrinsisch motivierte Funktion, der Effektlust des Publikums zu entsprechen[11] – Merkmale, die die Arie zum immergleichen Schaustück verkommen lassen und die es schwierig machen sollen, flexibel auf die dramatischen Eigenheiten einer Narration einzugehen. Wie die Entlehnungspraxis zeigt, sind manche Arien durchaus austauschbar und weisen nicht jene Zwangsläufigkeit auf, die man Kunstwerken (ab der Romantik) zuzusprechen gewohnt ist. Obwohl die hier nur exemplarisch genannten Beanstandungen sicher nicht aus der Luft gegriffen sind und traditionellerweise zur Einschätzung der *opera seria* als „eine Bündelung von Konzertarien oder eine Aneinanderreihung von Affekt-Monaden" (Menchelli-Buttini 2006: 17) führen, so lässt sich doch gerade im Bewusstsein veränderter ästhetischer Prämissen die Opernkompositionspraxis des frühen 18. Jahrhunderts auch positiv bewerten. Trotz der ihr immer wieder attestierten Schablonenhaftigkeit

---

[10] Cleonillas Arie „No, per te non ho più amor" (III.3) kommt jedoch z.B. gänzlich ohne einleitendes Ritornell aus.

[11] Noch Richard Wagner (1852/2008: 20 und *passim*) prangerte ein Jahrhundert nach der Blütezeit der Da-Capo-Arie das Ausgerichtetsein der Oper auf die fast vulgär zur Schau gestellte „Kehlfertigkeit" der Sänger aufs Schärfste an.

– ein Begriff, der zuweilen als schönfärberischer Ersatz für 'Einfalt' und 'Einfallslosigkeit' herhält – befähigt etwa die Da-Capo-Arie zu lohnenswerten soziologischen, philosophischen und ästhetischen Aussagen: Silke Leopold (2006: 357) weist z.B. darauf hin, dass die Arie „schier unendliche Möglichkeiten der musikalischen Gestaltung" bietet – auf einige werden wir im Folgenden etwas genauer eingehen – und alleine schon deswegen keinen Anlass zur Langeweile gibt, weil die Sänger im *Da Capo* die Handhabe zur eigenmächtigen Veränderung und virtuosen Verzierung des Notenmaterials haben. Viel mehr als das *Ob* sei das *Wie* wichtig, d.h. die Art und Weise, auf die die Gleichnisarie für sich und im Gefüge der Oper Sinn vermitteln kann.

Leopold vermutet hinter der Arienkomposition eine Form des Gefühlsausdrucks, wie sie für die höfische Kultur des ausgehenden 17. Jahrhunderts als angemessen erscheint (cf. Leopold 2006: 358, 366). Damit wären also nicht nur Stoffe und Handlungsschemata auf die Hofkultur des 17. und 18. Jahrhunderts zu beziehen (cf. Schneider/Wiesend 2006: XIII; Wiesend 2006: 2), sondern auch der strukturelle Aufbau der Oper selbst – namentlich die zu dieser Zeit gattungskonstitutive Dichotomie von Rezitativ und Arie. Die absolutistische Hofetikette verlangte die Mäßigung der Affekte, deren unkontrollierter Ausbruch für den Betroffenen den sozialen Niedergang bedeuten konnte. Unter Rückgriff auf einige im *Oráculo manual* (1647) des spanischen Jesuiten Baltasar Gracián formulierten Verhaltensnormen, argumentiert nun Leopold, die zyklische Anlage der Da-Capo-Arie bilde den Weg der Figur ab, die nach anfänglichem Ausbruch einer Leidenschaft (Ritornell) mit dem Einsetzen der Vokalpartie die Herrschaft über den Affekt erlangt (A-Teil), um in den Wiederholungen, Variationen und Kontrasten den Punkt auszuloten, bis zu welchem die Gemütsregung zugelassen und zum Ausdruck gebracht werden darf. Das (virtuos auskolorierte) Da Capo stelle den selbstbewusst eingeschlagenen Weg aus dem Affekt dar. Insofern sei die dreiteilige Arie „alles andere als undramatisch" (Leopold 2006: 359), sondern sogar ein unentbehrlicher Teil eines gesichtswahrenden Rituals, der gerade in seiner Losgelöstheit von der rezitativisch vorangebrachten Handlung einen detaillierten Einblick in die innere Gemütsverfassung der handelnden Figur gewährt und deren Ringen um die Wiedererlangung der angemessenen Contenance abbildet. So gesehen, ist die Arie ein Musterstück der Verstellungskunst (*dissimulatio*), an deren Anfang eine Zerrüttung und an deren Ende die Repristination einer womöglich nur vorgespielten Gefasstheit steht (cf. Leopold 2006: 360). Mit solchen

Beobachtungen sind auch Konsequenzen auf der äußeren kommunikativen Ebene zwischen Werkurheber und Rezipienten verbunden. Nicht nur der Figur selbst, auch dem Publikum gewährt die Arie in ihrer Länge, in ihrer in der Kontrastierung von A- und B-Teil oder in der Interaktion von Sprache, Sprachbild und Musik zu suchenden Ausdifferenzierung der Affekte die Möglichkeit zur kathartischen Identifizierung mit und gleichzeitig auch der Distanznahme zu der handelnden Figur.

Bei Leopold bleibt indes unklar, ob sich die Rezitative vor und nach der Da-Capo-Arie in dieselben Logik einschreiben. Setzt man zur Charakterisierung von Arie und Rezitativ, die in starker Opposition zueinander stehen, das von Gracián geprägte Gegensatzpaar 'vernünftige Überlegung' vs. 'Aufbrausen' (nach Leopold 2006: 359) an, so mag dies durchaus ins Bild passen: Dann wäre das Rezitativ die vernünftige, höfischen Konventionen entsprechende Redeweise, während die Arie den Ausbruch der Leidenschaft als temporäre Normabweichung zulässt. Nicht zutreffend erscheint hingegen diese Charakterisierung, wenn man beide Kompositionsformen eindeutig mit einer ehrlichen und einer unaufrichtigen Redeweise gleichsetzen möchte, wenn man also die Arie mit dem Zustand eines aufrichtigen Übermanntseins durch einen Affekt in Verbindung bringt, um das Rezitativ als distanzierte und gekünstelte Ausdrucksform des höfischen Lebens zu identifizieren. Dies entspricht nicht dem Funktionsreichtum von Rezitativen, die in der Barockoper zuweilen als Vermittler der dramatisch intensivsten und aufrichtigsten aller Affektbekundungen in Erscheinung treten – zumal in den Rezitativen Gefühlsausdruck und bildhafte Rede der nachfolgenden Arie häufig vorweggenommen werden. Auch die Arie, in der zugleich etwas Ehrliches und etwas Unaufrichtiges liegen, wäre damit nur verkürzend beschrieben. Ein Beispiel hierfür liefert die unten beschriebene Arie der Cleonilla „Quanto m'alletta" (*Ottone in villa*, I.1).

Bleibt die Frage, inwieweit der Rekurs auf ein bildreiches, 'uneigentliches' Sprechen den Blick auf die Arie als Weg vom Ausbruch einer Leidenschaft hin zu deren Mäßigung unterstützt. Die Beantwortung dieser für den vorliegenden Beitrag zentralen Frage kann wohl nur in Auseinandersetzung mit dem konkreten Beispiel geschehen, bietet doch jede Gleichnisarie bei der Festlegung und Abfolge metaphorischer und nichtmetaphorischer Elemente jeweils eigene Lösungen an. Eine erste, tentativ auf eine Verallgemeinerung zielende Aussage lässt sich jedoch treffen: Die Gleichnisarie ist gekennzeichnet durch ein ganz

besonderes Verhältnis von Abstraktheit und Konkretheit. Sicherlich muss man, ausgehend von der kognitiven Metapherntheorie, die Naturerscheinung aus ontologischer Sicht als konkreter, 'handfester' auffassen als die abstrakte Gefühlslage, die durch sie zur Anschaulichkeit gebracht wird. Auch der Musik und Inszenierung bietet sie aufgrund dieser Konkretheit dankbare Anknüpfungspunkte (s.u.). Und dennoch muss auch konstatiert werden, dass die im dramatischen Geschehen der Oper gegebene und insofern konkrete Instanz die jeweilige von ihrem Affekt getriebene Figur ist, die in Äußerungen zu ihrer Gemütslage auf prototypische, unpersönliche und in dieser Hinsicht abstraktere Situationen zu sprechen kommt (ein von Winden gebeuteltes Schiff, ein erfolgreicher Jäger etc.). Gerade aufgrund ihrer Allgemeingültigkeit (etwa: ‚wie verhält sich gemeinhin ein beliebiger Schiffer in Not?') sieht sich der Zuschauer in der Lage, die Logik des Bildspenders auf die konkrete dramatische Situation zu übertragen. Es ist genau diese Ambivalenz, die die Metapher zu einem hervorragenden Mittel der (sprachlichen) Vermittlung bzw. Adressierung von Erfahrungen macht. Im Grunde ist die Annäherung des Publikums an eine im Moment der Rezeption noch nicht gemachte oder ihm zumindest fernstehende Gefühlslage, die ein Agierender auf der Bühne über den Weg der Metapher zu vermitteln sucht, eine allmähliche Hinführung zur Abstraktheit. Denn durch die Gleichnisarie wird ein Raum geschaffen, in dem sowohl der Gefühlsausdruck als auch die als Vergleichsgrundlage herangezogene Naturerscheinung gleichsam fassbar werden. Leopolds Aussagen, dass im Verlaufe der Arie die sie hervorbringende Figur Maß und Distanz zum Affekt findet, bleibt hiervon unberührt.

Auch aus semiotischer Perspektive stellt sich die Gleichnisarie als bemerkenswerter Untersuchungsgegenstand dar. An ihr lassen sich in hervorragender Weise die Bedingungen, Möglichkeiten und Grenzen der zeitgenössischen musikalischen Semantik ablesen. In ihrer Form stemmt sich die Gleichnisarie geradezu gegen auch heute noch anzutreffende Aussagen von (Sprach-)Semiotikern, die Musik könne nicht als Zeichensystem gewertet werden bzw. musikalische Elemente wiesen alleine in Verbindung mit Sprach- oder Bildzeichen ihrerseits Zeichencharakter auf. Gerade die barocke Gleichnisarie greift nicht nur auf ein formelhaftes und damit semantisiertes Inventar an genuin musikalischen Zeichen zurück, sondern führt in ihrer zyklischen Anlage den Semantisierungsprozess selbst vor Augen: vom rein instrumentalen, womöglich noch nicht semantisch eindeutigen Ritornell über die Semantisierung

durch die Exposition des (metaphorischen) Textes und die Festigung der Ariensemantik durch die vielen musikalischen und textlichen Rekurrenzen hin zum Abschluss der Arie und dem nachhaltigen Verlust einer eventuell bei der ersten Rezeption dominanten naiven Sichtweise auf die Musik als Vorbeirauschen asemantischer Formen. Nach der auditiven (und visuellen) Aufnahme einer Gleichnisarie ist die vorliegende Musik (auf der Zeichenokkurrenzebene) vollständig semantisiert. Die Form einer Da-Capo-Arie kann in den meisten Fällen für vorhersehbar und starr befunden werden – die textliche und musikalische Gestaltung vermag ihr dennoch ein eigenes, opernspezifisches Gepräge zu geben, das der durchschnittliche Theaterbesucher letztlich immer auf die jeweilige Vorstellung und damit auf die ihm dargebotene Handlung bezieht. Auf die Handlung als vereinheitlichenden und sinnstiftenden Fluchtpunkt hin sind alle Elemente der Barockoper zu deuten und diese erhalten auf diese Weise ihren eigenen semantischen Wert. Selbst in Pasticcio-Opern, die größtenteils Arien aus früheren (und zum Teil fremden) Opern heranziehen, etwa in Vivaldis *La Griselda* (1735), kann allein schon die Auswahl der Entlehnungen anzeigen, wie sehr dem Komponisten (und anderen Akteuren) an der Kohärenz der Opernaufführung gelegen war (cf. Agnetta 2018: 14–15). Für den semiotischen Status der Musik zentral ist jedoch die Frage, ob sich der semantische Status der musikalischen Zeichen verfestigt und fortan eine stabile Kodifizierung darstellt, die die Rede von einem musikalischen Zeichensystem legitimiert. Mit Blick auf die musikalische Rhetorik des Barock scheint mir diese Bedingung in vielen Fällen erfüllt zu sein.[12]

3. Analyse einiger Gleichnisarien in *Ottone in Villa*

Rund ein Drittel der geschlossenen Nummern von Vivaldis musiktheatralischem Erstlingswerk *Ottone in villa* (1713), basierend auf dem Libretto von Domenico Lalli, können als Gleichnisarien bezeichnet werden, denn in neun von 29 Arien und Ensembles bildet ein textuell dominierendes Sprachbild den unmittelbaren Ausgangspunkt für eine charakteristische Vertonung sowie die gesangliche Interpretation und wohl auch eine entsprechende Inszenierung

[12] Damit, dass vielen musikalischen Elementen in jener Zeit Zeichenstatus zukommt, der Komponisten und gebildeten Rezipienten bekannt war, und dass diese Elemente ein strukturiertes System an Zeichen bilden, ist jedenfalls nicht auch postuliert, dass sämtliche jemals produzierten Klänge und musikalischen Formen zwangsläufig eine klar definierte semantische Seite hätten wie zum Beispiel Wörter.

(s. Tab. 1). Die meisten Gleichnisarien des Intrigendramas (cf. Strohm 2008a: 69) sind den Figuren Caio und Tullia bzw. Ostilio beschieden (jeweils drei), zwei singt Cleonilla gleich am Anfang der Oper, während Ottone im Moment höchster Erregung eine zum Besten gibt. Das die Oper beschließende Ensemble ist ebenfalls allegorisch bestimmt und legitimiert nicht nur die Rede von einem ‚Gleichnischor', sondern beendet das Werk genauso metaphorisch, wie es begonnen hat und verleiht ihm auch in dieser Hinsicht eine zyklische Struktur.

Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung kann lediglich auf einige Beispiele eingegangen werden: Gleich die erste Arie der Oper zeigt, dass die Wahl des die Gleichnisarie bestimmenden Bildes nicht allein extrinsisch motiviert ist, d.h. sie bezweckt nicht ausschließlich die effektvolle Zurschaustellung sängerischer Fähigkeiten. Die metaphorische Rede wird u.U. bereits durch die Szenenangaben und die vorausgehenden Rezitativverse vorbereitet, sodass sich später, im komprimierten Raum weniger Arienverse, zahlreiche textliche – und durch die Wahl entsprechender Bühnenausstattung und Requisiten wohl auch szenische – Rückbezüge auf bereits getätigte Aussagen wiederfinden. Ein Blick auf die erste Szene von *Ottone in Villa* mag dies zur Anschauung bringen.

> *Loco delizioso della Villa imperiale con ritiri di verdure e viali di cedro, con peschiere e fontane, adorne di vasi di fiori. Cleonilla sola che và cogliendo* ***Fiori*** *per adornarsene il seno.*
>
> CLEONILLA
> Nacqui à gran sorte, ò Cieli, e nacqui è vero
> Per aver sul mio crin d'augusti allori,
> Qual di Cesare amante, il fregio illustre:
> Mà ciò che mai giovò! se ho un'alma, un core
> Che libertà nel suo voler sol brama.
> Gemme ed oro io non vò purché, disciolta
> Seguire io possa Amor che da tiranno
> Fatto ha in me la sua sede, e ognor mi sforza
> D'ogni vago garzon rendermi serva:
> Così spesso men vò di foco, in foco
> Sempre vaga d'aver novelli amanti.
> Amai di Caio il volto, e ancora io l'amo;
> Mà appena io vidi, ò Dio,
> Del mio Ostilio gentil le biãche guance,
> L'occhio, il ciglio, il bel labbro,
> Che in nuovo ardor già mi distruggo e avvãpo,
> Né trovo incontro à lui riparo o scampo.

Quanto m'alletta
La **fresca erbetta**,
Quanto à mè piace
Quel **vago fior**.

L'un con **l'odore**
M'inspira amore,
L'altra col **verde**
Empie di speme
L'amante cor.

Nach den rezitativischen Versen, in denen die eigentlich mit dem Kaiser Ottone vermählte Protagonistin Cleonilla unmissverständlich ihre lebhaften und in die unterschiedlichsten Richtungen strebenden außerehelichen Gelüste äußert, kann ihre erste Arie „Quanto m'alletta" bei dem Publikum kaum jene Unschuld aufrecht erhalten, mit der ihr Text augenscheinlich daherkommt. Allein bei einer vom Rezitativ bzw. vom gesamten Kontext der Oper losgelösten Aufführung dieser Gleichnisarie, wie sie beispielsweise bei konzertanten Rezitals und auf Musik- sowie Videoplattformen im Netz heute gang und gäbe ist, kann das Lob auf die Schönheit des frischen Grases („la fresca erbetta") und der hübschen Blume („quel vago fior") als reizend naives, naturverbundenes Gesangsstück gelten. Als Teil der Eröffnungssequenz der hier interessierenden Oper muss die Arie hingegen auf das Vorausgegangene und Folgende bezogen und – so konventionell die galante Bildsprache damals wie heute auch anmutet – als metaphorisch kodierte Sprache rezipiert werden, zumal hier keine Vergleichspartikel das uneigentliche Sprechen 'entlarvt'.

Als Da-Capo ist „Quanto m'alletta", wie für Gleichnisarien üblich, dreiteilig aufgebaut. Auf einen A-Teil folgt ein dieses Mal weder textlich noch musikalisch allzu kontrastierender B-Teil, nach dessen Ablauf der unveränderte (aber zumeist vom Gesangsinterpreten reich ausgezierte) A-Teil wieder aufgegriffen wird. Der Text gliedert sich in zwei ungleich lange Strophen: die erste besteht aus vier, die zweite aus fünf *quinari*. Dennoch weisen sie eine parallele und kohärenzstiftende Zweiteilung auf, die Cleonillas Verzückung angesichts zweier Schönheiten des kaiserlichen Gartens widerspiegelt: Im vierzeiligen A-Teil wird anhand jeweils zweier Verse zunächst die Wirkung des frischen Grases („Quanto m'alletta // La fresca erbetta"), dann die der hübschen Blume („Quanto a me piace // Quel vago fior") besungen. Erwähnt werden im fünfzeiligen B-Teil sodann, in nun umgekehrter Reihenfolge, die unterschiedliche

Sinne ansprechenden Vorzüge beider Gewächse – der Duft der Blume („odore") und das satte Grün des Grases („verde") –, die das liebende Herz der Protagonistin in jeweils eigener Weise erfüllen („M'inspira amore", „Empie di speme // L'amante cor"). Unterstützt wird diese Zweiteilung durch die Versstruktur: Die Anapher in der ersten („Quanto m'alletta", „Quanto mi piace") und der Parallelismus in der zweiten Strophe („L'uno con", „l'altro col") drücken das zweifache Wohlgefallen Cleonillas genauso aus wie die vornehmlich paarweise auftretenden Reime und Assonanzen (AABC DDEE'C). Dank des vorausgegangenen Rezitativs fällt die Aufschlüsselung der Metaphorik nicht allzu schwer: Das frische Gras und die schöne Blume symbolisieren die doppelte Hinwendung Cleonillas zu verschiedenen Liebhabern, nämlich zu dem nach wie vor von ihr angebeteten und ihre Zuneigung erwidernden Jüngling Caio einerseits und zum neuen Schwarm Ostilio andererseits (der sich allerdings als die als Mann verkleidete, eifersüchtige Nochgeliebte des Caio herausstellt, die mit der Konkurrentin Cleonilla ein umbarmherziges Verwechslungsspiel treibt). Somit stellt sich die Arie als eine Huldigung auf die amourösen Vorzüge gleich zweier (oder gar mehr) Liebhaber heraus, die schon im Rezitativ vorbereitet wird („d'ogni vago garzon rendermi serva", „Sempre vaga d'aver novelli amanti"), im Gewand der Gleichnisarie mit ihren primär musikalisch motivierten zahlreichen Wiederholungen und immer neuen Versumstellungen allerdings einen ganz anderen Raum veranschlagen kann.

In diesem Kontext sei an Carl Dahlhaus' Rede von der „diskontinuierlichen" Zeitstruktur der Oper erinnert, nach der sich in den Rezitativen Darstellungszeit und dargestellte Zeit weitgehend decken, während in den „geschlossenen Nummern kontemplativen Charakters […] die Zeit sich dehnt oder gar stillsteht, um einer zeitenthobenen lyrischen Emphase Platz zu machen" (Dahlhaus 1981: 2). In „Quanto m'alletta" folgt die mit der Ausführung des Gleichnisses einhergehende Dehnung der Darstellungszeit nicht alleine den oben genannten extrinsischen Motivationen. Das ausgedehnte Besingen der natürlichen Schönheiten ist, im wörtlichen Sinne verstanden, eine plausible Konsequenz der Verortung der Handlung in einem kaiserlichen Lustgarten (der nun mit doppeltem Recht als solcher bezeichnet werden kann). Auch die Anweisungen im Nebentext legen nahe, dass das tatsächlich stattfindende Auflesen der Blumen, mit denen sich die Protagonistin zu schmücken gedenkt, eine gewisse Zeit veranschlagt. Anders als etwa bei den unzähligen Meeres- oder Schiffersarien im Opern- und Kantatenwerk Vivaldis (cf. Agnetta 2017,

2018) und anderer Zeitgenossen, deren wörtliche Deutung wenig Bezüge zum Drama aufweist, ist dieser Repräsentant einer Gleichnisarie, die ihr Spiel gerade mit der Gleichzeitigkeit von wörtlichem und metaphorischem Verständnis der Verse treibt, somit hervorragend in die Diegese eingebettet. Die metaphorische Gleichsetzung von Naturkontemplation und Liebesschwärmerei bietet dabei nicht nur der Musik, sondern auch der Inszenierung und Aufführung der Oper einen konkreten Anknüpfungspunkt, der bei der Bühnenausstattung, Kostüm- und Requisitenauswahl schwerlich ignoriert werden kann.

Im Rezitativ einmal klar benannt, frönt die Protagonistin mit ihrer Arie *in extenso* der nach außen hin wenig honorablen Schwärmerei, die, metaphorisch verfremdet und musikalisch ausgebreitet, wortwörtlich 'durch die Blume' ausgedrückt wird. Die bildliche Rede fungiert für die Figur als Face-saving-Strategie, denn schließlich wird die Chiffrenhaftigkeit des Gesungenen arienintern nicht aufgelöst. Nicht umsonst fragt Cleonilla später bei Ottones Diener Decio nach, wie das Volk ihre lediglich geschickt vorgegaukelte eheliche Treue betrachte („Grande hò, Decio, il desio, saper quai cose // Roma di mè favella, e se contenta // È dell'amor ch'al mio Regnãte io porto", I.8) und zeigt sich von dessen Bericht verwundert, wonach das Volk ihre Eskapaden durchaus zur Kenntnis genommen und verurteilt hat (ibd.; cf. auch „Roma ne sparla", II.1). Hier spielt mit hinein, dass sich Cleonilla ohnehin bereits im ersten Rezitativ als Opfer des launischen Liebesgotts („Amor che da **tiranno** // Fatto ha in me la sua sede, e ognor **mi sforza** // d'ogni vago garzon rendermi serva", I.1; Hervorhebungen vom Verf.) und damit als Spielball einer ihr unwillentlich eingepflanzten Begier inszeniert. Abzulesen ist dies u.a. an den fatalistisch anmutenden Interjektionen und Himmelsanrufungen („ò Cieli", „ò Dio"). Nicht sie – ihre personifizierte Seele („alma") und ihr ebensolches Herz („core"), die vollkommene Freiheit im Ausleben ihrer Gelüste fordern („Che libertà nel suo voler sol brama"), sind die Aktanten in diesem tragischen Spiel. Auch in der Arie ist Cleonilla aus grammatikalischer Sicht lediglich das Objekt, auf das Blume und Gras Verzückung ausüben („**m'**alletta", „**à mè** piace", „**m'**inspira"). Der im Nebentext geschilderte Umstand, dass die im kaiserlichen Garten aufgelesen Blumen Cleonilla der Aufhübschung ihres Dekolletees dienen („*va cogliendo fiori per adornarsene il seno*"), sowie der Fortgang der Handlung lassen an der Aufrichtigkeit dieser Schilderung durchaus Zweifel aufkommen.

Auch die musikalische Faktur der Arie greift dieses Spiel aus wörtlicher und metaphorischer Ebene und das damit verbundene Oszillieren zwischen vorgespieltem Defätismus und unschuldig-naiver Naturverbundenheit auf: Für eine wörtlich gedeutete und rein auf das überschwängliche Lob von Naturschönheiten („Quanto") abzielende Arie erschiene die einleitende trübe g-Moll-Harmonik, die Seufzermotivik – entweder in Form von abwärtsstrebenden, paarweise gebundenen Sekundschritten oder als nach einer Pause auf der betonten Zählzeit einsetzende chromatische Folge dreier absteigender Achtelnoten – sowie die Halbtonvorhalte im Instrumentalpart als unangemessen. Nachvollziehbar erscheint der Einsatz dieser musikalischen Mittel hingegen als Ausdruck einer (vorgespielt) fatalistischen Haltung, welche auch im unmittelbar vor dem Einsatz des Instrumentalvorspiels gesungenen Rezitativvers („Né trovo incontro à lui riparo o scampo") zum Ausdruck kommt. Nach dem Wiederaufgriff des durch die Instrumente exponierten musikalischen Materials moduliert die Gesangsstimme sowohl im A- als auch im B-Teil nur kurzzeitig zur Paralleltonart B-Dur, um im ersten ziemlich rasch zur Tonika (g-Moll) zurückzukehren und um den zweiten mit der Molldominante (d-Moll) abzuschließen. Die gleichnislose Arie „Caro bene" (I.3), die Cleonilla wenig später im Angesicht ihres Ehemanns Ottone singen wird, für die sie aber all ihre Überzeugungskraft mobilisiert, steht hingegen in hellem A-Dur und beschwingter 2/4-Rhythmik.

Interpretatorisch auffangen lässt sich das komplexe Zusammenspiel aus Komplementarität und Kontradiktion zwischen Text und musikalischer Aussetzung, wenn man ihn als Ausdruck einer gewollten Ambivalenz versteht. Diese wird sowohl auf innerdiegetischer als auch auf der äußeren Darstellungsebene wirksam: Auf intradiegetischer Ebene muss die womöglich begleitete, spätestens aber nach Abschluss der Arie von Caio eingeholte Protagonistin nach außen hin die Illusion ihrer Treue aufrechterhalten. Der vordergründig unschuldige Habitus einer Blumenarie und die oben dargestellten Hinweise darauf, dass sie letztlich nur das willfährige Opfer Amors und der ihr nachstellenden Freier sei, sind für diesen Zweck bestimmend. Gleichzeitig aber bestätigt Cleonilla dem Publikum, das die Metaphorik der ersten Gleichnisarie leicht durchschaut, ihre Lust auf abwechslungsreiche außereheliche Eskapaden. Ähnlich wie beim *Da Parte*-Sprechen ergibt sich hier demnach eine Situation der kommunikativen Mehrschichtigkeit, die eine rezipientenseitige Bewertung der

Aufrichtigkeit einer Bühnenfigur ermöglicht und, funktional gesehen, schon mit den ersten Takten zum Spannungsaufbau des Dramas beiträgt.

Anders als dies in Ansätzen in einer semiotischen Studie zur Text-Musik-Semantik von Noske (1994) beschrieben ist, wird die Charakterisierung dessen, was aufrichtig und wahr bzw. vorgespielt und falsch ist, nicht eindeutig auf die semiotischen Ausdrucksformen aufgeteilt: Nicht nur die Sprache ist das Medium, mit dem die Figur Unwahrheiten postulieren kann, und die Musik ist nicht gänzlich jenes edle extradiegetische Instrument zur Kommentierung und Entlarvung unaufrichtigen Handelns. Während Noske (1994: 45) schreibt,

> I am referring to those cases in which the two media, text and music, contradict each other. Now, which is speaking the truth? Since in opera the true creator of drama is the composer, the answer is obvious. It is the music that belies the words and not vice versa,

sind in „Quanto m'alletta" Text und Musik gleichermaßen am Aufbau des Widersinns beteiligt: Bildspender und musikalische Grundstimmung auf der einen, Bildempfänger und harmonische Modulationen nach Dur auf der anderen Seite liefern all jene Hinweise, die der Rezipient benötigt, um Intrigen und wahre Intention der Protagonistin nachzuvollziehen. Dabei stellen sich die die Arie umgebenden Rezitative als wesentliches Schlüsselelement für die Interpretation des als Ausgangspunkt herangezogenen Gleichnisses heraus. Dieser Umstand (der sich bei anderen Arien und Opern sicherlich auch anders darstellen kann) unterstützt das von Leopold (2006: 357, 366) geäußerte, sich der Kritik gegenüber der Gleichnisarie widersetzende Postulat, dass diese durchaus in das dramatische Geschehen der Barockoper eingebettet und damit alles andere als 'undramatisch' sei. Ist bei dieser Vielfalt der Ausdrucksmomente und bei einer solchen Einbindung in das Szenengefüge der Oper die auf unzulässigen Pauschalisierungen basierende Rede von der Gleichnis- bzw. Da-Capo-Arie als einer für sich stehenden „Affekt-Monade" (s.o., Menchelli-Buttini 2006: 17) immer noch angebracht?

Ein weiteres Beispielset betrifft drei Stücke mit dem Charakter von Seesturm-arien, wie sie die Libretti von Vivaldis Opern später zahlreich durchziehen (cf. Agnetta 2017, 2018). Mit der Arie „Come l'onda" (II.1) antwortet Ottone auf Decios gut gemeinten Rat, er solle seine Gemahlin, die anderweitig nur allzu verschwenderisch mit verführerischen Neckereien sei, genau beobachten. Die groß angelegte und vergleichsweise reich instrumentierte Arie – nur an

wenigen Stellen der Oper werden die Oboen eingesetzt – ist nicht nur einem Fürsten, sondern auch der Eröffnung des zweiten Aktes gebührlich.

OTTONE
Decio, tu mi confondi, e il mio riposo
sento in me già t**urbato**,
più che l'onda di mar per vento irato.

Come l'onda,
con voragine orrenda e profonda,
agitata da venti e procelle,
fremendo,
stridendo,
là nel seno del mare sen va.

Così il core
assalito da fiero timore,
turbato,
agitato,
sospira,
s'aggira,
e geloso,
ritrovar più riposo non sa.

Der mit Vergleichspartikel *Come* eingeleitete A-Teil steht ganz im Zeichen des Bildspenders. Die Aufgewühltheit des Fürsten angesichts der ihm durch seinen Diener Decio zu Ohr gekommenen multiplen Eskapaden seiner Frau wird mit dem Wirbeln einer im Sturm bewegten Welle verglichen. Die Einführung des Bildes erfolgt allerdings nicht mit der Arie selbst, sondern wiederum durch die davor geschalteten Rezitativverse. In diesen bekundet Ottone, seine Ruhe („il mio riposo") sei dermaßen erschüttert, dass selbst der Vergleich mit einer in wildem Sturm bewegten Welle als milde dastehen muss. Der die folgende Gleichnisarie bestimmende Vergleich wird durch lexikalische Vorwegnahmen („riposo", „turbato", "l'onda", „mar", „vento") angekündigt. Solche – u.U. auch szenenübergreifenden – Rekurrenzen tragen wesentlich zur Kohäsion zwischen rezitativischer Rede und Arie bei und wenden sich somit, zumindest teilweise, gegen das von Kritikern als allzu starr angeprangerte Nummernmodell.

Der bildhafte Verweis der gesamten ersten Strophe auf einen tobenden Seesturm motiviert natürlich zu effektvoller musikalischer Ausgestaltung – nicht umsonst handelt es sich hierbei um eines der meistgebrauchten Bilder des zeitgenössischen Operninventars: Sich im *Presto* und 3/8-Takt fast überschlagende Dreiklangsbrechungen, zitternde Tonwiederholungen, rasch auf- und

absteigende Sechzehntel- und Zweiundreißigstelläufe, kunstvolle (im *da capo* noch einmal übertroffene) Koloraturen in der Gesangsstimme, sind beim Publikum wohl aufgenommener Ausdruck der Verunsicherung und Erschütterung der Opernfigur (s. Abb. 1).

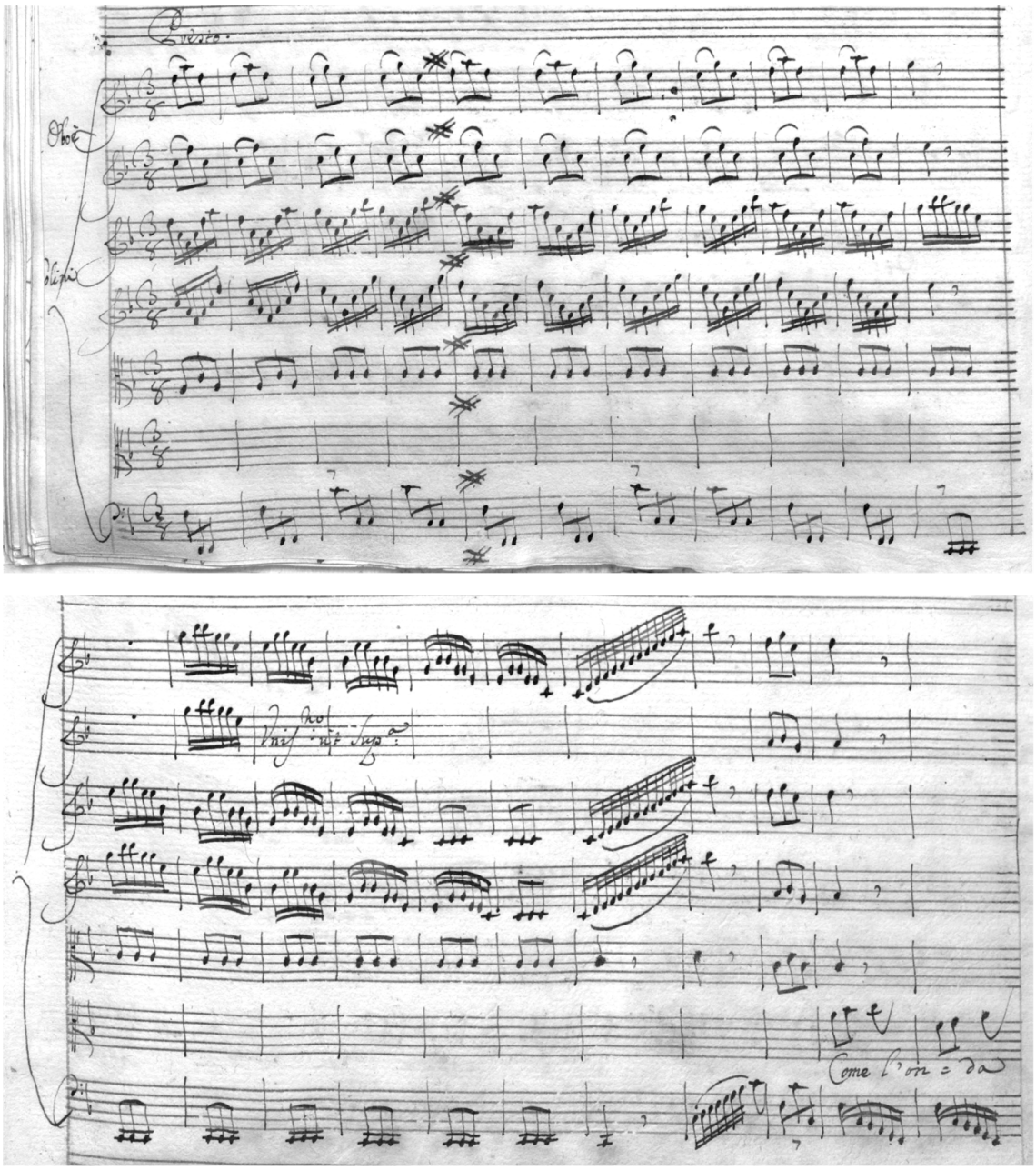

Abb. 1: Vivaldi, *Ottone in Villa,* Arie des Ottone „Come l'onda" (II.1), T. 1–22
Biblioteca Nazionale di Torino, Foà 37, 51v–52r

Die konzeptuelle Metapher des LEBENS ALS SEEFAHRT, die etliche Librettisten des 18. Jahrhunderts mannigfach aufgegriffen haben, liefert in ihren unterschiedlichen Manifestationsformen eine dankbare Basis für die Vertonung: ob in Form

einer reichlich virtuosen *aria di tempesta* oder als Abbild einer gemächlichen Schifffahrt auf ruhiger See. Der Wechsel dieser Subkonzepte wirkt sich positiv auf die Opernaufführung als abwechslungsreiches Spektakel aus. Wenn gleich mehrere Arien einer Oper – oder gar einer *Pasticcio*-Oper, die größtenteils aus Entlehnungen aus früheren Werken besteht – auf ein einheitliches Konzept zurückgreifen, so stärkt dies die werkinterne Kohärenz. Eine neue Facette der Seefahrtsmetapher fügt Tullias Arie „Che bel contento io sento" (III.5) ein, mit der sie, weiterhin als Ostilio verkleidet, ihre vorgespielte Liebe Cleonilla gegenüber kundtut. Jene hat gerade ihr/ihm zuliebe Caio endgültig abgewiesen.

TULLIA/OSTILIO
[…]

Non così lieta,
la navicella,
da ria procella,
scampando al fine,
per suo conforto,
giunge nel porto
senza timor.

[…]

Der dreistrophige Text wird nicht als Da-Capo-Arie vertont, sondern als vierteilige Canzonetta: Ein kurzes Ritornell leitet die Arie ein. Es folgen die wiederholte erste Strophe sowie die anderen beiden Strophen ohne Wiederholung. Abgeschlossen wird die Arie durch ein kurzes Orchesternachspiel. Die erste und die dritte Strophe beendet Tullia mit einem unbegleiteten, echoartigen und *da parte* gesungenen Vers, in dem sie vor dem wissenden Publikum der Naivität ihres Gegenübers spottet („(Tu prendi errore)" und „(Quanto t'inganni)"). Metaphern findet man in allen Strophen der Arie; das hier interessierende, eingehend beschriebene Gleichnis bestimmt allerdings die mittlere Strophe. Die vorgetäuschte Freude Tullias wird darin mit der eines metonymisch für den lenkenden Seefahrer einstehenden Schiffs („navicella") verglichen, das nach wildem Sturm wieder in ruhige Gewässer gelangt und in den heilbringenden Hafen einläuft. Vom Tonartenplan her betrachtet, behält die Arie eine dreiteilige Anlage. Der strahlend freudige Ton der C-Dur-Tonika der ersten Strophe wird in der zweiten Strophe auf der Dominante G-Dur fortgeführt, um in der dritten Strophe wieder zur Tonika geführt zu werden. Der Freudentaumel spiegelt sich in abwärts gerichteten Dreiklangsbrechungen

wider, die durch in ihrem Notenwert halbierten tieferen Noten des Dreiklangs sprungbrettartig angesteuert werden. Die madrigalistischen Figurationen auf „procella“ (Sturm) und „senza timor“ (furchtlos) legen den Fokus auf die glückliche Überwindung einstiger Gefahr.

Die Seefahrtsanalogie wird in der Oper auch ein drittes Mal bemüht. Bemerkenswert ist hierbei ihr Einsatz im Abschlusschor, der diesen somit gewissermaßen zum ‘Gleichnischor‘ macht. Dieser prägnanten Position entspricht der sentenzhafte Charakter des Stückes, der in dieser Vivaldi-Oper wohl am besten veranschaulicht, dass das Gleichnis wie im biblisch-religiösen Kontext auch hier eine moralisch-didaktische Erbauung anstreben kann.

> CAIO E TUTTI
> Grande è il contento,
> Che prova un core,
> Se dal tormento
> Nasce il piacer.
>
> **Dopo il furore**
> **Di ria procella**
> **Sembra più bella**
> **La calma al nocchier.**

Caio und die anderen Beteiligten besingen das Gefallen an einer reetabilierten Ordnung, nachdem widrige Umstände (vor Opernbeginn) diese ins Wanken brachten. Diese für sich schon ausreichende Sentenz bekräftigen die Figuren in der zweiten Strophe mit dem Gleichnis eines Seefahrers, der nach der Unbill eines rauen Seesturms die beruhigte See zu schätzen weiß. Konzeptuell rückt dieser Chor in die Nähe von Tullias/Ostilios letzter Arie.

Die Anlage des Stückes ist zweiteilig: Zunächst singt Caio, der als Hauptgeschädigter wohl am nachhaltigsten die Lehre aus der ganzen Intrige zieht, die erste Strophe mit der zu einer Moral verfestigten Lebensweisheit. Diese wird vom gesamten Ensemble vierstimmig ausgesetzt wiederholt. Das gleiche gilt für die zweite, metaphorische Strophe. Eine Wiederholung der ersten Strophe bleibt aus. Es liegt hier ein vergleichsweise einfacher Satz in C-Dur und beschwingtem 3/8-Takt vor, der gänzlich ohne virtuose Koloraturen und ohne zahlreiche Repetitionen auskommt und auf diese Weise die Ruhe und Gesetztheit der Moral zum Ausdruck bringt.

4. Fazit

Obwohl sie seit ihrem Aufkommen auch immer wieder heftiger Kritik ausgesetzt ist, stellt die barocke Gleichnisarie bis heute ein Faszinosum dar und wird daher bisweilen auch losgelöst von dem ganzen Opernwerk, dem sie entstammt, konsumiert. Der sprach- und musikwissenschaftlichen sowie generell der zeichentheoretischen Forschung liefert sie einen facettenreichen Untersuchungsgegenstand. An ihrem Beispiel wird nämlich deutlich, in welchem Maße die bildhafte Rede als Verbindungs- oder Scharnierelement zwischen den Künsten fungieren kann. In dem vorliegenden Beitrag wurde dem *Wie* ebendieser Funktion der Metapher, der Allegorie, des Gleichnisses etc. in der Barockoper als polysemiotischem Kommunikat detailliert nachgegangen. In den meisten Fällen entfaltet sich zwischen der doppelt codierten – weil auf wörtlicher *und* bildlicher Ebene zu deutenden – verbalen Aussage, Musik (und Szene) ein vielschichtiges semiotisches Wechselspiel. Es ist ebendiese konstante Verwendung des Sprachbilds, die in Domenico Lallis und Antonio Vivaldis erstem gemeinsamen operndramatischen Werk *Ottone in villa* (1713, RV 729) eine produktive Klammer bildet und die dem Stück – trotz aller Kritik am Nummernmodell – auf diese Weise eine Kohärenz verleiht, deren Untersuchung lohnenswert erscheint.

5. Quellenverzeichnis

Agnetta, Marco (2017): „Musik – Sprache – (Sprach-)Bild. Zur Semiotizität italienischer barocker Gleichnisarien (Teil 1)“, in: *ATeM – Archiv für Textmusikforschung* 2, 1–16, https://www.atem-journal.com/ATeM/article/view/2017.02/2590 (12.04.2024).

Agnetta, Marco (2018): „Musik – Sprache – (Sprach-)Bild. Zur Semiotizität italienischer barocker Gleichnisarien (Teil 2)“, in: *ATeM – Archiv für Textmusikforschung* 3,2, 1–19, https://www.atem-journal.com/ATeM/article/view/2018_2.02/2552 (12.04.2024).

Agnetta, Marco (2021): „Medium, Disposition, Semantik und Diskurs. Zur systematischen Analyse eines Werbespots als polysemiotisches Kommunikat“, in: Catani, Stephanie/Pfeiffer, Jasmin (eds.): *Künstliche Welten zwischen Multisensorik und Multimedialität*, Berlin/Boston: De Gruyter, 231–256.

Bauman, Thomas (1998): „Das 18. Jahrhundert: Ernste Oper“, in: Parker, Roger (ed.): *Illustrierte Geschichte der Oper*, aus dem Englischen von Ute Becker, Dieter Fuchs und Dorothee Göbel, Stuttgart/Weimar: J.B. Metzler, 52–93.

Brzoska, Matthias (2015): *Die Geschichte der Oper. Eine Einführung*, Laaber: Laaber Verlag.

Dahlhaus, Carl (1981): „Zeitstrukturen in der Oper“, in: *Die Musikforschung* 34, 1, 2–11.

Fischer-Lichte, Erika (1983): *Semiotik des Theaters*, Bd. 1: *Das System der theatralischen Zeichen*, Tübingen: Narr.

Gracián, Baltasar (1647): *Oráculo manual, y arte de prudencia*, Huesca: Iuan Nogues.

Händel, Georg Friedrich [Musik]/Jennens, Charles [Libretto] (1740): *L'Allegro, il Penseroso ed il Moderato* (HWV 55), hrsg. v. Friedrich Chrysander, Digitalisat, https://s9.imslp.org/files/imglnks/usimg/9/9a/IMSLP722743-PMLP3541-00._HANDEL_-_L'ALLEGRO,_HWV._55_-_Conductor_Score.pdf (12.04.2024).

Holly, Werner (2009): „Der Wort-Bild-Reißverschluss. Über die performative Dynamik audiovisueller Transkriptivität“, in: Linke, Angelika/Feilke, Helmuth (eds.): *Oberfläche und Performanz. Untersuchungen zur Sprache als Dynamischer Gestalt*, Tübingen: Niemeyer, 389–406.

Kohl, Katrin (2007): *Metapher*, Stuttgart: J.B. Metzler.

Lakoff, George (1991): „Metaphor and War: The Metaphor System Used to Justify War in the Gulf“, in: *Viet Nam Generation Journal & Newsletter*, o.S., http://www2.iath.virginia.edu/sixties/HTML_docs/Texts/Scholarly/Lakoff_Gulf_Metaphor_1.html (24.03.2023).

Lakoff, George/Turner, Mark (1989): *More than a Cool Reason. A Field Guide to Poetic Metaphor*, Chicago/London: University of Chicago Press.

Lalli, Domenico (1713): *Ottone in villa*. Digitalisat des Leselibrettos, Venedig: Antonio Bortoli, http://www.urfm.braidense.it/rd/03608.pdf (12.04.2024).

Leopold, Silke (2006): *Die Oper im 17. Jahrhundert* (= *Geschichte der Oper*, Bd. 1), Laaber: Laaber Verlag.

Menchelli-Buttini, Francesca (2006): „Die Opera seria Metastasios“, Übersetzung und Revision von Reinhard Strohm, in: Schneider, Herbert/Wiesend, Reinhard (eds.): *Geschichte der Oper. Die Oper im 18. Jahrhundert*, Laaber: Laaber Verlag, 9–28.

Noske, Frits (1994): „Verbal and Musical Semantics in Opera: Denotation and Connotation“, in: Bernhart, Walter (ed.): *Die Semantik der musiko-literarischen Gattungen. Methodik und Analysen*, Tübingen: Narr, 35–50.

Pielenz, Michael (1993): *Argumentation und Metapher*, Tübingen: Narr.

Schmitz, Ulrich (2003): „Lesebilder im Internet. Neue Koalitionen und Metamorphosen zwischen Text und Bild“, in: *Zeitschrift für Germanistik (neue Folge)* 13/3, 605–628.

Schneider, Herbert/Wiesend, Reinhard (2006): „Einleitung“, in: Schneider, Herbert/Wiesend, Reinhard (eds.): *Geschichte der Oper. Die Oper im 18. Jahrhundert*, Laaber: Laaber Verlag, IX–XIV.

Strohm, Reinhard (2008a und b): *The Operas of Antonio Vivaldi*, Bd. I und II, Firenze: Leo S. Olschki Editore.

Vivaldi, Antonio [Musik]/Lalli, Domenico [Libretto] (1713): *Ottone in villa* (RV 729). Digitalisat der Handschrift aus der Nationalbibliothek in Turin (I-Tn Foà 37, fol 2–118, https://vmirror.imslp.org/files/imglnks/usimg/c/c2/IMSLP564229-PMLP572127-Vivaldi_-_Ottone_in_Villa,_RV_729_-Foa_37-.pdf (12.04.2024).

Wagner, Richard (1852/2008): *Oper und Drama*, Stuttgart: Reclam.

Wiesend, Reinhard (2006): „Die italienische Oper im 18. Jahrhundert: Hinführung“, in: Schneider, Herbert/Wiesend, Reinhard (eds.): *Geschichte der Oper. Die Oper im 18. Jahrhundert*, Laaber: Laaber Verlag, 1–8.

Führen gute Hirten sanft? Zum Problem der Revitalisierung von Metaphern in historisch vergleichender Perspektive*

Juliane Bienert (juliane.bienert@rub.de)/**Manfred Eikelmann** (manfred.eikelmann@rub.de)/**Paul Fahr** (paul.fahr@rub.de)/ **Christian Schwermann** (christian.schwermann@rub.de)/ **Anna Kristina Wand** (anna.wand@rub.de)/**Maren Veronika Ziegler-Bellenberg** (maren.ziegler-bellenberg@rub.de)
Ruhr-Universität Bochum

Abstract

Dieser Artikel setzt sich zum Ziel, die sprachliche Kontextdetermination von nicht-konventionalisierten und revitalisierten konventionalisierten Metaphern systematisch zu erschließen. Dabei werden verschiedene Typen von Einbettungsstrukturen im Hinblick auf ihre pragmatischen, semantischen und rhetorischen Funktionen differenziert und auf den Begriff gebracht. Um die kulturübergreifende Verbreitung dieser Strukturen zu belegen, wird gezeigt, dass sie in räumlich und zeitlich distanten Literaturen das intra- und transphrastische Vor- und Nachfeld einer exemplarischen Metapher prägen, nämlich der Metapher des Hirten für den Herrscher. Dies wird anhand ausgewählter Textbeispiele aus der antiken und mittelalterlichen chinesischen Literatur auf der einen sowie der lateinischen und mittelhochdeutschen Literatur des europäischen Mittelalters auf der anderen Seite illustriert. Dabei lässt sich feststellen, dass (1.) die Hirtenmetapher in verschiedenen Textkulturen unabhängig voneinander entwickelt wurde, (2.) sie dabei unterschiedliche konzeptuelle Ausprägungen erfahren hat und (3.) die im Zuge dieser Ausprägungen eingesetzten Einbettungsverfahren gleichwohl identisch sind und damit möglicherweise universalen Status genießen.

This article systematically explores the linguistic contextual determination of both non-conventional and revitalized conventional metaphors. It differentiates three types of embeddings in terms of their pragmatic, semantic and rhetorical functions. In order to provide evidence for the cross-cultural prevalence of these types of embeddings, it is shown that they shape the textual environment of an exemplary metaphor, namely the metaphor of the shepherd for the ruler, in literatures that are distant in space and time. This is illustrated by selected examples from ancient and medieval Chinese literature on the one hand, and Latin and Middle High German literature of the European Middle Ages on the other. It turns out that (1) the metaphor of the shepherd was developed independently in different textual cultures, that (2) it underwent different conceptual interpretations in the process, and that (3) the embeddings employed for this purpose are nonetheless identical and thus may have universal status.

* Für zahlreiche Hinweise und wertvolle Verbesserungsvorschläge danken wir den anonymen Gutachtern. Judith Visser danken wir für ihr Interesse an unserem Beitrag und ihre freundliche Unterstützung bei seiner Publikation.

1. Einleitung

Seit dem richtungsweisenden Aufsatz von Harald Weinrich (1927–2022) zur „Semantik der kühnen Metapher" (Weinrich 1963) scheint sich in den Philologien die Ansicht durchgesetzt zu haben, dass gewagte Metaphern gerade nicht der sprachlichen Einbettung bedürfen. Demnach benötigen sie auch keine Markierung in der Weise des *hedging* bzw. einer Verortung des bildlich beleuchteten Phänomens oder der semantischen Kommentierung im Sinne der bedeutungsmäßigen Anbahnung und Bestätigung einer nicht-konventionalisierten Metapher in deren intra- und transphrastischem Vor- oder Nachfeld. Für Weinrich war der Grad der Kontextdetermination einer Metapher ein entscheidendes Kriterium für deren 'Kühnheit':

> Eine starke Determination des bildempfangenden Kontextes, gleichgesinnte Metaphern in der Nachbarschaft des Textes und die Vertrautheit mit dem traditionellen Bildfeld – das alles wirbt für eine Metapher und macht sie uns vertraut, auch wenn sie uns aus diesem oder jenen Grund befremdet. Wenn wir sie aber schon oft gehört haben, wenn sie schon zum Klischee oder zur sogenannten Exmetapher geworden ist, dann ist von Kühnheit natürlich noch weniger die Rede (ibid.: 342).

Wie Weinrich selbst einräumte, dachten die antiken Rhetoriker anders darüber, da sie nach dem Vorbild Ciceros die Verwendung anbahnender Formeln wie des europäisch verbreiteten *ut ita dicam* empfahlen (cf. ibid.: 325). Zudem zeigen die im Folgenden vorzustellenden Stichproben aus räumlich und zeitlich weit entfernten vormodernen Literaturen, dass einerseits auch nicht-konventionalisierte Metaphern im sprachlichen Umfeld als solche markiert und kommentiert und andererseits konventionalisierte Metaphern gerade durch solche Kommentierungen revitalisiert werden können.

2. Begriffliche Vorklärungen: Marker, Carrier, Grounder

Die eben erwähnten semantischen Kommentierungen einer Metapher sind von der Qualifizierung derselben z.B. durch metakommunikative Marker, *hedges* oder bloße Verortungen des metaphorisch beleuchteten Phänomens, welche die metaphorische Bedeutungsübertragung lediglich markieren oder signalisieren (cf. Goatly 2011: 178–209; Müller 2011; Reijnierse et al. 2017), sorgsam zu unterscheiden. Bei den drei letzteren, die im Anschluss an Goatly (2011) et al. zusammen als *Marker* bezeichnet werden sollen, handelt es sich um semantisch

unspezifische Elemente wie *um es mit einem Bild zu sagen*, *sozusagen* (*ut ita dicam*), *eigentlich*, *fast*, *gleichsam*, *quasi*, *strenggenommen* oder *typischerweise*, welche die Bedeutungsübertragung selbst qualifizieren, deren Grad einschränken und so die semantische Distanz zum intendierten Konzept scheinbar reduzieren, oder um Modifikationen, welche semantisch spezifisch sind, die Bedeutungsveränderung näher lokalisieren (*ganz schöne Suppe da draußen*) und so das intendierte Konzept im Hinblick auf die der Metaphorisierung zugrundeliegende Ähnlichkeitsrelation profilieren.

Erstere hingegen, nämlich die von den letzteren drei zu unterscheidenden semantischen Kommentierungen, bilden sprachliche Elemente im intra- und transphrastischen Vor- oder Nachfeld einer Metapher, welche die semantische Distanz zwischen dem intendierten Konzept und der wörtlichen Bedeutung des metaphorischen Ausdrucks überbrücken und auf diese Weise metaphorische Bedeutungsveränderung und Begriffsbildung explizieren. Im Hinblick auf ihre Funktion sollen diese in Anlehnung an die Bedeutung von *μεταφέρω* (*metaphérō*), 'weg-, anderswohin-, hinübertragen', als *Carrier* bezeichnet werden. Dazu zählen insbesondere (1.) bedeutungstragende Elemente wie Metaphernnetze, die mit einer nicht-konventionalisierten Metapher in Beziehung stehen und das intendierte Konzept verstärken, oder eine als Leitvorstellung wirkende „Hintergrundmetaphorik" (Blumenberg 1998: 91), die eine konventionalisierte Metapher revitalisiert, sowie (2.) formale Elemente wie Parallelismus oder Reim, die auf dem Wege der Strukturbildung semantische Relationen zwischen einer nicht-konventionalisierten Metapher und ihrer sprachlichen Umgebung setzen oder auf diese Weise zur Revitalisierung einer konventionalisierten Metapher beitragen. Carrier können sowohl im unmittelbaren als auch im weiteren Satzkontext einer Sprungtrope auftreten und sind im Hinblick auf die eben erwähnten formalen Strukturen nicht allein über ihre Semantik bestimmbar, sondern auch über ihre Stellung und Funktion im Satz oder transphrastischen Kontext.

Schließlich muss man neben Markern und Carriern als dritten Aspekt das die Metapher als Kontext determinierende Weltwissen berücksichtigen, jene kulturelle Umgebung und jenes enzyklopädische Wissen also, die das Erkennen einer Metapher nicht selten erst ermöglichen und aus denen sich zu wesentlichen Teilen die metaphorische Bedeutung speist (cf. Danneberg 2002: 270–271). Ebenso wie die wörtliche Bedeutung eines Ausdrucks ist das Weltwissen der Metapher „mit dem Konzept als mentaler Vorstellung einer Referentenklasse

verbunden“ (Blank 2001: 138), so dass es, ohne einzelsprachlich gebunden zu sein, alle zu einem Konzept gespeicherten kulturspezifischen Informationen umfasst. Zentraler Bezugspunkt für dieses Kontextwissen ist „das überlieferte Archiv kultureller Vorstellungen“ (Friedrich 2015: 191), das ein „system of associated commonplaces“ (Black 1954: 287) bildet, wie z.B. die politische Körpermetaphorik, die der Einheit von Gemeinschaftswesen und Gesellschaft Ausdruck verleiht (cf. Peil 1983: 302–488). Um diese metaphorischen Bezüge zum außersprachlichen Kontextwissen zu fassen, sprechen wir von *Grounding* und bezeichnen Referenzen, die das kontextuelle ‘Erden‘ einer Metapher bewirken, als *Grounder*. Zu den Groundern zählen dabei außer objektiv fassbaren Wissensbeständen auch assoziative Konnotationen, da sie das metaphorische Sprechen wesentlich mitprägen (cf. Blank 2001: 239).

Um die besagten Einbettungsverfahren im intra- und transphrastischen Vor- und Nachfeld einer Metapher beschreiben zu können, greifen wir also auf den bereits etablierten Begriff des Markers zurück und ergänzen ihn durch die Begriffe *Carrier* und *Grounder*, für die es unseres Wissens keine Äquivalente in der Forschungsliteratur gibt. Dabei setzt sich unser Beitrag das Ziel, diese Verfahren anhand konkreter Textbeispiele vorzustellen und in die Forschungsdiskussion zur Metapher einzuführen. Es soll nachgewiesen werden, dass diese Verfahren nicht an bestimmte Einzelsprachen und Kulturen gebunden sind, sondern das sprach- und kulturübergreifende Phänomen der Metapher als solches berühren. Zu diesem Zweck werden ausgewählte Textbeispiele aus distanten Literaturen untersucht, welche sich weitestgehend unabhängig voneinander entwickelt haben, nämlich solche aus der antiken und mittelalterlichen chinesischen sowie aus der mittelalterlichen Literatur in Europa. Alle Belege machen von derselben Metapher Gebrauch – der des Hirten für den Herrscher –, um zeitgenössische Herrschaftsverhältnisse zu kommentieren. Zudem bieten sie ohne Ausnahme Beispiele für Marker, Carrier und Grounder. Diese Typen der Kontextdetermination revitalisieren jeweils die konventionalisierte Kernmetapher und schärfen ihre spezifische kulturgebundene Bedeutung. Während die Metapher selbst und die zu ihrer Profilierung eingesetzten Einbettungsverfahren also in ganz verschiedenen Sprachen nachzuweisen sind, fallen die durch letztere hergestellten Implikationen jeweils unterschiedlich aus. Daraus folgt, dass einer Metapher ihr spezifischer Sinn wesentlich aus den sprachlichen und kulturellen Kontexten zuwächst; diese gilt es daher systematisch mithilfe eines möglichst universellen Instrumentariums zu erschließen.

Unsere Ausführungen gliedern sich in vier Teile. Zunächst stellen wir die Metapher des Hirten und seiner Herde vor (3.), darauf folgen die Textanalysen, zuerst von Beispielen in altchinesischen Herrschaftslehren und der mittelalterlichen chinesischen Dichtung (4.), danach von Beispielen aus der politischen Theorie sowie der Lyrik der lateinischen und mittelhochdeutschen Literatur des Hochmittelalters (5.). Eine vergleichende Bewertung der Ergebnisse sowie ein Ausblick beschließen den Aufsatz (6.).

3. Hirte und Herde in kulturvergleichender Perspektive

„Ich bin der gute Hirte. Der gute Hirte läßt sein Leben für die Schafe" (*Bibel*, *Joh* 10, 11). In Europa gilt die Metapher des *guten Hirten*, wie sie das Johannes-Evangelium zuerst auf Jesus überträgt, als Modell für das Handeln und Verhalten christlicher Amtsträger und Herrscher. Danach handelt der *Hirte* nicht als gebietender Herrscher, sondern sorgt für die ihm anvertraute *Herde*, er verantwortet das Wohl aller einzelnen Tiere und ist sogar bereit, sein Leben für sie zu opfern. Obwohl schon Schriftzeugnisse des 3. und 2. Jt. v.u.Z. aus Mesopotamien und Israel sowie dem antiken Griechenland die Bildlichkeit des guten Hirten für Götter und Herrscher verwenden, begegnet diese erst in frühchristlicher Zeit als Leitmetapher und als ikonographischer Typ, den beispielhaft das spätantike Mosaik des Mausoleums der Kaiserin Galla Placida in Ravenna zeigt (cf. Suchan 2015; Dresken-Weiland 2015). Dabei ist die Metapher mit den Idyllen der bukolischen Schäferdichtung der Antike verwandt, so dass auch die Beziehung von Hirte und Herde einem „harmonisierten, politisch-hierarchischen Verhältnistypus" (Schönbeck 2022: 441) nahesteht. Noch bis in die europäische Neuzeit und Moderne erscheint die Metapher des *guten Hirten* geradezu als „Leitmotiv politischer Zoologie" (Macho 2007: 71).

Allerdings reicht die Präsenz der Metaphorik des *Hirten* und der *Herde* zugleich weit über die christlich-abendländische „Bildfeldgemeinschaft" (Weinrich 1976: 287; zum Bildfeldbegriff cf. kritisch zusammenfassend Rolf 2005: 68–71) hinaus, ohne dass ihre globale Verbreitung schon empirisch erfasst wäre. So weiß man zwar, dass *Hirte* und *Herde* „[i]m altorientalischen Kulturkreis" (Suchan 2015: 33) als Metapher für das Verhältnis zwischen Gott und Gläubigen sowie König und Volk bekannt war. Noch nicht erschlossen ist dagegen die Hirtenbildlichkeit im ostasiatischen Raum, etwa in der antiken chinesischen Schriftkultur, wobei auch die sinologische Forschung hier noch in

den Anfängen steckt. Unter kulturvergleichender Perspektive stellt sich für Asien und Europa die Frage, ob sich die Hirtenmetaphern weit entfernter Sprachen und Bildkulturen methodisch valide vergleichen lassen. Schließlich gelten komparatistische Analysen meist enger verwandten Sprachen, Gesellschaften und Kulturen. Andererseits betrachten wir es aber auch als methodischen Vorteil, dass sich die Metaphorik in östlichen und westlichen Kulturen weithin unabhängig voneinander entwickelt hat. Aufgrund der Unterschiede in Bildgenese und Bildgebrauch wird es damit möglich, ein zentrales Feld der politischen Metaphorik unter abweichenden sprachlichen und soziokulturellen Bedingungen kontrastiv zu beobachten.

Mit Blick auf diese Problemlage geht unser Ansatz von der Annahme aus, dass die zu vergleichenden *Hirte-Herde*-Konzepte einander nicht exakt entsprechen, sondern im Sinne von Wittgensteins 'Familienähnlichkeiten' jeweils unscharfe Grenzen aufweisen und auch in unscharfer Relation zueinander stehen. Die aus den Konzepten derivierten Metaphern des Behirtens basieren in den von uns betrachteten Bildkulturen daher auf spezifischen Ausprägungen „bestimmter allgemeinmenschlicher Anschauungen und Denkstrukturen unter dem Einfluss besonderer kultur-, mentalitäts- und sozialgeschichtlicher Bedingungen" (Schwermann 2011: 219). Und ohne eine Homogenität der Hirtenmetapher zu unterstellen, fragen wir danach, wie Konzepte, Verfahren der Anbahnung und Kontexte kulturspezifisch kon- und divergieren.

Einen sachlichen Ausgangspunkt bietet die jüngere Forschung zur *Governmentality*, für die der Aufsatzband *Gute Hirten führen sanft. Über Menschenregierungskünste* des Soziologen Ulrich Bröckling repräsentativ ist. Bröckling untersucht Praktiken der Fremd- und Selbstführung und bezeichnet diese, angelehnt an Foucaults *Geschichte der Gouvernementalität* (Foucault [7]2020), mit dem auf soziale Machtformen ausgerichteten Begriff der *Menschenführung* (Bröckling [3]2019: 15–44). Im Anschluss an Foucault sieht Bröckling in der Beziehung zwischen dem Hirten und seiner Herde ein Konzept, das sich aus der Genealogie der pastoralen Metaphorik herleitet:

> Das Metaphernpaar vom Hirten und seiner Herde könnte unzeitgemäßer kaum sein. Es atmet Landluft, weckt Assoziationen an archaische Viehzüchterkulturen, bukolische Idyllen oder biblische Gleichnisreden. Als Bild für zeitgenössische Menschenregierungskünste taugt es dagegen, auf den ersten Blick jedenfalls, nicht. […] Und doch zeigen pastorale Metaphern auch in der Moderne eine

> erstaunliche Persistenz. Selbst wenn Hirt und Herde nicht mehr explizit aufgerufen werden, bleiben sie implizit als Bezugsgrößen präsent (Bröckling [3]2019: 15).

Nicht zuletzt um ihrer über Jahrhunderte bis in die Moderne bestehenden Persistenz willen findet die Hirtenmetapher gegenwärtig als Modell für soziale Beziehungen neues Interesse. Michel Foucault hatte darin eine neue Form der Machtausübung gesehen, bei der, anders als bei der Anleitung durch direkten Zwang, das planvoll einwirkende Führen eine „Unterwerfungsbeziehung" (Foucault [7]2020: 255) aufbaut. Daher geht es nicht nur um Techniken der Fremd- und Selbstführung, sondern auch darum, wie die Konzepte des Führens die einzelnen Subjekte „adressieren, auf welche Weise diese sich selbst begreifen, für sich sorgen und an sich arbeiten sollen und nicht zuletzt, welche affektiven Dispositionen und welche Agency ihnen zugeschrieben werden" (Bröckling 2018: 32). Grundsätzlicher kommt es auf die Differenz zwischen Herrschen und dem Führen als 'sanfter' Machtform an. Gehören zum Herrschen nämlich etwa die Zwänge militärischer Befehle oder gerichtlicher Urteile, sind dagegen für die Menschenführung zugewandte Praktiken der Seelsorge oder psychologischer Therapien exemplarisch. Nach Ansicht Foucaults und Bröcklings ergibt sich daraus das generelle Diskursprofil der Metapher: Die Figur des Hirten, der seine Herde umsorgt und schützt, erscheint „als Gegenentwurf zu jener des Souveräns" (Bröckling [3]2019: 19), der herrscht, ohne sich um die Einzelnen und die Gruppe zu kümmern. Nur stellt sich für unseren Ansatz hier nicht allein die Frage, wie die Leitmetapher des *guten Hirten* als Modell der Menschenführung umgesetzt wurde, sondern grundsätzlicher auch das Problem, ob die Unterscheidung zwischen Führen und Herrschen historisch und kulturell übergreifend in Anschlag zu bringen ist.

Ein weiteres Problem kommt hinzu: Denn während Foucault und Bröckling die Analyse der Techniken pastoraler Menschenführung ertragreich auf den Weg bringen, erhält die sprachliche Dimension der Hirtenmetapher bei ihnen wenig Aufmerksamkeit. In Ergänzung des soziologischen Ansatzes hat man daher zu Recht nähere Analysen der Metaphorizität und rhetorischen Funktionsweise der pastoralen Bildlichkeit gefordert (cf. Bühler 2013: 34). Dies gilt schon für das vorausgesetzte Metaphernverständnis, soweit es die Gefahr birgt, das Hirtenbild einseitig auf die Konzepte der *Fürsorge* und *Obhut* festzulegen (cf. Hunziker-Rodewald 2021: 4). Was gerade auch die Sprachlichkeit im Sinne von Goatly (2011) erkennen lässt, ist das Doppeldeutige und Widersprüchliche der

Metapher, insofern bei ihr das Behirten mit der „Konstruktion eines hierarchischen Abstands zwischen dem Hirten und den Schafen“ (Großbölting 2022: 11) verschränkt ist – und auch die Fürsorglichkeit des Hirten stets die Ungleichheit der Herde impliziert. Darüber hinaus erschließt sich das sprachliche Potenzial der Hirtenmetapher in zwei Aspekten: Erstens im Blick auf die assoziierten semantischen Bereiche und den Prozess der metaphorischen Übertragung. In diesem Prozess wird das auf die Herde bezogene Handeln des Hirten als *source domain* auf die kulturelle Praxis der Menschenführung als *target domain* übertragen. Dies geschieht so, dass die realisierte Metapher neue Verbindungen zwischen der als vertraut erfahrbaren Figur des Hirten und der unvertrauten, sich der Anschauung entziehenden Vorstellung eines Gottes oder Herrschers hervorruft. Auf kognitiver Ebene verknüpft die Metapher also den konzeptuellen Bereich FREMD- UND SELBSTFÜHRUNG mit dem Bereich BEHIRTEN, um, unter Einbeziehung verschiedener Szenarien, ein Konzept der MENSCHENFÜHRUNG zu strukturieren (cf. Kohl 2007: 39–45). Zweitens aber erschließt sich das metaphorische Potential in Hinsicht auf die Ebene der individuellen und intentionalen Verwendung: Als konventionalisierte Metapher bedarf das Bild von *Hirte* und *Herde* der Revitalisierung. Es ist ein Fallbeispiel für solche Metaphern, die auf kontextuelles Markieren (Marker), semantisches Überbrücken (Carrier) und den referentiellen Bezug auf Kontextwissen (Grounder) geradezu angewiesen sind.

Außer dem Bild des *Hirten* und *seiner Herde* ist eine ganze Reihe von Metaphern des *Führens anderer* und des *Sich-selbst-Führens* bekannt. Verwiesen sei dafür nur auf das bis heute äußerst weite Feld der Herrschaftsmetaphorik mit den Praktiken und Künsten des Bauens, Erziehens, Heilens, Steuerns oder Webens als Bildfeldern (cf. Peil 1983; Bröckling ^{3}2019: 17, 42–43). Beispielhaft sind die Bilder der Seefahrt und der Kunst des Steuerns, die schon im politischen Denken der griechischen und römischen Antike begegnen (cf. Foucault 2009: 260–261, 310–311; ferner die Metapher des *Großen Steuermanns* [*da duoshou* 大舵手] in China). Allerdings muss man dabei noch fragen, wie die Hirtenbildlichkeit im Vergleich zu diesen alternativen Metaphern konzeptualisiert ist. Die folgende Analyse zur Literatur des vormodernen China soll auch in dieser Hinsicht das Potential zeigen, das die Hirtenmetapher gerade komparatistischen Analysen bietet.

4. Die Hirtenmetapher in der antiken und mittelalterlichen chinesischen Literatur

In seiner Grundbedeutung 'Hirte' findet das Nomen *mu* 牧 bereits in Bronzeinschriften der West-Zhou 周-Zeit (ca. 1045–771 v.u.Z.) Verwendung.[1] Spätestens seit dem dritten Jahrhundert v.u.Z. findet sich das Verb *mu* 牧, 'Tiere hüten', auch in seiner übertragenen Bedeutung 'regieren'.[2] Der früheste gesicherte Beleg für die metaphorische Verwendung des Nomens *mu*, 'Hirte', stammt aus der Schrift „Lü xing" 呂刑 ('Die Strafgesetze des Fürsten von Lü').[3] Diese ist als ein Kapitel des kanonisierten *Shang shu* 尚書 ('Ehrwürdige Dokumente') überliefert, welches in die frühe Chunqiu 春秋-Periode (770–476 v.u.Z.) datiert wird.[4] In antiken chinesischen Texten zur Menschenregierungskunst ist die

---

1 Inschrift auf dem „Shi Hui *gui*" 師獸毀, späte West-Zhou-Zeit (*Yin Zhou jinwen jicheng* 1984-1994: vol. 8, Nr. 4311, 263); für die folgende Transkription cf. Shirakawa (1962–1984: vol. 31, Nr. 186, 741): 女有隹小子。余令女死我家。䝱𤔲我西隔東隔僕馭百工牧臣妾。東裁內外。毋敢否善. Cf. die Übersetzung von Li Feng (2006: 106):

> Although you are but a young man, I command you to serve our family diligently, in charge of the servant chariot-drivers, the hundred craftsmen, the herders, and the male and female slaves in our western district and eastern district, interrogating and judging both internal and external affairs. Don't dare to be not good!

2 Cf. z.B. die folgende Stelle im Kapitel „Jun chen shang" 君臣上 ('Fürst und Minister I') der Sammlung *Guan zi* 管子 (*Meister Guan*), das Rickett (1985: 400) in die Mitte des dritten Jahrhunderts v.u.Z. datiert: 是故，有道之君，上有五官，以牧其民，則眾不敢踰軌而行矣。 'Eben darum gilt: Wenn ein Fürst, der die rechte Methode [des Herrschens] begriffen hat, auf der obersten [Hierarchieebene] fünf Beamte hat, um sein Volk zu regieren, dann wird es die Mehrheit nicht wagen, zu handeln, indem sie die Normen übertritt' (*Guan zi jiaozhu* 2004: 30.559). Cf. weitere Belege unten. Bereits gegen Ende des zweiten Jahrhunderts v.u.Z. bildeten das Verb *mu* und das Verb *si* 司, 'beaufsichtigen', ein Kopulativkompositum *musi* 牧司, 'kontrollieren, überwachen', das auf eine wechselseitige Kontrolle durch nominell einander Gleichgestellte im Rahmen eines Überwachungssystems referiert: 令民為什伍，而相牧司連坐。 'Er [Gongsun Yang 公孫鞅, d. i. Wei Yang 衛鞅 bzw. Shang Yang 商鞅] veranlasste, dass die Bevölkerung Gruppen von zehn und fünf [Familien] bildete und diese sich gegenseitig kontrollierten und in erweiterter Weise (d.h. innerhalb der Sippe) füreinander hafteten' (*Shiji* 1959: 68.2230).

3 Cf. *Shangshu jinguwen zhushu* (1986: 528): 王曰：「嗟！四方司政典獄。非爾惟作天牧？ 'Der König sprach: ‚Oh, ihr, die ihr in den peripheren Gebieten [außerhalb der königlichen Domäne] die Regierungsgeschäfte führt und die Urteile sprecht: Ist es nicht so, dass ihr als Hirten des Himmels agiert?'' Cf. *Hanyu da cidian* (1986-1994: vol. 6, 245a, s.v. 牧, 8).

4 Die Authentizität und der genaue Entstehungszeitpunkt der einzelnen Kapitel im *Shangshu* sind umstritten. Das vorliegende Kapitel wird meist in die frühe Chunqiu-Zeit datiert, einige halten es aber auch für eine Schrift aus der Regierungszeit von König Mu 穆 (956-918 v.u.Z.).

metaphorische Darstellung des Herrschers als Hirte des Volkes wohl schon seit dem vierten Jahrhundert vor unserer Zeit belegt. Eine Textstelle aus den *Guo yu* 國語 (*Texte [geordnet nach] Ländern*), einem Fürstenspiegel aus der Zeit der Streitenden Reiche (Zhanguo 戰國, fünftes Jh.–221 v.u.Z.; cf. Bohlen 2023: 45–69 zu Datierung und Literargeschichte sowie Fahr 2022: 559–587 zum Titel), zeigt beispielhaft die konventionalisierte Verwendung der Hirtenmetapher im Rahmen von dessen Herrschaftslehre. Ein Beamter erklärt dem Fürsten eines Regionalstaates die moralische Vorbildfunktion eines Monarchen hier folgendermaßen:

1) 且夫君也者，將牧民而正其邪者也，若君縱私回而棄民事，民旁有慝無由省之，益邪多矣。(*Guo yu* 1978: 4.182)

   ‘Was überdies das Fürstsein im wahren Sinne des Wortes angeht, so heißt dies, das Volk zu behirten/regieren und sein [des Volkes] Fehlverhalten zu korrigieren. Wenn nun ein Fürst sich seinen lasterhaften Eigeninteressen hingibt und die Angelegenheiten des Volkes vernachlässigt, dann wird es überall im Volk zu Übeltaten kommen, ohne dass es die Möglichkeit gäbe, diese zu untersuchen, und das Fehlverhalten wird entsprechend zunehmen.‘

4.1 Revitalisierung der Hirtenmetapher in der antiken chinesischen Literatur

Bereits aus diesem Zitat erhellt der spezifische konzeptuelle Zuschnitt der Hirtenmetapher in der antiken chinesischen Menschenregierungskunst. In der bildlichen Vorstellung des Herrschers als Hirte wird nicht nur die Pflicht konzeptualisiert, das Volk zu beschützen und zu umsorgen, sondern auch die Aufgabe, diesem als moralisches Vorbild zu dienen und Fehlverhalten zu sanktionieren. Zudem gibt die Gleichsetzung des Volkes mit einer Herde Nutztiere, die unter der Führung ihres ‘Hirten‘ sowohl zum Guten als auch zum Schlechten gelenkt werden kann, Aufschluss über die Stellung des Volkes im politischen Denken der damaligen Zeit und deutet auf die Möglichkeit hin, die Beherrschten als wirtschaftlich auszubeutende Ressource zu konzipieren. Die von Foucault und Bröckling beschriebene Unterscheidung zwischen Herrschaft

Zur Entstehungsgeschichte des *Shangshu* cf. Shaughnessy (1993) sowie Jiang Shanguo 蔣善國 (1988).

und Führung, welche durch die Hirtenmetapher in ihrer europäischen Prägung veranschaulicht wird, kommt dabei gerade nicht zum Ausdruck.

Der oben zitierte Rat des Beamten schließt mit einer weiteren Metapher für den Herrscher:

2) 夫君也者，民之川澤也。行而從之，美惡皆君之由，民何能為焉。 (ibid.)

> ‘Was das Fürstsein im wahren Sinne des Wortes angeht, so heißt dies, dem Volk ein Gewässer zu sein: (Des Volkes) Verhalten und seine Gehorsamkeit, ob es gut ist oder schlecht, das hängt alles (von der Vorbildfunktion des) Fürsten ab. Wie könnte das Volk aus eigenem Antrieb handeln in dieser Konstellation?‘

Der Ausdruck *mu min* 牧民, ‘das Volk behirten/dem Volk ein Hirte sein‘, tritt in der zuvor zitierten Rede als metaphorischer Ausdruck für das Konzept des *Regierens* auf, ohne dass er näher erläutert oder erklärt wird, was auf eine bereits bestehende Konventionalisierung dieser Metapher hindeutet. In *Hanyu da cidian* 漢語大詞典 (*Großes Wörterbuch des Chinesischen*), dem derzeit umfangreichsten Wörterbuch der chinesischen Sprache, dient genau diese Textstelle als Beleg für die Verwendung von *mu min* in der Bedeutung ‘das Volk regieren‘ (*zhi min* 治民).[5] Im Vergleich dazu wird der metaphorische Ausdruck *dem Volk ein Gewässer sein* in der Conclusio desselben Textes durch den nachfolgenden Satz erläutert, wie es bei nicht-konventionalisierten Metaphern in altchinesischen Texten in der Regel der Fall ist. Dem Leser wird verständlich gemacht, dass der Herrscher seinem Volk gleichsam die moralische ‘Flussrichtung‘ vorgibt und seine Untertanen sich allein dorthin treiben lassen, wohin er sie führt. Die Metapher *dem Volk ein Gewässer sein* (*min zhi chuanze ye* 民之川澤也) ist in keinem anderen überlieferten Text belegt und auch in keinem Wörterbuch verzeichnet. Ihre Nicht-Konventionalität drückt sich an dieser Stelle also, anders als Weinrich suggeriert, gerade in ihrer Einbettung in einen explizierenden Kontext aus.

Ein weiterer früher Beleg für die Hirtenmetapher begegnet in dem Textkonvolut *Guan zi* 管子 (*Meister Guan*). Dieses enthält unter anderem Traktate zur Menschenregierungskunst, welche zum Teil vermutlich ebenfalls aus dem vierten Jahrhundert v.u.Z. stammen (cf. Rickett 1985 und 1998 zur Datierung der einzelnen Teile). Gleich das erste Kapitel, welches von W. Allyn Rickett

---

[5] Cf. *Hanyu da cidian* (1986–1994: vol. 6, 246, *s.v.* 牧民).

(1985: 52) in die Mitte des vierten Jahrhunderts v.u.Z. datiert wird, trägt die Überschrift „Mu min“ 牧民, ‘Das Volk behirten‘. Es beginnt mit folgenden Worten:

3) 凡有地牧民者，務在四時，守在倉廩。(*Guan zi jiaozhu* 2004: 1.2)

‘Wer Land besitzt und das Volk behirtet/regiert, der muss die Jahreszeiten achten und über die Kornkammern wachen.‘

Auch in diesem Text wird die Hirtenmetapher nicht kommentiert, was als ein weiterer Hinweis darauf zu werten ist, dass diese bereits im vierten Jahrhundert v.u.Z. weitgehend konventionalisiert gewesen sein dürfte. Folgerichtig ist in einer Schrift, die rund zwei Jahrhunderte jünger ist als das *Guan zi*-Kapitel „Mu min“ (‘Das Volk behirten‘), bereits eine Revitalisierung der konventionalisierten Hirtenmetapher zu beobachten. Bei dieser Schrift handelt es sich um eine Throneingabe aus dem Jahre 178 v.u.Z., also aus der frühen Westlichen Han 漢-Dynastie (206 v.u.Z.–6 u.Z.), welche in die *Dokumente der Han* (*Han shu* 漢書) inseriert ist. Darin erläutert der Autor, Chao Cuo 鼂錯 (gest. 154 v.u.Z.), ein Führungsbeamter am Hof des Han-Kaisers Wendi 文帝 (reg. 180–157 v.u.Z.), die Wichtigkeit einer soliden Wirtschaftspolitik:

4) 夫腹飢不得食，膚寒不得衣，雖慈母不能保其子，君安能以有其民哉！明主知其然也，故務民於農桑，薄賦斂，廣畜積，以實倉廩，備水旱，故民可得而有也。民者，在上所以牧之，趨利如水走下，四方亡擇也。(*Hanshu* 1962: 24A.1131)

‘Nun: wenn der Magen knurrt und es nichts zu essen gibt, wenn einem kalt ist und es nichts anzuziehen gibt, dann kann selbst eine fürsorgliche Mutter ihr Kind nicht mehr beschützen. Wie kann da ein Fürst von sich glauben, er würde sein Volk (richtig) regieren? Ein hellsichtiger Herrscher weiß, dass dies so ist. Daher bemüht er sich darum, dass das Volk Ackerbau und Seidenzucht betreibt, und senkt die Steuern, um die Kornspeicher zu füllen und für (Zeiten von) Überschwemmungen und Dürre vorzusorgen. Folglich kann von ihm über das Volk verfügt werden, indem er es an sich bindet. Was das Volk angeht, so kommt es (bei seiner Regierung) darauf an, wie der Kaiser es behirtet/regiert: Es läuft (nämlich) dem eigenen Vorteil so hinterher, wie Wasser (stets) bergab fließt, ohne dabei eine der vier Himmelsrichtungen wählen zu können.‘

Gleich im ersten Satz spielt Chao Cuo auf das in der antiken Literatur weit verbreitete Bild des Herrschers als VATER UND MUTTER DES VOLKES (*min zhi fu*

mu 民之父母) an, ein Konzept patrimonialer monarchischer Herrschaft aus der vor-kaiserzeitlichen konfuzianischen Staatsideologie.[6] Die Analogie von Mutter und Herrscher fungiert hier als Grounder, der beim Leser Assoziationen mit anderen *loci classici* aus älteren Traktaten der Menschenregierungskunst hervorruft. Dabei wird die *Fürsorglichkeit* (*ci* 慈) der Mutter bzw. des Herrschers betont, um die implizite Kritik an den konfuzianischen Vorstellungen monarchischer Ordnung zu verstärken: Fürsorglichkeit allein reiche nicht aus, wenn der Herrscher sein Volk in Krisenzeiten beschützen wolle. Die mithilfe der Hirtenmetapher geäußerte Kritik richtet sich also, anders als in vergleichbaren Texten des europäischen Mittelalters (s.u. in Abschnitt 5), nicht gegen zu wenig mitfühlende Zuwendung, sondern gerade gegen einen Überschuss derselben.

Als Negativbeispiel bildet der erste Satz der oben zitierten Stelle zudem einen Carrier für die Metapher *mu*, 'behirten', in deren letztem Satz, denn das Beispiel illustriert eine Form monarchischer Herrschaft, welche gewisse Aspekte des Behirtens missachtet, die aus Sicht des Autors für die Menschenregierungskunst relevant sind, und diese allein mit den bewährten Rezepten der konfuzianischen Staatsideologie praktiziert. Ein weiterer Carrier für *mu*, 'behirten', ist der Satz '[Das Volk] läuft dem eigenen Vorteil so hinterher, wie Wasser (stets) bergab fließt, ohne dabei eine der vier Himmelsrichtungen wählen zu können' (趨利如水走下，四方亡擇也). Es handelt sich dabei um einen Allgemeinplatz, der in vielen anderen antiken Schriften in dieser oder ähnlicher Form begegnet, unter anderem an den bereits erwähnten Stellen in *Guan zi* sowie in *Shang jun shu* 商君書 (*Schriften betreffs des Fürsten von Shang*) (cf. Schwermann im Druck). In der hier zitierten Throneingabe referiert er auf denjenigen Aspekt der Menschenregierungskunst, dessen Nichtachtung im Negativbeispiel des ersten Carriers bemängelt wird, nämlich auf die Fähigkeit, das eigennützige Gewinnstreben der Beherrschten zu nutzen, um sie in die gewünschten Bahnen (in diesem Fall die Betätigung im Ackerbau) zu lenken.

---

[6] Zwei instruktive Beispiele bieten u.a. ein der konfuzianischen Schule zugerechnetes Textkonvolut mit dem Titel *Xunzi* 荀子 (*Meister Xun*) aus dem dritten Jahrhundert v.u.Z. (*Xunzi jijie* 1988: 5.163; Übersetzung bei Hutton 2014: 75) sowie eine Passage aus *Liji* 禮記 (*Aufzeichnungen zu den Riten*), einer frühkaiserzeitlichen Textsammlung heterogenen Materials (*Liji jijie* 1989: 49.1274; Übersetzung bei Legge 1885: 278). Zu weiteren Belegen und der Geschichte der Figur cf. Andreini (2006).

Durch die Verwendung dieser beiden Carrier gelingt es Chao Cuo, die zum Zeitpunkt der Abfassung seiner Throneingabe bereits vollständig konventionalisierte Hirtenmetapher zu revitalisieren: Indem er seine Kritik an dem im Weberschen Sinne traditionalen Konzept des Monarchen als VATER UND MUTTER DES VOLKES mit dem Vergleich von Volk, welches immer nur seinem eigenen Vorteil hinterherläuft, und Wasser, das seine Laufrichtung nicht frei wählen kann, verbindet, haucht er der toten Metapher des *Behirtens* frisches Leben ein und reichert sie mit neuen Aspekten der Menschenregierungskunst an. Chao Cuo zeichnet einen *Hirten*, der das Volk nicht wie 'Vater und Mutter' (*fu mu* 父母) umsorgt, sondern die in seiner Obhut stehenden Humanressourcen wie ein Manager[7] an die richtige Stelle lenkt, indem er sich das Vorteilsstreben der von ihm Beherrschten zu Nutze macht. Damit aktiviert er das eingangs erwähnte Potential der Hirtenmetapher chinesischen Typs, die Beherrschten als wirtschaftlich auszubeutende Ressource zu konzipieren. Diese erscheinen dabei nicht als empfindsame Subjekte, deren seelischen Bedürfnissen gleichfalls Rechnung zu tragen ist – hierfür steht die von Chao Cuo problematisierte Familienmetapher bereit. Vielmehr profiliert die Metapher des HERRSCHERS ALS HIRTE das leibliche Wohlergehen der Beherrschten. Für dieses soll der *Hirte* Rechnung tragen, um die Arbeitskraft der ihm Unterworfenen bestmöglich abschöpfen zu können.

4.2 Narrativierung der Hirtenmetapher

Weitaus avanciertere Verfahren einer Revitalisierung der Hirtenmetapher[8] finden sich im 30. Kapitel des *Shiji* 史記 (*Aufzeichnungen der Schreiber*), welches von Sima Qian 司馬遷 (ca. 145–ca. 86 v.u.Z.) auf Grundlage der Vorarbeiten seines Vaters und Amtsvorgängers Sima Tan 司馬談 (gest. 110 v.u.Z.) am

---

7 Cf. Bröckling ([3]2019) zum Konzept des Hirten als *human resource manager*.

8 Die Metapher des Behirtens von Tieren für das Regieren von Menschen konnte in der antiken chinesischen Literatur unterschiedlich ausgestaltet werden, wobei sich eine gewisse Grundvorstellung erkennen lässt. Ein Beispiel für die Revitalisierung der Metapher im Rahmen eines Gesprächs zwischen Herrscher und Hirte, welches der im Folgenden vorzustellenden Episode ähnelt, begegnet in der daoistischen Textsammlung *Zhuangzi* 莊子 (*Meister Zhuang*). Dort wird das Regieren des Reiches mit dem Hüten von Pferden verglichen: 夫為天下者，亦奚以異乎牧馬者哉！亦去其害馬者而已矣！ (*Zhuangzi jiaoquan* 4.930 [Kapitel 24]) 'Nun, was das Regieren des Reiches betrifft, inwieweit unterscheidet es sich vom Hüten von Pferden? Es handelt sich lediglich um das Entfernen dessen, was den Pferden schadet!'.

kaiserlichen Hof zusammengestellt wurde. Dort wird der Werdegang einer Person namens Bu Shi 卜式 beschrieben.[9] Bei diesem soll es sich um einen Hirten gehandelt haben, der aufgrund seines Geschicks im Hüten von Ziegen eine Position als hoher Verwaltungsbeamter erlangte und als solcher seine Hirtenkunst von den Ziegen auf die Menschen des Bezirks, für den er zuständig war, ausdehnen konnte:

5) 初，式不願為郎。上曰：「吾有羊上林中，欲令子牧之。」式乃拜為郎，布衣屩而牧羊。歲餘，羊肥息。上過見其羊，善之。式曰：「非獨羊也，治民亦猶是也。以時起居；惡者輒斥去，毋令敗羣。」上以式為奇，拜為緱氏令試之，緱氏便之。遷為成皋令，將漕最。上以為式朴忠，拜為齊王太傅。(*Shiji* 1959: 30.1432)

'Zu Beginn wollte [Bu] Shi kein Palastdiener werden. Der Kaiser sagte zu ihm: ‚Im Shanglin-[Park] habe ich Ziegen; ich möchte Euch sie hüten lassen.' [Bu] Shi wurde daraufhin Palastdiener, und ein einfaches Leinengewand und Schuhe aus Stroh tragend hütete er die Ziegen. Nach einem guten Jahr waren die Ziegen fett und zahlreich geworden. Als der Kaiser vorbeikam und die Ziegen sah, fand er Gefallen daran. [Bu] Shi sagte: ‚So ist es nicht allein mit den Ziegen. Mit dem Regieren von Menschen verhält es sich genauso: Zur rechten Zeit lässt man sie aufstehen oder rasten. Die Schlechten unter Ihnen entfernt man, damit sie die Herde nicht verkommen lassen.' Der Kaiser hielt [Bu] Shi für bemerkenswert, daher machte er ihn zum Magistrat [des Landkreises] Goushi und ließ es ihn dort versuchen. [Der Landkreis] Goushi profitierte davon. [Der Kaiser] beförderte ihn zum Magistrat [des Landkreises] Chenggao, wo er für den Transport von Getreide zuständig war und hervorragende Arbeit leistete. Der Kaiser befand [Bu] Shi für aufrichtig und treu, sodass er ihn zum Obertutor des Titularkönigs von Qi ernannte.'[10]

---

[9] Der Rufname dieses Mannes, *Shi* 式, beutet wörtlich 'Modell' oder 'Vorbild'. Es handelt sich möglicherweise um einen sprechenden Namen: „der Bu, den man sich zum Vorbild [nehmen kann]". Für diesen Hinweis danken wir einem der anonymen Gutachter.

[10] In dem Geschichtswerk *Hanshu* 漢書 (*Dokumente der Han*; 1962: 58.2626) vom Beginn des zweiten Jahrhunderts u.Z., welches dem Hofbeamten Ban Gu 班固 (32-92) zugeschrieben wird, findet sich eine von der hier zitierten Stelle sprachlich nur unwesentlich verschiedene, jedoch präzisere Version dieser Anekdote. Dort wird zum einen die Bedeutsamkeit von Bu Shis Hirtenlehre neben seinem Geschick im Ziegenhüten für die Entscheidung des Kaisers, ihm ein Verwaltungsamt zu übertragen, hervorgehoben, und zum anderen die Übertragung des

Anders als in den zuvor genannten Beispielen wird das Wort *mu* in dieser Anekdote nicht in seiner übertragenen Bedeutung verwendet. Das Verb kommt zweimal vor und regiert jeweils die von Bu Shi gehüteten Ziegen. Die Übertragung auf das Regieren von Menschen entsteht erst durch einen Vergleich, welcher durch den *Marker you* 猶, 'so sein wie', verdeutlicht wird. ('So ist es nicht allein mit den Ziegen. Mit dem Regieren von Menschen verhält es sich genauso.' 非獨羊也，治民亦猶是也。). Für das Regieren des Volks hingegen wird der bereits genannte Ausdruck *zhi min* 治民 verwendet. Durch den aufeinanderfolgenden Gebrauch der Worte *mu*, 'behirten', und *zhi*, 'regieren', wird deren Synonymie in diesem Kontext expliziert.

Die eigentliche Hirtenmetapher steckt in diesem Text hingegen in dem Wort *qun* 羣. Die Grundbedeutung dieses Wortes lautet 'Herde'.[11] Zur Entstehungszeit des Textes war es jedoch bereits seit mehreren Jahrhunderten als Metapher für eine Gruppe von Menschen konventionalisiert.[12] Erst der explizite Vergleich des Hütens von Ziegen mit dem Regieren von Menschen revitalisiert die Metapher. Das zweifach vorkommende Wort *mu* fungiert als Carrier, der die ursprüngliche Bedeutung von *qun* ins Bewusstsein des Lesers hebt, woraufhin *zhi* 治 auf den metonymischen Bedeutungswandel von 'Herde' zu 'Schar' aufmerksam macht. Auch bei dem Zeichen 羊 (*yang*, 'Ziege') handelt es sich um einen Carrier, welcher das Radikal, d.h. den bedeutungstragenden Bestandteil, des Zeichens 群 (*qun*) darstellt und somit die grundlegende Bedeutung des Wortes *qun*, 'Ziegenherde', hervorhebt. Tatsächlich lässt sich die Herrschaftsmetapher buchstäblich aus dem Zeichen herauslesen, da sich dieses aus den Elementen 羊 (*yang*, 'Ziege') und 君 (*jun*, 'Fürst') zusammensetzt. Zwar kann man die Bedeutung eines chinesischen Wortes nicht ohne Weiteres aus den

---

Hütens von Ziegen auf das Menschenvolk expliziter beschrieben: 'Der Kaiser fand seine Worte bemerkenswert und wollte ihn versuchsweise Menschen regieren lassen' (上奇其言，欲試使治民。).

[11] Cf. hingegen Schuessler (2007: 438) zu der Spekulation, dass die Bedeutung 'Herde' sekundär aus einer sinotibetischen Wurzel entstanden ist, die zunächst die Vielheit aller Wesen, nicht nur der von Tieren, bezeichnete. Wir folgen Schuessler hier nicht, da schon allein die Tatsache, dass die weit überwiegende Mehrzahl der Verwendungen von *qun* in antiken Schriften auf Tiere bezogen ist, gegen seine Hypothese spricht.

[12] Zur Schreibung des Zeichens *qun* existiert sowohl die Variante 羣 als auch die jüngere Variante 群, welche sich beide aus dem Zeichen 羊 (*yang*, 'Ziege') und dem Zeichen 君 (*jun*, 'Fürst') zusammensetzen, cf. *Hanyu da cidian* (*Hanyu da cidian* 1986-1994: vol. 9, 184, s.v. 羣, 2).

Bestandteilen des Schriftzeichens ableiten, mit welchem dieses konventionell geschrieben wird. Es steht jedoch zu vermuten, dass sich die Verfasser von Texten, in denen von der Metapher der *Herde* Gebrauch gemacht wird, die Schreibung des Zeichens 群 zu Nutze machten, um mithilfe von Carriern auf die Polysemie des Wortes *qun* aufmerksam zu machen. Da *jun* (Altchinesisch [AC] **kwən*) und *qun* (AC **gwən*) im Altertum, genau wie in der modernen Standardsprache, bis auf den Anlaut homophon waren (Schuessler 2009: 335), nutzte man sie für paronomastische Definitionen und Wortspiele.[13] Ein Beispiel dafür findet sich im *Hanshi waizhuan* 韓詩外傳 (*Nebenaufzeichnungen zum* Buch der Lieder *in der Rezension des Herrn Han*):

6) 「君者何也？」曰：「羣也。為天下萬物而除其害者謂之君。」
(*Hanshi waizhuan jianshu* 2012: 5.506)

‘,Ein Fürst (*jun*) zu sein, was bedeutet das?‘ Die Antwort lautet: ‚Zu versammeln (*qun*). Denjenigen, der alle Wesen der Welt regiert und die Schädlinge unter ihnen entfernt, nennt man Fürst (*jun*).‘‘

Hier lässt sich *qun* als nominalisiertes Derivativverb mit der Bedeutung ‘(als Herde) versammeln‘ verstehen. Auf diese Weise wird genau wie in der Anekdote über Bu Shi das Konzept eines Herrschers erläutert, dessen Pflicht darin besteht, die Mitglieder des Volks (/der Herde) zu schützen, indem er die Schädlinge unter ihnen beseitigt. Dieses letzte Element ist ein zentraler Aspekt der altchinesischen Hirtenmetapher, welcher diese von ihrem europäischen Pendant unterscheidet. War in den *Texten [geordnet nach] Ländern* (*Guo yu*) noch vom ‘Korrigieren des Fehlverhaltens‘ (*zheng qi xie* 正其邪) die Rede, so besteht die metaphorisch verstandene Hirtenkunst in den voranstehenden Quellenbeispielen im Entfernen destruktiver Herdenmitglieder. Dieselbe Idee ist in der verwandten Metapher des *Gartenstaats* ausgedrückt. Diese greift das Bild des Herrschers als Gärtner auf, der das Unkraut auf seinem Feld entfernt. Der Begriff des *Gartenstaats* wurde von Zygmunt Bauman (1925–2017) eingeführt und von Heiner Roetz in seinen Publikationen zum Konzept einer ‘harmonischen Gesellschaft‘ (*hexie shehui* 和諧社會) in der Volksrepublik China aufgegriffen. Roetz definiert den Gartenstaat als einen Staat, „der sein Territorium wie eine biologische Pflanzung bestellt und dabei auf die harmonische Zusam-

[13] So etwa im *Xunzi*: ‘Ein Fürst versteht sich darauf, [Menschen] (als Herde) zu versammeln‘ (君者，善羣也。). Cf. *Xunzi jijie* 1988: 5.165.

menstimmung des Ensembles achtet und störendes Unkraut ausmerzt“ (Roetz 2016: 129). Die Vorstellung, die hinter diesem Begriff steckt, leitet bis heute die politische Führung der Volksrepublik China. Im Jahr 2015 veröffentlichte die Zentrale Disziplinarkommission der Kommunistischen Partei etwa einen Artikel mit dem Titel ‘Pferde, die der Herde schaden‘ („Hai qun zhi ma“ 害群之馬**)**, in welchem die Entlassung mehrerer nicht explizit genannter Politiker mit Bezug auf die Metapher des *Pferdehütens* (cf. Fußnote 8) sowie folgende Stelle aus dem *Huainanzi* 淮南子 (*Der Meister von Huainan*) gerechtfertigt wird:

7) 治國者若鎒田，去害苗者而已。(*Huainanzi jishi* 1998: 16.1165)

‘Das Regieren eines Landes ist wie das Jäten eines Feldes; es geht allein darum, das zu entfernen, was den Sprossen schadet.‘

Beides bekräftigt die These, dass die altchinesische Hirtenmetapher, anders als ihr europäisches Gegenstück, nicht auf die geistige Führung von und Sorge für die Beherrschten hin profiliert wurde, sondern letztere als möglichst effizient zu bewirtschaftende Ressource verbildlicht. Dabei ist aus komparatistischer Perspektive hervorzuheben, dass das metaphorische Hirtenamt als ‘weltliches‘ Amt aufgefasst wurde. Anders als das europäische Mittelalter kannte die chinesische Antike keine der christlichen Kirche vergleichbare Institution. Entsprechend konnte die Hirtenmetapher nicht dazu dienen, einen Unterschied zwischen geistlicher und weltlicher Herrschaft herauszuarbeiten und beide Herrschaftsformen zueinander in Beziehung zu setzen (s.u. in Abschnitt 5). Für Herrschaft als mitfühlende Anleitung standen dem gegenüber andere Herrschaftsmetaphern, insbesondere die der Familie, zur Verfügung.

Indes, die Anekdote über den tüchtigen Hirten und Beamten Bu Shi expliziert nicht allein die herrschaftstheoretischen Implikationen der altchinesischen Hirtenmetapher. Vielmehr transformiert sie diese in eine Erzählung und leitet bzw. erleichtert auf diese Weise ihr Verständnis.[14] Daher können wir die Narrativierung der Metapher als einen Carrier ansehen, d.h. als Einbettung derselben in einen kohärenten Sinnzusammenhang, welcher ihr metaphorisches Substrat freilegt. Zudem verknüpft diese Form der Narrativierung die

[14] Die Bedeutung von Erzählungen für das Erfassen von Metaphern wird durch die moderne psycholinguistische Forschung bestätigt. Raymond Gibbs (2006; 2013) konnte etwa mithilfe von Experimenten zeigen, dass Menschen zu Geschichten ausgearbeitete Metaphern durch den unbewussten körperlichen Nachvollzug ihres bildspendenden Anteils verarbeiten.

Metapher mit einer historischen Person. In dieser Form des Exemplums ist sie literarisches Gemeingut. Autoren konnten mithilfe von Anspielungen auf sie verweisen und auf diese Weise das in ihr gebundene herrschaftstheoretische Wissen abrufen, ohne dieses wortreich ausformulieren zu müssen.

4.3 Terminologisierung der Hirtenmetapher

Ein Beispiel für eine solche Anspielung bietet ein viel besprochenes Gedicht des chinesischen Dichters Tao Yuanming 陶淵明 (365–427).[15] Dieser Text belegt zum einen, dass die altchinesische Hirtenmetapher nicht an das herrschaftstheoretische bzw. historiographische Schriftgut gebunden war, sondern, genau wie in Europa, in ganz verschiedenen Textsorten und Zusammenhängen verwendet werden konnte. Zum zweiten veranschaulicht er, dass auch vormoderne chinesische Dichter die Hirtenmetapher nicht einfach nur gebrauchten, sondern sie vielmehr zum Kern von historischen Erzählungen machten und sie auf diese Weise revitalisierten.

Das Gedicht, welches im Folgenden in Hinsicht auf die in ihm verwendete Hirtenmetapher interpretiert werden soll, trägt den Titel 'Vom Alkohol' („Shu jiu" 述酒).[16] Es besteht im Wesentlichen aus einer Aneinanderreihung literarischer Anspielungen, deren übergeordneter Sinnzusammenhang Kommentatoren seit jeher herausgefordert hat.[17] Die klassische Deutung stammt von dem chinesischen Gelehrten Tang Han 湯漢 (1202–1272).[18] Dieser interpretiert das Gedicht als politische Klage bzw. Anklage. Tang Han zufolge verarbeitet der Dichter in diesem Werk die gewaltsame Machtergreifung eines Mannes namens Liu Yu 劉裕 (363–422). Dieser zwang im Jahr 420 den letzten Kaiser der

---

[15] Einen Überblick über die historische Person Tao Yuanming, sein literarisches Werk, die Überlieferung seiner Schriften sowie die einschlägige Sekundärliteratur bietet Yuan Xingpei (2014).

[16] Die Bedeutung des Titels ist Gegenstand verschiedener Theorien.

[17] Der deutsche Übersetzer Karl-Heinz Pohl (1986: 133–135, Fußnote) vertritt die Auffassung, der Text sei schlicht unverständlich. James Robert Hightower (1970: 159) spricht von „one of the most difficult poems in Chinese". Die folgende Übersetzung und Deutung stellen lediglich *einen* möglichen Interpretationsweg vor. Sie stützen sich auf die Annotationen moderner chinesischer Philologen, insbesondere auf *Tao Yuanming ji jianzhu* (2003: 290-303) von Yuan Xingpei 袁行霈 und *Tao Yuanming shi jianzheng gao* (2007: 345-362) von Wang Shumin 王叔岷.

[18] *Tao Jingjie shi zhu* (1988: 49-52).

damals in Südchina herrschenden Jin 晉-Dynastie (266–420) zum Thronverzicht, gründete seine eigene Dynastie, und ließ wenig später den abgesetzten Monarchen ermorden – ein bis dahin einmaliger Vorgang.[19] Tao Yuanming hatte sich bereits zuvor von dem angehenden Usurpator und seinem Verband distanziert und sich ins Privatleben zurückgezogen. Als aufmerksamer und offensichtlich gut informierter Beobachter kommentierte er die politischen Ereignisse seiner Zeit nur mehr indirekt mithilfe von Metaphern, Symbolen, Allusionen und anderen Formen indirekter Rede, so auch in „Shu jiu“ 述酒 (‘Vom Alkohol‘).[20] Es folgt zunächst der vollständige Text des Gedichtes samt Übersetzung ins Deutsche:[21]

1	重離照南陸，	Die Doppelte Sonne (= das Kaiserhaus der Jin) bescheint das südliche Land,
2	鳴鳥聲相聞。	Singende Vögel (= gelehrte Beamte) hören der anderen Vögel Stimmen.
3	秋草雖未黃，	Obgleich das herbstliche Gras noch nicht verblichen ist,
4	融風久已分。	Hat sich der Frühlingswind seit langem schon zerstreut.
5	素礫晶脩渚，	Helle Kiesel glitzern auf langgezogenen Sandbänken,
6	南嶽無餘雲。	Über den südlichen Gipfeln hängen keine Wolken mehr.
7	豫章抗高門，	[Der Herzog von] Yuzhang (= Liu Yu) stemmte sich gegen die hohe Pforte (= das Kaiserhaus der Jin),
8	重華固靈墳。	Und Chonghua (= der Urkaiser Shun, hier: der letzte Jin-Kaiser) schloss sich in seine heilige Gruft ein (= musste sterben).

[19] Zur politischen Ereignisgeschichte jener Epoche cf. die ausführliche Überblicksdarstellung von Hans Bielenstein (1996). Vergleiche jetzt auch Holcombe (2019).

[20] Einer der ersten Biographen Tao Yuanmings im sechsten Jahrhundert, welcher zugleich eine Ausgabe seiner gesammelten Werke besorgte, urteilte treffend: „Wenn er über zeitgenössische Angelegenheiten sprach, dann deutete er [lediglich] darauf hin, sodass man sich [den eigentlichen Sinn] denken kann“ (語時事則指而可想), cf. *Tao Yuanming ji jianzhu* (2003: 613–614).

[21] Zitiert nach *Tao Yuanming ji jianzhu* (2003: 290). Zur Emendation von *xi* 西 zu *si* 四 in Zeile 12, cf. ibid. (2003: 296–297, Anm. 6). Die Wiedergabe des ersten Zeichens in Zeile 14 folgt den Kommentaren in *Tao Yuanming shi jianzheng gao* (2007: 353–354).

9	流淚抱中歎，	Ich vergieße Tränen und umschließe meine treuen Seufzer,
10	傾耳聽司晨。	So warte ich lauschend auf den Morgenruf des Hahns.
11	神州獻嘉粟，	Die heilige Provinz präsentierte glücksverheißende Hirse,
12	四靈為我馴。	Und die vier beseelten [Geschöpfe] wurden gezähmt.
13	諸梁董師旅，	Zhuliang (= Liu Yu) führte die Armee,
14	羋勝喪其身。	Und Mi Sheng (= Huan Xuan [369–404], ebenfalls ein Usurpator) verlor sein Leben.
15	山陽歸下國，	[Der Herzog von] Shanyang (= der letzte Kaiser der Han, reg. 189–220) begnügte sich mit einer Unterherrschaft,
16	成名猶不勤。	Als ob er sich gar nicht darum bemühte, sich einen Namen zu machen.
17	卜生善斯牧，	Herr Bu (= Bu Shi) verstand sich auf das Behirten schlechthin,
18	安樂不為君。	[Der Herzog von] Anle (= der letzte Kaiser des Shu-Königreiches, reg. 223–263) indes verhielt sich nicht wie ein rechter Herrscher.
19	平王去舊京，	König Ping (sc. der Zhou, reg. 770–720 v.u.Z.) musste die alte Hauptstadt verlassen,
20	峽中納遺薰。	Welche daraufhin Barbarenhorden hereinließ.
21	雙陵甫云育，	Erstmals werden [die Menschen zwischen] den zwei Hügeln wieder genährt,
22	三趾顯奇文。	Und die dreifüßige [Krähe] macht ungewöhnliche Texte bekannt.
23	王子愛清吹，	Der Königssohn [sc. der Zhou, 6. Jh. v.u.Z.] schätzte die hellklingende Flöte,
24	日中翔河汾。	Zur Mittagszeit schwebte er über dem Gelben Fluß und der Fen-Provinz.
25	朱公練九齒，	Herr Zhu (= Fan Li, um 500 v.u.Z.) auf der anderen Seite übte sich in einem langen Leben (wörtlich: neun Zähnen);
26	閑居離世紛。	Er zog sich ins Private zurück und hielt den weltlichen Ärger auf Abstand.
27	峨峨西嶺內，	Zwischen den steilen Bergkämmen im Westen

28	偃息常所親。	Findet er (der letzte Jin-Kaiser) die Ruhe, zu der er sich schon immer hingezogen fühlte.
29	天容自永固，	Sein himmlisches Erscheinungsbild wird ewig Bestand haben,
30	彭殤非等倫。	Anders als das Leben eines uralten Greises oder früh verstorbenen Kindes.

Das Gedicht beginnt mit einem Naturpanorama (Zeile 1–6). Dieses dient als Carrier für die im Folgenden verwendete Hirtenmetapher, welche ebenfalls politische Zustände mithilfe eines Naturbildes in Worte fasst. Tao Yuanming schildert den vermeintlich unbedrohten Zustand der Jin-Dynastie mithilfe einer Landschaftsszene. Diese enthält gängige Metaphern wie die des singenden Vogels (Zeile 2), welcher in der Lyrik jener Epoche oftmals den gebildeten Beamten verbildlicht, der sich mithilfe literarisch anspruchsvoller Texte zu Wort meldet. In den nächsten vier Zeilen (7–10) bricht das Unheil in Form der Usurpation des Liu Yu in diese Szene ein, über welche der Dichter großen Kummer verspürt. Im Folgenden (Zeile 11–14) rekapituliert Tao Yuanming Liu Yus Leistungen auf dem Weg zur Dynastiegründung. U.a. wird dem vormaligen Militärführer die ‘Zähmung‘ (*xun* 馴) sagenhafter Geschöpfe zugerechnet (Zeile 12), welche als glücksverheißende Omina aufgefasst wurden. Dieser Ausdruck dient ebenfalls als semantischer Carrier für die folgende Hirtenmetapher. Als solcher führt er den Herrscher bereits an dieser Stelle als jemanden vor, der Tiere zu führen, ja, zu domestizieren vermag und sich auf diese Weise, genau wie Bu Shi, für die Menschenführung qualifiziert.

Die nächsten vier Zeilen (Zeile 15–18) führen die zentrale Hirtenmetapher ein. Erst unter Berücksichtigung derselben sowie ihrer Carrier wird der Sinn des gesamten Textes gemäß der hier vorgeschlagenen Deutung verständlich. Tao Yuanming vergleicht die Regierungsweise zweier historischer Herrscher, die zum Thronverzicht gezwungen wurden, mit der robusten Herrschaftstechnik des kaiserlichen Beamten Bu Shi.[22] Dieser, so suggeriert der Text, habe sich darauf verstanden, widerspenstige Tiere aus der Herde auszusortieren, wohingegen die besagten beiden Monarchen als metaphorische *Hirten* durch Mitglieder ihrer ehemaligen *Herde* abgesetzt wurden bzw. auf anderem Wege ihrer

[22] Die hier vertretene Interpretation des entscheidenden 17. Verses geht auf den chinesischen Literaturhistoriker Lu Qinli 逯欽立 (1911-1973) (Lu Qinli 1948: 370-372) zurück.

Herrschaft verlustig gingen. Dem Dichter zufolge hat sich Liu Yu also als kompetenterer bzw. erfolgreicherer Hirte erwiesen als sein Vorgänger, wobei Tao Yuanming die mit diesem Erfolg einhergehende Brutalität gegenüber den Beherrschten zumindest indirekt andeutet. Die Regierungstechnik des tüchtigen Hirten wird nicht expliziert, sondern lediglich im Rahmen einer literarischen Anspielung aufgerufen. Die Hirtenmetapher nimmt dabei die Form eines Abstraktnomens an. Aus einer konventionalisierten Metapher, *der Hirte*, *behirten*, ist ein herrschaftstheoretisches Leitwort mit metaphorischem Substrat geworden, *das Hirtentum*. Diese Entwicklung markiert das voranstehende Pronomen *si* 斯. Es fungiert im Klassischen Chinesisch nicht allein als einfaches Demonstrativum oder Possessivpronomen, sondern modifiziert zudem abstrakte, bisweilen auch metaphorisch gebrauchte Nomen.[23] Entsprechend kann es an dieser Stelle als Marker für uneigentliche Rede aufgefasst werden. Dass es sich bei dem Wort *mu* um eine Metapher handelt, wird schließlich durch das letzte Nomen im Parallelvers unterstrichen: *jun*, der 'Herrscher' bzw., im Kontext, auch 'der rechte Herrscher'. Dieses Wort, welches nicht nur durch

---

[23] Im *Lunyu* 論語, im Deutschen oft als *Gespräche des Konfuzius* übersetzt, heißt es etwa: 'Der Meister sagte: ‚Wer vermag es, [sein Haus] zu verlassen, ohne durch die Tür zu gehen? Wie kommt es dann, dass niemand *diesen Weg* nimmt?'' (子曰：「誰能出不由戶？何莫由斯道也？」). Cf. *Lunyu yizhu* (1980: 61). (Die in dieser Textausgabe vorgeschlagene Übersetzung ins moderne Chinesisch stimmt mit der hier vertretenen Auffassung nicht überein.) Der Zusammenhang verlangt, dass mit 'dieser Weg' (*si dao*) nicht lediglich ein bestimmter Weg unter vielen möglichen gemeint ist, sondern *der rechte Weg schlechthin* in einem emphatischen Sinne. Andernfalls ergäbe sich keine Parallele zwischen der einzigen Tür eines Hauses und dem allgemeingültigen Standard ethischen Handelns, welchen die Menschen – paradoxerweise – gleichwohl verfehlen. Tatsächlich bildet das Pronomen *si* hier ein Abstraktum und fungiert zugleich als Marker für dessen metaphorisches Substrat, für welches der erste Teil des Ausspruches einen semantischen Carrier bereitstellt. Diese Verwendung des Pronomens findet sich auch in den Gedichten Tao Yuanmings. In einem Text heißt es beispielsweise über einen entfernten Verwandten Tao Yuanmings, dieser würde „wahrlich diese Halle (*si tang*) errichten" (允構斯堂), cf. *Tao Yuanming ji jianzhu* (2003: 18). Hier wird das *Haus* als Metapher für einen Familienclan verwendet. In einem anderen Gedicht gebraucht der Dichter den Ausdruck 'dieses Herz' (*si xin* 斯心) für die innere Einstellung eines seiner Vorfahren (ibid.: 41). Mehrfach verwendet Tao Yuanming die Wendung 'dieser Mensch' (*si ren* 斯人) im Sinne von 'Menschen überhaupt', 'der Mensch schlechthin' (ibid.: 72, 431). Alternativ könnte man *si* als präponiertes Objektpronomen auffassen und übersetzen 'Herr Bu verstand sich darauf, *diese(n)* zu behirten'. Dies wäre zwar grammatisch möglich (cf. ibid.: 98), inhaltlich jedoch wenig einleuchtend, schließlich hat Bu Shi keine der zuvor genannten Personen unter seine Herrschaft genommen. Zudem verstößt diese Lesart gegen das Strukturprinzip des Doppelverses, dem zufolge Bu Shi (Z. 17) dem Herzog von Anle (Z. 18) gegenübergestellt wird. Insofern erscheint die hier vertretene Interpretation naheliegender.

seine semantische Nähe (s.o.), sondern auch durch seine Position im Text in einen Sinnzusammenhang mit der Hirtenmetapher gebracht wird, bildet einen weiteren Carrier zu *mu*.

Die folgenden vier Verse (Zeile 19–22) setzen die historische Erzählung fort und berichten vom Weg Liu Yus zur Kaiserschaft. Dieser eroberte in den Jahren von 416 bis 418 das ehemalige Hauptstadtgebiet des chinesischen Kaiserreiches in der Nähe des Gelben Flusses zurück und brachte die Gräber der ersten Jin-Kaiser unter die nominelle Kontrolle des Kaiserhauses. Im Zuge dessen erwies sich der angehende Kaiser dem Dichter zufolge ein weiteres Mal als fähiger *Hirte*, schließlich gelang es ihm, die dortige Bevölkerung erneut zu ‘nähren‘ (*yu* 育), d.h. in die Herrschaft der Jin-Dynastie einzugliedern, nachdem diese Region zu Beginn des vierten Jahrhunderts an zumeist fremdstämmige Herrschaftsverbände verloren worden war. Auch das Verb *yu*, genau wie *xun* (‘zähmen‘) zuvor, fungiert als Carrier für die zentrale Hirtenmetapher, zeigt sie den Herrscher doch, gleich einem Hirten, als nicht allein um die Fügsamkeit der ihm Unterstellten bemüht, sondern auch um ihr leibliches Wohl besorgt. Zudem knüpft Tao Yuanming an das Naturszenario der ersten Verse an, indem er einen Unterstützer Liu Yus als Vogel bezeichnet, der sich in der Hauptstadt mithilfe von ihm verfasster Dokumente dafür einsetzte, dass der Jin-Kaiser den Status Liu Yus kontinuierlich erhöhte.

Die letzten Verse des Textes beschreiben die Zeit nach der Usurpation (Zeile 23–30). Einige Menschen, so der Dichter, mussten ihr Leben lassen und sind womöglich zu Unsterblichen geworden, so wie angeblich der Königssohn Wangzi Jin 王子晉 im chinesischen Altertum (Zeile 23-24). Andere, darunter Tao Yuanming selbst, bevorzugen eine Existenz fern der politischen Welt im Privaten und in Hoffnung auf ein langes Leben (Zeile 25-26). Der Ausdruck für ein langes Leben, *jiu chi* 九齒, wörtlich ‘neun (d.h. sehr viele) Zähne‘, lässt sich ebenfalls als Carrier für die Hirtenmetapher deuten. Man bestimmte das Alter von Rindern und Pferden nämlich bereits in der chinesischen Antike, indem man die Zähne dieser Tiere zählte. Entsprechend nahm das Wort für ‘Zahn‘, *chi*, die Bedeutung ‘Lebensjahr eines Rindes oder Pferdes‘ an und bezeichnete in der Folge auch menschliche Lebensjahre (*Hanyu da cidian* 1986–1994: vol. 12, 1445a, s.v. 齒, 4 und 5). Dass Tao Yuanming diesen Ausdruck wählt, mag kein Zufall sein, schließlich stellt er sich auf diese Weise gewissermaßen als Nutzvieh vor, welches sich bereitwillig in Liu Yus Herde einfügt, nachdem es den Wunsch

nach einem politischen Amt endgültig aufgegeben hat. Die letzten vier Verse (Zeile 27–30) schließlich sind dem Andenken des ermordeten letzten Kaisers der Jin-Dynastie gewidmet.

Neben den zuvor diskutierten Beispielen aus der herrschaftstheoretischen Literatur veranschaulichen die Geschichte über den tüchtigen Hirten Bu Shi und das Gedicht Tao Yuanmings weitere Verfahren zur Revitalisierung der Hirtenmetapher. Beide Texte belegen, dass die Überführung einer Metapher in eine Erzählung, also ihre Narrativierung, als Revitalisierungsverfahren anzusehen ist: Indem die Metapher in einen Geschehenszusammenhang überführt und so dynamisiert wird, lädt der Text seine Leser zum konkreten Nachvollzug ihres bildspendenden Anteils ein und macht diesen zum Thema. Das Gedicht Tao Yuanmings zeigt ferner, dass die Hirtenmetapher durch ein Pronomen wie *si* zu einem Abstraktum erhoben, also terminologisiert werden konnte. Die nachgewiesene Narrativierung und Terminologisierung der untersuchten Metapher belegen, dass die zu Beginn dieses Aufsatzes vorgestellten Einbettungstypen ein ganzes Arsenal unterschiedlicher Revitalisierungstechniken erschließen, dessen Elemente am konkreten Textbeispiel allererst aufzuweisen sind.

Zugleich bekräftigt das Gedicht Tao Yuanmings den spezifischen altchinesischen Zuschnitt der Hirtenmetapher, der sich von dem seines europäischen Pendants signifikant unterscheidet. Zwar wurde die Hirtenmetapher auch im vormodernen China verwendet, um politische Kritik zu äußern (cf. im folgenden Abschnitt). Allein, diese Kritik nimmt nicht die Perspektive der *Herde* ein, um eine umsichtige, mitfühlende Führung seitens der Herrschenden einzufordern. Anders als es Foucault und Bröckling für Europa konstatieren, adressiert die altchinesische Hirtenmetapher weniger das Selbstverständnis bzw. das Selbstverhältnis der unterworfenen Subjekte (cf. oben in Abschnitt 3). Vielmehr bringt sie, im Gegensatz zu anderen einschlägigen Herrschaftsmetaphern wie der der Familie, eine bestimmte Herrschaftstechnik auf den Begriff, die zuvorderst den Erfolg der Herrschenden selbst garantieren soll.

Kurzum, die sprachlichen Einbettungstechniken lassen sich, wie im Folgenden zu zeigen, in verschiedenen Textkulturen und Literaturen aufweisen; der mithilfe dieser Techniken profilierte Zuschnitt der von uns ausgewählten Metapher hingegen ist kulturabhängig. Dies erhärtet die These, dass der spezifische Sinn einer Metapher, ganz gleich, ob diese bereits konventionalisiert ist oder nicht, derselben stets aus ihrem Textumfeld zuwächst. Die folgende Analyse

lateinischer und mittelhochdeutscher Texte aus dem europäischen Mittelalter bestätigt dies.

5. Lateinische und deutsche Hirtenmetaphorik im europäischen Mittelalter

Mit der Entstehung der christlichen Kirche gewann die Hirtenmetapher im lateinischen Europa des Mittelalters enorme Breitenwirkung und stieg in dem Maße, in dem die Bibel kulturbildend wirkte, zum einflussreichen Modell der Menschenführung auf (cf. den Überblick bei Suchan 2015). Grundlegend für diesen Aufstieg und diese Ausbreitung war zum einen das dynamische Verhältnis von gelehrtem Latein und Volkssprachen, wie es auch den Transfer der Metapher ins Deutsche geprägt hat. Zum anderen spiegelt die Metapher eine soziale und politische Realität, die wesentlich durch die spannungsvolle Koexistenz von kirchlicher und weltlicher Macht bestimmt war. Schon aus diesen Grundbedingungen erklärt sich der gegenüber dem vormodernen China ganz andere konzeptuelle Zuschnitt der Bildlichkeit des Hirten und seiner Herde im Europa des Mittelalters.

Neu konzeptualisiert wurde die ererbte Hirtenmetapher im 4. und 6. Jh. u.Z. bei den Kirchenlehrern Gregor von Nazianz und Gregor der Große. Sie waren es, die das mit der Metapher verbundene Wissen der Menschenführung transformiert und ihm eine bis in die Neuzeit rezipierte Form gegeben haben (cf. Suchan 2015: 66–126). Gregors des Großen im Jahr 590 in Rom verfasste *Pastoralregel* (*Regula pastoralis*) bot – „wegweisend für alle Kirchenoberen und Bischöfe, wieder und wieder gelesen, wieder und wieder verinnerlicht“ (Fried 2008: 37) – den wirkungsmächtigen Grundtext nicht nur für die seelsorgerischen Aufgaben der Kirche, sondern auch die weltliche Praxis des Führens. Gregor bezeichnet die Tätigkeit des Seelsorgers als „Kunst aller Künste“ (Funke 1933: 2; cf. Floryszczak 2005: 111-112) und vergleicht sie, im Rückgriff auf seine spätantiken Quellen, zu Beginn seines Werkes mit der Medizin, da sie so wie jene Erfahrung verlangt (cf. Müller 2021: 170–172). Gerade auch darin divergieren die europäische und chinesische Hirtenmetaphorik: Über die Analogie zur ärztlichen Heilkunst konzeptualisierte Gregor das Hirtenamt explizit selbstreflexiv als überlegene ‘Kunst‘ der Menschenführung, die Kompetenz voraussetzt und mit dem zeitgenössischen Diskurs über körperliche Heilung, Seelenheil und Selbstsorge eng verknüpft ist (cf. dazu Eikelmann 2020). Unter diesem

Vorzeichen avancierte der Begriff des Hirten einerseits zur Amtsbezeichnung für die leitenden Vertreter der Kirche, andererseits brachte die Arbeit an der Hirtenmetapher auf konzeptueller Ebene eine „regelrechte Kunst des Führens" (Foucault [7]2020: 241) in der religiösen wie politischen Praxis hervor.

Für das pastorale Führungskonzept ergibt sich aus Wort und Begriff des *Hirten* eine erste semantische Weichenstellung. Das lateinische Nomen *pastor* ebenso wie das alt- und mittelhochdeutsche *hirti/hirt(e)*[24] sind in der Grundbedeutung 'Hirte, Hüter einer Herde' früh und breit nachweisbar. Diesen Ausgangsbefund bestätigen die übertragenen Lesarten 'Führer eines Volkes', 'Gott als Hirte' und 'Seelenhirt, Seelsorger' insofern, als deren Verwendung in lateinisch- wie volkssprachlichen Bibelübersetzungen, in den Schriften der Kirchenlehrer und der Kirchensprache zu einem frühen Zeitpunkt usuell und konventionalisiert war (cf. *Thesaurus Linguae Latinae* 2019: X, 1, 638–645; *Deutsches Wörterbuch* 1877: 10, 1572–1574; *Althochdeutsches Wörterbuch* 2002: IV, 1139–1143). Bezieht man die Wortbildung ein, gewinnt die agentive, das heißt die auf das ausführende Subjekt einer Handlung bezogene Semantik des Hirtenbegriffs markantes Profil: Lateinisch *pastor* leitet sich vom Verb *pascere* 'weiden' ab und verweist auf den Hirten in seiner Handlungsrolle für das Versorgen der Herde mit Nahrung (de Vaan 2008: 448–449). Und so wie *pastor* ist auch *Hirte* ein Nomen agentis, wobei das deutsche Wort allerdings „aufs deutlichste den nahen etymologischen zusammenhang des wortes mit *herde*" (*Deutsches Wörterbuch* 1877: 10, 1572) zeigt. Anders als sein lateinisches Pendant hebt *Hirte* also phonetisch und semantisch die Zugehörigkeit zur Herde hervor und strukturiert damit die metaphorischen Lesarten.

Diese worthistorischen Vorgaben sind nicht so zu verstehen, dass sie den Spielraum für die Verwendung der Hirtenmetapher konzeptuell einengen. Denn so sehr die Metapher den Blick zunächst auf die Abhängigkeit zwischen Hirte und Herde fokussiert, ermöglicht sie es doch, die Menschenführung in Hinsicht auf die Handlungsfähigkeit der Akteure und auf die intersubjektive Handlungsdynamik neu zu dimensionieren. Zu diesem Potenzial trägt die Ambivalenz des

[24] Im heutigen Deutsch sind als Nominativ Singular nebeneinander die Formen *Hirte* und *Hirt* gebräuchlich. Auch das *Digitale Wörterbuch der deutschen Sprache* verwendet beide Formen als Artikel-Lemma, stuft *Hirt* im Artikel *Hirte* aber als „veraltend" ein.

Hirtenbildes bei, das, wie gezeigt, im europäischen Kontext neben der Fürsorge stets die Machtposition des *Hirten*[25] gegenüber der *Herde* impliziert.

5.1 Gute versus schlechte Herrscher: die Hirtenmetapher in der politischen Theorie

Das politische Denken des Hochmittelalters, wie es mit der scholastischen Aristoteles-Rezeption neu aufkommt, leitet aus der Hirtenmetapher eine idealisierte Vorstellung des gerecht-guten Königs her, der dem Gemeinwohl verpflichtet ist und keinen Eigennutz kennt. Thomas von Aquin entwickelt diese Vorstellung in seiner Schrift *Über die Königsherrschaft an den König von Zypern* (*De regno ad regem Cypri*), einem politischen Traktat, der entweder schon in der Zeit von 1265 bis 1267 oder erst 1271 bis 1273 entstanden ist (Miethke 2016: 243; cf. ibid. zur Textherstellung). Im ersten Kapitel von *De regno* zitiert Thomas Hirtenmetaphern aus dem alttestamentlichen Buch *Ezechiel*, um den Begriff des Königs näher zu bestimmen:

> 8) unde Dominus per Ezechielem[26] dicit: „Servus meus David rex super eos erit et pastor unus erit omnium eorum.“ Ex quo manifeste ostenditur quod de ratione regis est quod sit unus qui presit, et quod sit pastor, bonum commune multitudinis et non suum quaerens (Thomas von Aquin 1979: 451, Zeile 147–153).
>
> ‚So sagt der Herr durch Ezechiel (Kap. 37,24): ‚Mein Knecht David wird König über alle sein. Und er allein wird ihnen allen ein Hirte sein.‘ Hiermit ist deutlich gezeigt, was zu dem Begriff des Königs gehört: einer zu sein, der andere leitet und doch wie ein Hirte wirkt, indem er das Gemeinwohl der Mehrzahl, nicht aber seinen eigenen Vorteil im Auge hat‘ (Thomas von Aquin 1975: 9).

Die Ankündigung der Königsherrschaft Davids, auf die Thomas sich beruft, ist ein *locus classicus* der Hirtenmetapher des Alten Testaments, eine Verwendung, bei der es um den „Wechsel zu einem neuen Paradigma […] im Sinne eines weisheitlichen Führungsideals“ (Hunziker-Rodewald 2021: 10) geht. Schon

[25] Näher zu untersuchen wäre mit Blick auf die Machtausübung und die Verteilung der Handlungsfähigkeit in der Praxis des Behirtens die metaphorische Bedeutung des Hirtenstabs (Krümme) und der Hütehunde.

[26] Cf. *Bibel*, *Ez* 37, 24.

zuvor hatte Thomas aus *Ezechiel* 34,2 den auf das Gemeinwohl bezogenen Sinn der Hirtenmetapher hergeleitet: Wenn nämlich die Hirten das Wohl ihrer Herde suchen müssten, so die Überlegung, müsse auch jeder Anführer (*rector*) das Wohl der Mehrzahl suchen. Mit dieser Folgerung schließt Thomas zu Beginn seiner Schrift die ideale politische Ordnung „direkter als Aristoteles an die Bedingung des Gemeinwohls an" (Miethke 2016: 247). Denn die „von Natur aus aufeinander angewiesenen Menschen bedürfen der Leitung. Diese ist auf dem richtigen Wege, wenn sie das 'Gemeinwohl' sucht, auf dem falschen, wenn sie den privaten Vorteil verfolgt" (Ottmann 2004: 207). Thomas plädiert entschieden für die Monarchie, deren Überlegenheit darin zu sehen sei, dass die Herrschaft des Königs der von Gott geleiteten Welt entspreche. Das im Bild des *HIRTEN* veranschaulichte Konzept der Monarchie erhält zudem Kontur durch die Differenz zum Tyrannen, der ein schlechter Herrscher ist, weil er nur den eigenen Vorteil kennt, daher nicht vernunftgeleitet, sondern selbstbezogen handelt und sich in nichts von einem wilden Tier unterscheidet. Auf der Bildebene bringt der Traktat diese Verkehrung gerechter Herrschaft in einem weiteren *Ezechiel*-Zitat (*Bibel*, *Ez* 22,27) zum Ausdruck, wonach die schlechten Fürsten wie Wölfe sind, die raubend Beute machen und Blut vergießen.

Der *De regno*-Traktat ruft die Hirtenmetapher in mehreren vernetzten Bibelzitaten auf. In diesem Bild-Netz wird die Metapher explizit markiert und kommentiert, durch die Bibelzitate aber auch im Bildungs- und Weltwissen der Rezipienten verankert. Während die Bibel somit als Grounder eine textliche Referenz liefert, bahnen die einzelnen Zitate die Verwendung des Hirtenbildes an. Die Zitate dienen als Carrier, die ausgehend von der Bibelkenntnis zum eigentlich intendierten Konzept der auf das Gemeinwohl gerichteten Monarchie überleiten. Dabei zeigt es sich, dass dieses vom vertrauten zu neuem Wissen führende Verfahren die Unterscheidung zwischen gutem und schlechtem Herrscher als Denkfigur aktiviert: „Der gute Hirt erzeugt notwendig sein Gegenbild: den schlechten Hirten (und umgekehrt)" (Macho 2007: 74-75). Insofern revitalisiert Thomas von Aquin die Hirtenmetapher auch auf kognitiver Ebene und, so betrachtet, lässt sein Konzept eine wesentliche Differenz zur Hirtenmetapher im China der Vormoderne erkennen, da das Eigeninteresse der Herrschenden als legitimer Machtfaktor zurückgewiesen wird (cf. Abschnitt 4).

5.2 Kirchenkritische Verkehrung der Hirtenmetapher

Im lateinischen Westen ist die Hirtenmetapher durch die spannungsvolle Koexistenz von kirchlicher und weltlicher Macht geprägt. Literarisch-publizistisch wirksam wird dieses brisante Verhältnis von Kirche und Reich in der Herrschafts- und Kirchenkritik der politischen Lyrik des 12. und 13. Jahrhunderts, die nicht selten in ätzender Polemik die Habgier der Geistlichkeit, deren Ruhmsucht, Ämtermissbrauch und verantwortungslose Seelsorge als Norm- und Tabubruch in Szene setzt (cf. Althoff/Meier 2011: 94–200; Cardelle de Hartmann 2014: 40–52; Bezner 2021). Bezeichnend für die Kritik am Klerus und ihre Stilmittel ist die Inversion des Hirtenbildes, wie sie bevorzugt als Motiv des zum Wolf verwandelten guten Hirten begegnet. Gerade bei diesem Bild „konnten die Dichter auf allgemein bekannte Vorstellungen zurückgreifen" (Schüppert 1972: 154; cf. zum mittelalterlichen Phantasma des bedrohlichen Wolfs Weitbrecht 2015: 26–29), wenn sie die Metapher für die Inszenierung einer 'verkehrten' Welt ins Spiel brachten. Ein gutes Beispiel für die Inversion der Hirtenmetapher ist die Eingangsstrophe eines anonym überlieferten, lateinischen Gedichts aus den *Carmina Burana*, einer um 1225 angelegten Sammlung moralisch-satirischer Lyrik:

9)	*In huius mundi patria*	'In diesem irdischen Vaterland
	regnat idolatria;	herrscht der Götzendienst;
	ubique sunt venalia	überall sind die Gnadengaben
	dona spiritalia.	käuflich.
	Custodes sunt raptores	Die Hüter sind Räuber
	atque lupi pastores,	und die Hirten Wölfe,
	principes et reges	die Fürsten und Könige
	subverterunt leges.	haben das Recht verkehrt.
	hac incerta domo	In diesem unsicheren Haus
	insanit omnis homo.	wird jeder Mensch verrückt.
	sed ista cum vento	Aber mit dem Wind
	transibunt in momento.	verschwinden sie in einem Augenblick.'

(*Carmina Burana* 2011: 39, 1, 1–8)

Ausgehend vom Motiv der Erde als Heimat des Menschen eröffnen die Verse eine über neun Strophen durchgeführte Anklage der betrügerisch und unsicher gewordenen Welt. Es herrsche der Dienst an falschen Göttern, überall seien die heilbringenden Gaben der Kirche käuflich, die Hirten seien Wölfe, die Herrscher hätten das Recht verkehrt. Und dennoch ließen sich die Menschen,

obwohl sie der Verkehrung der Regeln und Normen widerstehen müssten, von falschen Versprechungen täuschen. In diesem zugespitzten Szenario wirkt die Hirtenmetapher zunächst wie ein Motiv von vielen, näher betrachtet wird sie aber durch formale Carrier so angebahnt, dass sie als bezeichnendes Detail das inszenierte Weltganze spiegelt. So wird zum einem das Wort *pastores* ('Hirten') über die Reimstellung mit den *raptores* ('Räuber') hervorgehoben, zum anderen das Motiv des Hirten als Wolf durch die rhetorische Figur des Chiasmus mit den Wächtern, die Räuber geworden sind, sinnfällig verschränkt (x_1 *Custodes* – y_1 *raptores* : y_2 *lupi* – x_2 *pastores*). Ausdrücklich kehrt diese Kritik noch einmal in der sechsten Strophe wieder, wenn es dort heißt, dass gewisse geistliche Lehrer aufhörten, Recht zu schaffen und darauf aus seien, die ihnen anvertraute 'Herde' aufzufressen.

Die kalkuliert in Szene gesetzte verkehrte Welt findet also in der Inversion und Negation der Hirtenmetapher prägnanten Ausdruck. In Frage gestellt wird das ideale Konzept des *guten Hirten* nicht, vielmehr fungiert es als Leitbild richtiger Menschenregierung. In Kombination mit sinngleichen Motiven der Kirchenkritik gewinnt die Inversion des Hirtenbildes so argumentative Evidenz, da sie alternativ zur Unmoral der Welt einen idealen Wertmaßstab abgibt. Hergestellt wird diese Evidenz durch drei Verfahren der Revitalisierung der Metapher: erstens das Anbahnen durch die Reim- und Satzstellung, zweitens das motivische Einbetten, drittens die Verkörperung des Konzepts durch Akteure und Handlungen der inszenierten Welt.

Dass auch der Papst und die römische Kurie von solcher Kritik nicht ausgenommen sind, zeigt im ersten Teil der *Carmina Burana* ein Kleinzyklus von fünf antiklerikalen Gedichten (cf. Zutshi 2019: 462). Durchgehendes Thema dieses Zyklus sind die Habgier und Käuflichkeit des Papstes, und eines der Gedichte, ein Spruch aus der zweiten Hälfte des 12. Jahrhunderts, ist spezifisch auf die Hirtenmetapher zugeschnitten. Die römische Kurie, so der Grundgedanke, sei unersättlich, Arme und Mittellose bestrafe sie, während sich wohlhabende Gläubige ihrer Gunst sicher sein könnten:

10) Curia Romana non querit ouem sine lana.
Roma manus rodit; si rodere non ualet, odit.

'Die römische Kurie sucht nicht nach dem Schaf ohne Wolle.
Rom räumt ab; wo es nichts abzuräumen gibt, hasst es'
(*Carmina Burana* 2011: 45, II u. III).

Sieht man das Bild von *Schaf* und *Wolle* als Metapher, die durch den vorhergehenden Text angebahnt und in Szene gesetzt wird, zeigt sich, wie konsequent das Gedicht in die Schlusspointe mündet. Gleich der erste Vers setzt als Anrede des personifizierten Rom ein und knüpft daran die Kritik der unersättlichen Hab- und Machtgier der Kurie: 'Du gibst dem, der dir gibt, lässt den teilhaben, der mit dir teilt, der arme Gabenlose aber wird gerichtet' (45, I, 1–3). Der Name *Roma* dient damit als Grounder und stellt den Bezug zum zeitgenössischen Bildungs- und Weltwissen her. Den Rezipienten wird diese negativ besetzte Anrede aus der moralisch-satirischen Lyrik bekannt gewesen sein, zumal sie als Carrier auch den Tenor des folgenden Gedankengangs vorwegnimmt. So wird das Annehmen und Fordern von Gaben zunächst direkt dem Papst zugeschrieben und damit als Praxis der Machtausübung personalisiert (45, I, 4–7); danach werden die Geldpraktiken von Papst und Kaiser auf eine Stufe gestellt, da sie nur insofern unterschiedlich seien, als sich der Papst heimlicher bereichert (45, I, 8–15). In den beiden Schlussabschnitten stellt sich diese Papstkritik pointiert so dar, dass die nicht-konventionalisierte Metapher des *Schafes ohne Wolle* (45, II) durch das Bild der ABRÄUMENDEN UND HASSENDEN KURIE (45, III) zugespitzt kommentiert wird. In der realen Politik von Kirche und Reich verschwimmt die für das europäische Konzept der Menschenführung elementare Unterscheidung zwischen dem 'sanften' Führen des *Hirten* und Beherrschen des Souveräns und besteht demnach gerade nicht. Anders als im vormodernen China ist dies eine politische Kritik, die für die *Schafe* Partei nimmt und dabei von einer Differenz zwischen geistlicher und weltlicher Herrschaft ausgeht, welche die politische Kritik Chinas nicht kennt.

Vor diesem Hintergrund muss die Revitalisierung der Hirtenmetapher im Schluss des Gedichts gesehen werden. Sie resümiert nicht bloß den Gedankengang mit seiner Logik eigennützigen Forderns und Nehmens, sondern setzt ihn bildlich in eine Praxis um, die das päpstliche Hirtenamt konterkariert: Das Eintreten für die Gläubigen ohne Besitz, um die es der Kurie eigentlich gehen müsste, wird von rein materiellen Interessen verdrängt. An die Stelle des Hirtenbildes tritt die Zuschreibung, dass die Kurie *abräumt* oder '*hasst*', und die Metapher wird in eine desillusionierende Bildsprache umcodiert.

5.3 Sprachlicher Transfer und Diskursivierung der Hirtenmetapher

In lateinischer Lyrik begegnet die moralisch-satirische Inversion der Hirtenmetapher schon seit dem 12. Jahrhundert. Es überrascht daher nicht, dass ein so kreativer Autor wie Walther von der Vogelweide das Bild des HIRTEN, DER SICH IN EINEN WOLF VERWANDELT, um oder bald nach 1200 volkssprachlich adaptiert. Wie man dazu wissen muss, war es Walther, der erstmals politische Lyrik in der deutschen Literatur gedichtet hat, denn selbst „[i]n Frankreich oder England trat damals kein vergleichbarer politischer Dichter hervor" (Fried 2008: 267). Walthers politische Sangsprüche waren ein Mittel der öffentlichen Kommunikation an den Höfen und in den Städten der Zeit. Als publizistisches Medium dienten sie dazu, Nachrichten zu verbreiten, bezogen aber auch Position zu virulenten Zeit-Themen und wollten meinungsbildend wirken (cf. Kern 2019: 329–347; speziell zur Herrschafts- und Macht-Thematik: Kellner 2019). Was die Sprüche unverwechselbar auszeichnet, sind die poetischen Mittel – die Inszenierung der Sprechinstanz in *persona*-Rollen, doch auch die Bildsprache mit Metaphern, Metonymien, Personifikationen und Vergleichen –, mit denen Walther Politik spezifisch literarisch umsetzt. Offen für aktuelle Bezüge, reagierten seine Sprüche so auf Ereignisse im deutschen Reich und setzten sich im Kontakt zur lateinischen Lyrik auch kritisch mit der Machtpolitik des Papstes und der römischen Kurie auseinander.

Im Redegestus sehr scharf und in der Sache parteiisch gilt dies für eine kirchenkritische Strophe des sog. *Unmutstons,* die wohl 1212/13 entstanden ist (cf. dazu Padberg 1999: 103). Für diese Datierung spricht, dass sie die *Große Heidelberger Liederhandschrift* (C) im kleinzyklischen Verbund mit den *Opferstockstrophen* Walthers bezeugt.[27] Äußerer Anlass der Strophe könnte die von Papst Innozenz III. zur Kreuzzugsfinanzierung betriebene Aufstellung kirchlicher Opferkästen im Jahr 1213 gewesen sein:

11) Der stuol ze Rôme ist nû alrerst berihtet rehte
als hie vor bî einem zouberære Gerbrehte,
der selbe gab ze valle niht wan sîn einez leben,
sô hât sich dirre ze valle und alle kristenheit gegeben.
alle zungen suln ze gote schrîen ‚wâfen!'

[27] Die Weingartner Liederhandschrift (B) bietet eine in Wortlaut und Mitüberlieferung abweichende Fassung der Gerbreht-Strophe, in der auch die Schlusszeile variiert erscheint: *sîn hirt ist ze einem wolve im worden under sînen schâfen* (cf. Padberg 1997: 166).

und ruofen ime, wie lange er welle slâfen.
si wider würkent sîniu werc und felschent sîniu wort.
sîn kameræ re stilt im sînen himelhort.
sîn suoner mordet hie und roubet dort,
sîn hirte ist ein wolf worden under sînen schâfen.

'Der [Heilige] Stuhl zu Rom ist nun erstmals wieder gerade ausgestattet
wie einstmals mit dem gewissen Zauberer Gerbreht:
der gab nichts als sein eigenes Leben dem Verderben preis,
dagegen hat dieser sich selbst und die ganze Christenheit dem Verderben preisgegeben.
Alle Zungen sollen zu Gott aufschreien: ‚Hilfe!'
und ihm zurufen, wie lange er schlafen wolle.
Sie wirken seinen Werken entgegen und fälschen seine Worte.
Sein Kämmerer stiehlt ihm den Himmelsschatz,
sein Mittler mordet hier und raubt dort,
sein Hirte ist ein Wolf geworden unter seinen Schafen.'

(Walther von der Vogelweide ^{3}2009: 162–163)

Ob sich diese Kritik auf Innozenz als Gegenspieler der Reichspolitik bezieht, bleibt zwar offen, evident ist aber, dass der Papst und die römische Kurie für „die bestehenden Unruhen im Reich verantwortlich" (Walther von der Vogelweide ^{3}2009: 402) gemacht werden. Insofern wiederholt der Text nicht bloß bekannte Motive und Argumente der lateinischen Kirchenkritik, sondern greift einerseits im Stil eines Berichts die Politik der Kurie in der Gegenwart an, beklagt andererseits jedoch die Verfälschung des christlichen Glaubens durch Rom und deren Folgen für die gesamte Christenheit.

Gleich die ersten Verse setzen mit dem ironisch getönten Vorwurf ein, der Heilige Stuhl zu Rom sei erst jetzt so eingerichtet wie bei einem Zauberer namens Gerbrecht (cf. aber Nellmann 1999). Ganz deutlich dient der doppelte Bezug auf den Heiligen Stuhl und den Zauberer Gerbrecht als Grounder, der das Weltwissen der Rezipienten aufruft. Das metonymische Bild des zweifelhaft eingerichteten römischen Stuhls aktiviert als Folie die Politik der Kurie, während der Gerbrecht-Bezug an eine historische Präzedentie erinnern soll. Nach allgemeinem Verständnis spielt der Name Gerbrecht auf den früheren Papst Silvester II. an, der den Ruf eines Zauberers hatte. Da Gerbrecht als Papst galt, der mit dem Teufel im Bunde war, ist wohl gemeint, das Papstamt sei nicht in guten Händen. Ob das zeitgenössische Publikum mit dem Namen etwas anfangen konnte, bedarf allerdings mit Blick auf die lateinische Papstkritik noch

der Klärung. Doch unabhängig davon zeigt sich so, dass die Strophe angefangen mit dieser genealogischen Anspielung bis zur Metapher des zum *Wolf* gewordenen *Hirten* als antikurialer Papstspiegel konzipiert ist.

In eindringlicher Rhetorik bahnt die Strophe diese Schlussmetapher durch eine Kaskade ungeheuerlicher Anschuldigungen an, von denen jede als Carrier fungiert: Habe Gerbrecht nur sein eigenes Leben preisgegeben, so gebe der jetzige Papst *alle kristenheit* preis. Er verfälsche und fälsche sogar die Worte Gottes, er bringe ihn um das Seelenheil der Gläubigen, missbrauche sein Richteramt für Mord und Raub. Inwiefern diese radikale Kritik einem gewieften juristisch-politischen Akteur wie Innozenz gerecht wird, ist zu Recht umstritten. Argumentativ setzt sie jedenfalls triftig bei der zeitgenössisch von der römischen Kurie betriebenen Ermächtigung des Papstes als Stellvertreter Gottes (Christi) an (cf. Fried 2008: 259–260). Walthers Kritik bezieht sich daher gezielt auf das Hirtenamt des Papstes, auf seine pastorale Macht, die darüber entscheidet, wer zur „Schafherde Christi" (Fried 2008: 260) gehört und wer nicht.

Die *Wolf-Hirte*-Metapher am Schluss ist daher ein argumentativ realisiertes Bild, das, obwohl als Topos bekannt, doch erst im Handlungs- und Sinnzusammenhang der Strophe lebendig wirkt. Auf zwei Momente ist dafür noch hinzuweisen: Erstens appellieren die Verse 5 und 6 intensiv an alle Gläubigen, Gott anzurufen, damit er den Verfall der Kirche aufhält. Anders als in der lateinischen Kirchenkritik bezieht sich dieser Weckruf gerade nicht auf den Papst, sondern auf Gott und dessen Handlungsmacht (cf. Pachurka 2020: 338–339[28]). Walther entwirft somit ein Szenario, das die Gemeinschaft der Gläubigen und damit Gott als Entscheidungsinstanz ins Spiel bringt. Hinzuweisen ist zweitens auf die poetischen Mittel, welche die Metapher im Vorfeld kumulativ anbahnen. So sind die Verse 7 bis 10 syntaktisch-gedanklich parallel gebaut, sie entsprechen dem Stilprinzip des *Parallelismus membrorum*, wie es die Bibel kennt.

---

[28] Eine nähere Analyse verlangte in Vers 6 das biblische Motiv des *schlafenden Gottes*, den der Ruf der Gläubigen aufwecken soll. Im Buch der *Psalmen* ist mit dem Motiv die Furcht der hilfesuchenden Gläubigen verknüpft, sie würden wie *Schlachtschafe* angesehen (cf. *Bibel*, *Ps* 43,23: *Aestimamur velut oves mactandae*). Intratextuell ist die Hirtenbildlichkeit also bereits hier als Hintergrundmetapher implizit präsent und ihre Verwendung in der Schlusszeile anbahnend motiviert. Das Motiv des Gottesschlafes dient auch insofern als Carrier. Daniel Pachurka (Bochum) bereitet eine Untersuchung zu Walther von Vogelweide vor, die diesem metaphorischen Anbahnungs- und Andeutungspotential nachgeht.

Die Parallelität der Handlungen deckt die irregeleitete Menschenführung des Papstes schonungslos auf und setzt die Kritik effektvoll in Szene.

Um diese rhetorische Strategie richtig zu verstehen, muss man schließlich noch fragen, wie die Hirtenmetapher in der Schlusszeile auf den Appell der Verse 5 und 6 antwortet. Der Appell an die Gläubigen, den schlafenden Gott anzurufen, deutet zum einen die Möglichkeit einer Intervention an, die „den prospektiven Willen des göttlichen Oberherrn vollzieht" (Dröse 2021: 314). Zum anderen perspektiviert der Appell aber auch das Bild vom Wolf unter den Schafen neu, da er die Möglichkeit ins Spiel bringt, die Handlungsmacht auf mehrere Akteure zu verteilen und damit die Beziehung zwischen *Hirte* und *Schafen* nicht mehr als einfache Abhängigkeit, sondern als wechselweise intersubjektive Handlungsdynamik zu sehen.[29] Indem es so um die Handlungsmächtigkeit (*agency*) der Gläubigen geht, steht das Führungskonzept des *Behirtens* in seinen Prämissen zur Debatte. So aber stellt die Verwendung der Hirtenmetapher „eine kognitive Erweiterung ihrer eigenen Zeit- und Situationsbedingtheit" (Hunziker-Rodewald 2021: 4) dar: Durch den Bezug auf das unerhörte Handeln des Papstes lässt sich die Metapher als Simulation eines aktuellen Geschehens lesbar machen. Dadurch aber, dass das Bild des Hirten als *Wolf* an eine als wechselseitige Interaktion entworfene Handlungsdynamik geknüpft ist, überschreitet die realisierte Hirtenmetapher zugleich den Denkhorizont der eigenen Zeit.

Bei all dem fällt auf, wie dominant die pastorale Metaphorik in Europa durch das Bild des *guten Hirten* geprägt ist. Trotz der Ungleichheit von *Hirte* und *Schafen* fokussiert die Metapher ein Ideal gerechter Menschenführung, während Praktiken gewaltsamer Machtausübung herrschaftskritisch in Frage stehen. Noch in Johann Sebastian Bachs *Matthäuspassion* (1727) ist so die Fürsorge des *Hirten* „thematisch dringlicher als jede Wolfsdrohung" (Blumenberg 1988: 66), da das Vertrauen auf dessen getreues Handeln stets Trost verspricht. Dabei macht es die bis zur Inversion der Hierarchie gehende, spannungsreiche

[29] Wie bedeutsam die unterschiedliche Besetzung der Handlungsrollen und die resultierende Handlungsdynamik für die Verwendung der Hirtenmetapher sind, zeigen weiterführend zwei papstkritische Sangspruchstrophen, die dem um 1300 wirkenden Heinrich von Meissen zugeschrieben werden (cf. Frauenlob 1981: IX, 12 und IX, 13). In diesen Strophen wird der *Hirte* dazu aufgerufen, gegen den Papst für das Reich einzutreten und den römischen *wolf des bannes* (ibid.: IX, 13, 8), der die Schafe von der *Weide* des Reichs vertreiben will, zu bezwingen.

Semantik der Metapher wesentlich aus, dass Bach das Hirtenbild „ohne Scheu vor härtester Zumutung" (Blumenberg 1988: 66) als Choral auch in die dramatische Gerichtsszene mit der Verurteilung Jesu einfügt:

12) Wie wunderbarlich ist doch diese Strafe!
Der gute Hirte leidet für die Schafe,
Die Schuld bezahlt der Herre, der Gerechte,
Für seine Knechte (Bach 2000: 55).

So unhintergehbar das hierarchische Verhältnis zwischen *Hirte* und *Herde* daher ist, bleibt doch die durch die Ungleichheit der Akteure bedingte Ambivalenz der Metapher als Problembezug im europäischen Kontext durchgehend virulent.

6. Zusammenfassung und Ausblick

Die drei eingangs beschriebenen Verfahren der Einbettung von Metaphern mithilfe von Markern, Carriern und Groundern haben sich als universell in dem Sinne erwiesen, dass sie sich in den Literaturen zweier räumlich und zeitlich distanter Kulturen identifizieren lassen. Die so erzeugten Strukturen der Einbettung von Metaphern in ihren sprachlichen Kontext, d.h. in ihrem intra- und transphrastischen Vor- und Nachfeld, bilden ein wichtiges Kriterium für die Analyse von Revitalisierungsverfahren, welche gerade auch lexikalisierte Metaphern mit neuen übertragenen Bedeutungen aufladen. Im Gegensatz zu den Annahmen Weinrichs zur Kontextdetermination von Metaphern zeigt sich über die Grenzen nicht miteinander in Kontakt stehender Literaturen hinweg, dass eine „starke Kontextdetermination" (Weinrich 1963: 340) eine Metapher gerade nicht zum Allgemeinplatz reduziert, sondern deren Kühnheit gleichsam befeuert oder präziser: neu anfacht. So hilfreich Weinrichs Einsicht in die Kontextdetermination und Goatlys (2011) Identifikation von kontextuellen Markierungen von Metaphern, beispielsweise in Form von *hedges,* auch sind, so scheint es doch geboten, bei der Bestimmung von Einbettungsstrukturen über diese ersten Ansätze hinauszugehen, insbesondere auch transphrastische Verfahren der Einbettung in Form von Carriern und Groundern in die Analyse einzubeziehen und deren entscheidenden Beitrag zur Revitalisierung sogenannter toter Metaphern herauszustellen.

Zudem zeigt sich bei der vergleichenden Betrachtung der Einbettungsverfahren, dass die Hirtenmetapher in Ost und West im Sinne semantischer Familien-

ähnlichkeit konzeptuell durchaus unterschiedlich zugeschnitten ist. So dürfen die Befunde von Foucault ([7]2020) und Bröckling ([3]2019) keinesfalls umstandslos generalisiert werden, zumal das Verhältnis zwischen *Hirte* und *Herde* schon im europäisch-christlichen Kontext als ambivalent erscheint und Kritik erfährt. Doch während der *Hirte* im europäischen Denken anders als der politische Souverän sanft führen, aber gerade nicht herrschen soll, zeichnet sich der chinesische Typ des *Hirten* u.a. dadurch aus, dass er nötigenfalls Gewalt gegen seine *Herde* bzw. einzelne Mitglieder derselben, gewissermaßen deren 'schwarze Schafe', einsetzt, so dass die Unterscheidung zwischen Führen und Herrschen geradezu überflüssig wird, da die Grenzen der entsprechenden Sinnbezirke offenkundig verschwimmen.

Schließlich stellt sich die Frage, ob, inwiefern und wie die Hirtenmetapher überhaupt auf eine historisch-politische oder kulturelle Realität referiert. Die von uns untersuchten Beispiele und deren Einbettungsstrukturen, darunter insbesondere die Grounder, zeigen klar, dass die Metapher von *Hirte* und *Herde* in distanten Literaturen zwar auch auf die Gegebenheiten der Viehwirtschaft bezogen sein kann (cf. Macho 2007), sich jedoch ganz vorrangig auf spezifisches kulturelles Wissen stützt und ihre Verwendungen insofern als Belege für die Interaktionstheorie der Metapher zu werten sind. Zugleich fällt aber auf, dass der Einsatz der Metapher fast immer mit Groundern verbunden ist, welche diese auf eine konkrete historische Realität wie die Situation der Kurie in Rom und ihre Konflikte mit der weltlichen Königsherrschaft oder historische Präzedenzien wie die von Tao Yuanming angeführten Herrscherfiguren und deren Taten beziehen.

Angesichts der lebensweltlichen, ökonomischen und kulturellen Bedeutung des Hirtentums für vormoderne Gesellschaften ist es kaum verwunderlich, dass die Hirtenmetapher so breite Verwendung in antiken und mittelalterlichen Literaturen Chinas und Europas gefunden hat. Bemerkenswert scheinen vielmehr ihre durchaus divergierenden politischen Implikationen im Rahmen der Menschenregierungskünste in Ost und West. Ob *gute Hirten* sanft führen, ist also eine Frage der Perspektivierung. Hierbei sollte man sich freilich mit Albrecht Schöne

> vor Augen halten, dass ‚Alterität' keine Eigenschaft der Phänomene selbst, sondern eine Kategorie unserer Wahrnehmung ist. Jede Fremdheitswahrnehmung aber beruht auf einem komparativen Akt:

> allererst als abweichend vom ‚Eigenen' wird das ‚Andere' uns bewusst – wie umgekehrt ‚Eigenes' nur, insofern es vom ‚Anderen' sich abhebt. Zwischenmenschliche Fremdheit ist deshalb immer eine wechselseitige (Schöne 1991: 5).

Was wir uns daher zur Aufgabe machen sollten, ist die Erforschung der politischen Implikationen der Hirtenmetapher im Vergleich unterschiedlicher Kulturen. Durch die Triangulation von drei distanten Sprachgemeinschaften – der vorliegende Vergleich von altchinesischen, mittellateinischen und mittelhochdeutschen Quellen aus zwei distanten Kulturräumen ist nicht mehr als ein erster Schritt – lassen sich nicht nur Universalien von kontingenten Kontaktphänomenen unterscheiden,[30] sondern auch Differenzen des politischen Denkens skalieren. *Führen gute Hirten sanft?*

7. Quellenverzeichnis

7.1 Primärliteratur und Übersetzungen

Bach, Johann Sebastian (2000): *Johannes-Passion*, *Matthäus-Passion*, *Weihnachts-Oratorium*, *Messe in h-Moll*, Werner Neumann (ed.), Stuttgart: Reclam.

Bibel oder die ganze Heilige Schrift des Alten und Neuen Testaments nach der Übersetzung Martin Luthers (1968), Stuttgart: Württembergische Bibelanstalt.

Carmina Burana. Texte und Übersetzungen mit den Miniaturen aus der Handschrift und einem Aufsatz von Peter und Dorothee Diemer (2011), Benedikt Konrad Vollmann (ed.), Berlin: Deutscher Klassiker-Verlag.

Frauenlob (Heinrich von Meissen) (1981): *Leichs, Sangsprüche, Lieder, 1. Teil: Einleitungen, Texte*, Karl Stackmann/Karl Bertau (eds.), Göttingen: Vandenhoeck.

Funk, Joseph (übers.) (1933): *Des heiligen Papstes und Kirchenlehrers Gregor des Großen Buch der Pastoralregel*, Kempten/München: Kösel.

Guan zi jiaozhu 管子校注 (2004), Li Xiangfeng 黎翔鳳 (ed.), Peking: Zhonghua shuju.

Guo yu 國語 (1978), Shanghai shifan daxue guji zhenglizu 上海師範大學古籍整理組 (ed.), Shanghai: Shanghai guji chubanshe.

Liji jijie 禮記集解 (1989), Sun Xidan 孫希旦 (ed.), Peking: Zhonghua shuju.

[30] Für diesen Hinweis danken wir einem der anonymen Gutachter.

Hanshi waizhuan jianshu 韓詩外傳箋疏 (2012), Qu Shouyuan 屈守元 (ed.), Chengdu: Ba Shu shushe.

Hanshu 漢書 (1962), Peking: Zhonghua shuju.

Hightower, James Robert (übers.) (1970): *The Poetry of T'ao Ch'ien*, Oxford: Clarendon Press.

Huainanzi jishi 淮南子集釋 (1998), He Ning 何寧 (ed.), Peking: Zhonghua shuju.

Hutton, Eric L. (übers.) (2014): *Xunzi: The Complete Text,* Princeton: Princeton University Press.

Legge, James (übers.) (1885): *The Sacred Books of China: Texts of Confucianism Part IV*, Oxford: Clarendon Press.

Lunyu yizhu 論語譯注 (1980), Yang Bojun 楊伯峻 (ed.), Peking: Zhonghua shuju.

Pohl, Karl-Heinz (übers.) (1985): *Der Pfirsichblütenquell. Gesammelte Gedichte*, Köln: Diederichs Verlag.

Rickett, W. Allyn (1985): *Guanzi: Political, Economic, and Philosophical Essays from Early China. Volume One*, Princeton: Princeton University Press.

Rickett, W. Allyn (1998): *Guanzi: Political, Economic, and Philosophical Essays from Early China. Volume Two*, Princeton: Princeton University Press.

Schreyvogel, Friedrich (übers.) (1975): *Thomas von Aquin,* Über die Herrschaft des Fürsten, Stuttgart: Reclam.

Shangshu jinguwen zhushu 尚書古文注疏 (1986), Sun Xingyan 孙星衍 (ed.), Peking: Zhonghua shuju.

Shiji 史記 (1959), Peking: Zhonghua shuju.

Tao Jingjie shi zhu 陶靖節詩註 (1988), Tang Han 湯漢 (ed.), in: Ruan Yuan 阮元 (ed.), *Wanwei biecang* 宛委別藏, 120 vols., vol. 98, Shanghai: Jiangsu guji chubanshe.

Tao Yuanming shi jianzheng gao 陶淵明詩箋證稿 (2007), Wang Shumin 王叔岷 (ed.), Peking: Zhonghua shuju.

Tao Yuanming ji jianzhu 陶淵明集箋注 (2003), Yuan Xingpei 袁行霈 (ed.), Peking: Zhonghua shuju.

Thomas von Aquin (1979): *De regno ad regem Cypri*, in: Dominikanerorden im Auftrag Papst Leos XIII. (ed.): *Editio Leonina*, vol. 72, Rom: Editori di san Tommaso, 417–471.

Walther von der Vogelweide (^{3}2009): *Spruchlyrik*, in: Bauschke, Ricarda (ed.): Walther von der Vogelweide, *Werke*, vol. 1, Stuttgart: Reclam.

Xunzi jijie 荀子集解 (1988), Wang Xianqian 王先謙 (ed.), Peking: Zhonghua shuju.

Yin Zhou jinwen jicheng 殷周金文集成 (1984–1994), 18 vols., Peking: Zhonghua shuju.

Zhongguo jijian jiancha bao 中國紀檢監察報 (2015): „Hai qun zhi ma“ 害群之馬, veröffentlicht unter dem Pseudonym Sha Mu 沙木, http://www.bjsupervision.gov.cn/qfy/qfyd/201712/t20171204_41040.html (22.07.2023).

Zhuangzi jiaoquan 莊子校詮 (2007), Wang Shumin 王叔岷 (ed.), Peking: Zhonghua shuju.

7.2 Sekundärliteratur und Hilfsmittel

Althoff, Gerd/ Meier, Christel (2011): *Ironie im Mittelalter. Hermeneutik, Dichtung, Politik*, Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.

Andreini, Attilio (2006): „Il destino di un codice: Guasti, diffrazioni e traversie nella tradizione del *Min zhi fumu*“, in: Boccali, Guiliano/Scarpari, Maurizio (eds.): *Scritture e codici nelle culture dell'Asia: Giappone, Cina, Tibet, India: Prospettive di studio*, Venedig: Cafoscarina, 203–231.

Bezner, Frank (2021): „Devianz tradieren. Überlegungen zur materialen Semantik der Vagantendichtung des lateinischen Mittelalters“, in: Reich, Philip/Flores, Karolin Toledo/Werle, Dirk (eds.): *Tradition und Traditionsverhalten. Literaturwissenschaftliche Zugänge und kulturhistorische Perspektiven*, Heidelberg: Heidelberg University Publishing, 87–106.

Bielenstein, Hans (1996): „The Six Dynasties: Vol. 1“, in: *Bulletin of the Museum of Far Eastern Antiquities* 68, 5–324.

Black, Max (1954): „Metaphor“, in: *Proceedings of the Aristotelian Society* 55, 273–294.

Blank, Andreas (2001): *Einführung in die lexikalische Semantik für Romanisten*, Tübingen: Niemeyer.

Blumenberg, Hans (1988): *Matthäuspassion*, Frankfurt/M.: Suhrkamp.

Blumenberg, Hans (1998): *Paradigmen zu einer Metaphorologie*, Frankfurt/M.: Suhrkamp.

Bohlen, Felix (2023): *Die Darstellung der Remonstration im* Guoyu. *Eine erzähltheoretische Untersuchung*, Wiesbaden: Harrassowitz.

Bröckling, Ulrich (2018): *Governmentality Studies. Gouvernmentalität: die Regierung des Selbst und der anderen*, Wiesbaden: Springer.

Bröckling, Ulrich ([3]2019): *Gute Hirten führen sanft. Über Menschenregierungskünste*, Frankfurt/M.: Suhrkamp.

Bühler, Benjamin (2013): *Zwischen Tier und Mensch. Grenzfiguren des Politischen in der Frühen Neuzeit*, München: Wilhelm Fink.

Cardelle de Hartmann, Carmen (2014): *Parodie in den Carmina Burana*, Zürich: Chronos Verlag.

Danneberg, Lutz (2002): „Sinn und Unsinn einer Metapherngeschichte", in: Bödeker, Erich (ed.): *Begriffsgeschichte, Diskursgeschichte, Metaphern-geschichte*, Göttingen: Wallstein, 259–421.

De Vaan, Michiel (2008): *Etymological Dictionary of Latin and the Other Italic Languages*, Leiden/Boston: Brill.

Deutsches Wörterbuch von Jacob und Wilhelm Grimm (1877), vol. 10, Leipzig: Hirzel.

Dresken-Weiland, Jutta (2015): *Die frühchristlichen Mosaiken von Ravenna. Bild und Bedeutung*, Regensburg: Schnell und Steiner.

Dröse, Albrecht (2021): „*Si bienen die sie wolten* – Invektiven gegen päpstliche Willkür in der Sangspruchdichtung des 13. Jahrhunderts", in: Gold, Julia/Schanze, Christoph/Tebruck, Stefan (eds.): *Tyrannenbilder. Zur Polyvalenz des Erzählens von Tyrannis in Mittelalter und Früher Neuzeit*, Berlin/Boston: Walter de Gruyter, 297–321.

Eikelmann, Manfred (2020): „Selbstsorge und Ich-Erzählung: Adaptationen antiker Heilkunst in Boethius' *Consolatio Philosophiae* und Konnrad Humerys *Tröstung der Weisheit*", in: Bulang, Tobias/Toepfer, Regina (eds.): *Heil und Heilung. Die Kultur der Selbstsorge in der Kunst und Literatur des Mittelalters und der frühen Neuzeit*, Heidelberg: Universitätsverlag Winter, 41–62.

Fahr, Paul (2022): „On General Terms for Texts in Early China", in: *T'oung Pao* 108, 559–587.

Floryszczak, Silke (2005): *Die* Regula Pastoralis *Gregors des Großen. Studien zu Text, kirchenpolitischer Bedeutung und Rezeption in der Karolingerzeit*, Tübingen: Mohr Siebeck.

Foucault, Michel (2009): *Hermeneutik des Subjekts. Vorlesungen am Collège de France 1981–1982*, Frankfurt/M.: Suhrkamp.

Foucault, Michel ([7]2020): *Sicherheit, Territorium, Bevölkerung. Geschichte der Gouvernementalität. Vorlesung am Collège de France 1977–1978*, Frankfurt/M.: Suhrkamp.

Fried, Johannes (2008): *Das Mittelalter. Geschichte und Kultur*, München: Verlag C.H. Beck.

Friedrich, Udo (2015): „Historische Metaphorologie“, in: Ackermann, Christiane/Egerding, Michael (eds.): *Literatur- und Kulturtheorien in der germanistischen Mediävistik. Ein Handbuch*, Berlin/Boston: Walter de Gruyter, 169–211.

Gibbs, Raymond W. (2006): „Metaphor Interpretation as Embodied Simulation“, in: *Mind & Language* 21, 434–458.

Gibbs, Raymond W. (2013): „Walking the Walk While Thinking About the Talk: Embodied Interpretation of Metaphorical Narratives“, in: *Journal of Psycholinguistic Research* 42, 363–378.

Goatly, Andrew (²2011): *The Language of Metaphors,* London/New York: Routledge.

Großbölting, Thomas (2022): „Einleitung: Vom guten zum schuldigen Hirten“, in: Ders. (ed.): *Die Schuldigen Hirten. Geschichte des sexuellen Missbrauchs in der katholischen Kirche*, Freiburg/Basel/Wien: Herder, 7–22.

Große, Rudolf et al. (eds.) (2000): *Althochdeutsches Wörterbuch*, vol. 4, Berlin: Walter de Gruyter.

Hanyu da cidian 漢語大詞典 (1986–1994), Luo Zhufeng 羅竹風 (ed.), 12 vols., Shanghai: Hanyu da cidian chubanshe.

Holcombe, Charles (2019): „Eastern Jin“, in: Dien, Albert E./Knapp, Keith N. (eds.): *The Cambridge History of China. Vol. 2: The Six Dynasties, 220–589*, Cambridge: Cambridge University Press, 96–118.

Hunziker-Rodewald, Regine (2021): „Hirt“, in: *Das Wissenschaftliche Bibellexikon im Internet* (WibBiLex), 1–16, http://www.bibelwissenschaft.de/stichwort/21334/ (15.03.2024).

Jiang Shanguo 蔣善國 (1988): Shangshu *zongshu*《尚書》綜述, Shanghai: Shanghai guji chubanshe.

Kellner, Beate (2019): „Herrscherpreis und Herrscherkritik in Sangsprüchen Walthers von der Vogelweide“, in: Albert, Mechthild/Brüggen, Elke/Klaus, Konrad (eds.): *Die Macht des Herrschers. Personale und transpersonale Aspekte*, Göttingen: V&R unipress, 314–350.

Kohl, Katrin (2007): *Metapher*, Stuttgart/Weimar: Springer Verlag.

Li, Feng (2006): *Landscape and Power in Early China: The Crisis and Fall of the Western Zhou, 1045–771 BC*, Cambridge: Cambridge University Press.

Lu Qinli 逯欽立 (1948): „Shu jiu shiti zhu shi yi (Tao shi jianzheng zhi yi)“ 述酒詩題注釋疑 (陶詩箋證之一), in: *Lishi yuyan yanjiusuo jikan* 歷史語言研究所集刊 18, 361–374.

Macho, Thomas (2007): „Gute Hirten, schlechte Hirten. Zu einem Leitmotiv politischer Zoologie“, in: von der Heiden, Anne/Vogl, Joseph (eds.): *Politische Zoologie*, Zürich/Berlin: Diaphanes, 71–87.

Miethke, Jürgen (2016): „De regno ad regem Cypri“, in: Leppin, Volker (ed.): *Thomas Handbuch*, Tübingen: Mohr Siebeck, 242–250.

Müller, Cornelia (2011): *Metaphors Dead and Alive, Sleeping and Waking. A Dynamic View*, Chicago/London: University of Chicago Press.

Müller, Philipp (2021): „Die Regula pastoralis Papst Gregors des Großen. Eine pastoraltheologische Relecture“, in: *Zeitschrift für Pastoraltheologie* 41, 163–184.

Nellmann, Eberhard (1999): „Innozenz III. und der ‚Zauberer Gerbrecht‘“, in: Bein, Thomas (ed.): *Walther von der Vogelweide. Textkritik und Edition*, Berlin/New York: Walter de Gruyter, 221–224.

Ottmann, Henning (2004): *Geschichte des politischen Denkens*, vol. 2,2: *Das Mittelalter*, Stuttgart/Weimar: Metzler.

Pachurka, Daniel (2020): „Walther und der lateinische Dichter Heinrich von Avranches. Eine Konstellation in der politischen Lyrik um 1213/15“, in: *Wolfram-Studien* 26, 333–351.

Padberg, Susanne (1999): *„Ahî, wie christenlîche nû bâbest lachet.“ Walthers Kirchenkritik im Unmutston*, Herne: Verlag für Wissenschaft und Kunst.

Peil, Dietmar (1983): *Untersuchungen zur Staats- und Herrschaftsmetaphorik in literarischen Zeugnissen von der Antike bis zur Gegenwart*, München: Wilhelm Fink Verlag.

Reijnierse, Gudrun W./Burgers, Christian/ Krennmayr, Tina/Steen, Gerard J. (2018): „DMIP: A Method for Identifying Potentially Deliberate Metaphor in Language Use“, in: *Corpus Pragmatics* 2, 129–147.

Roetz, Heiner (2008): „Die Welt als Garten. Chinas harmonische Gesellschaft“, in: *Frankfurter Rundschau*, 14. August, 23–24.

Roetz, Heiner (2009): „China und die ‚Harmonische Gesellschaft‘: Die Welt als Garten“, in: *Deutsche China-Gesellschaft Mitteilungsblatt* 53, 10–17.

Roetz, Heiner (2016): „Das Konzept einer ‚harmonischen Gesellschaft'", in: Paul, Gregor (ed.): *Staat und Gesellschaft in der Geschichte Chinas: Theorie und Wirklichkeit*, Baden-Baden: Nomos Verlag, 123–133.

Rolf, Eckard (2005): *Metaphertheorien. Typologie, Darstellung, Bibliographie*, Berlin/New York: Walter de Gruyter.

Schönbeck, Sebastian (2022): „Hirte/Herde", in: Gerstner, Jan/Heller, Jakob C./Schmitt, Christian (eds.): *Handbuch Idylle. Verfahren, Traditionen, Theorien*, Stuttgart: Metzler, 441–443.

Schöne, Albrecht (1991): *Vom Biegen und Brechen*, Göttingen: Wallstein Verlag.

Schüppert, Helga (1972): *Kirchenkritik in der lateinischen Lyrik des 12. und 13. Jahrhunderts*, München: Wilhelm Fink Verlag.

Schuessler, Axel (2007): *ABC Etymological Dictionary of Old Chinese*, Honolulu: University of Hawai'i Press.

Schuessler, Axel (2009): *Minimal Old Chinese and Later Han Chinese: A Companion to Grammata Serica Recensa*, Honolulu: University of Hawai'i Press.

Schwermann, Christian (2011): *„Dummheit" in altchinesischen Texten: Eine Begriffsgeschichte*, Wiesbaden: Harrassowitz.

Schwermann, Christian (im Druck): „The Ideology of Chao Cuo", in: Pines, Yuri (ed.): *Dao Companion to China's* fa *Tradition: The Philosophy of Governance by Impartial Standards*, Cham: Springer .

Shaughnessy, Edward L. (1993): „*Shang shu* 尚書 (*Shu jing* 書經)", in: Loewe, Michael (ed.): *Early Chinese Texts: A Bibliographical Guide*, Berkeley, CA: The Society for the Study of Early China/The Institute of East Asian Studies, 376–389.

Shirakawa Shizuka 白川靜 (1962–1984): „Kinbun Tsūshaku" 金文通釋, in: *Hakutsuru Bijutsukan shi* 白鶴美術館誌, 56 vols.

Suchan, Monika (2015): *Mahnen und Regieren. Die Metapher des Hirten im früheren Mittelalter*, Berlin/Boston: Walter de Gruyter.

Thesaurus Linguae Latinae (2019), vol. X,1, Berlin/New York: Walter de Gruyter.

Weinrich, Harald (1976): „Münze und Wort. Untersuchungen an einem Bildfeld", in: Weinrich, Harald: *Sprache in Texten*, Stuttgart: Klett, 276–290.

Weinrich, Harald (1963): „Semantik der kühnen Metapher", in: *Deutsche Vierteljahresschrift* 37, 3, 325–344.

Weitbrecht, Julia (2015): „Lupus in fabula. Mensch-Wolf-Relationen und die mittelalterliche Tierfabel“, in: Scheuer, Hans Jürgen/Vedder, Ulrike (eds.): *Tiere im Text. Exemplarität und Allegorizität literarischer Lebewesen*, Bern et al.: Peter Lang, 23–35.

Yuan Xingpei [袁行霈], übers. und ergänzt von Knechtges, David R. (2014): „Tao Yuanming 陶淵明 (365–427)“, in: Chang, Taiping/Knechtges, David R. (eds.): *Ancient and Early Medieval Chinese Literature: A Reference Guide, Part Two*, Leiden/Boston: Brill, 1090–1124.

Zuthsi, Patrick (2019): „The Roman Curia in the *Carmina Burana*“, in: *Mittellateinisches Jahrbuch* 54, 460–485.

Die religiöse Metapher als Zeichenprozess

Volkhard Krech, CERES, Ruhr-Universität Bochum (volkhard.krech@rub.de)

Abstract

Der Text macht es sich zur Aufgabe, die in religiöser Kommunikation verwendete Metapher vor dem Hintergrund der Peirce'schen Semiotik nicht als ein einzelnes Zeichen, sondern als einen Prozess zu verstehen, der aus verschiedenen Zeichenarten besteht. Dazu ist es zunächst notwendig, die Grundannahmen dieses semiotischen Ansatzes darzulegen. Sodann wird anhand von empirischem Material der metaphorische Prozess rekonstruiert, in dem zwei verschiedene konzeptionelle Domänen aufeinander abgebildet werden. Schließlich wird auf dieser Basis die Funktionsweise von Metaphern im religiösen Zusammenhang analysiert. Im Ergebnis besteht der metaphorische Zeichenprozess im Allgemeinen aus dem Zusammenspiel eines Indexes und eines Ikons, das im Symbol vermittelt wird, sowie aus der Oszillation zwischen Metonymie und Metapher. Im religiösen Gebrauch handelt es sich bei der Metapher um eine semantische Konkretion des religiösen Codes, der in der Unterscheidung zwischen Immanenz und Transzendenz besteht. Religiöser Sinn bildet sich, indem eine bekannte (immanente) Quelldomäne mit Religion als unbekannter (transzendenter) Zieldomäne verschränkt wird.

The text intends to understand the metaphor used in religious communication against the background of Peirce's semiotics not as a single sign, but as a process consisting of different kinds of signs. For this purpose, it is first necessary to present the basic assumptions of this semiotic approach. Then, based on empirical material, the metaphorical process is reconstructed in which two different conceptual domains are mapped onto each other. Finally, the functioning of metaphors in a religious context is analyzed. As a result, the metaphorical sign process generally consists of the interplay between index and icon mediated in the symbol, and the oscillation between metonymy and metaphor. In religious use, a metaphor is the semantic concretization of the religious code, which consists in the distinction between immanence and transcendence. Religious meaning is created by the intertwining of a known (immanent) source domain with religion as an unknown (transcendent) target domain.

1. Einleitung[1]

Die Frage, was Religion auszeichnet, beschäftigt die Religionsforschung seit ihren Anfängen. Der vorliegende Text versteht sich als ein Beitrag zur Klärung

[1] Die Arbeit an diesem Text ist durch den Sonderforschungsbereich 1475 „Metaphern der Religion" ermöglicht worden, der an der Ruhr-Universität Bochum angesiedelt ist; gefördert durch die Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) unter der Projektnummer 441126958. Für die Diskussion dieses Textes, die zu einigen Revisionen geführt hat, danke ich Christian Frevel, Licia Di Giacinto, Tim Karis, Martin Radermacher, Kianoosh Rezania und Jens Schlieter. Für schriftliche Hinweise, die ebenfalls in diesen Text eingegangen sind, danke ich den anonymen Gutachtenden. Sabrina Finke hat das Manuskript sorgfältig gegengelesen, wofür ihr ebenfalls Dank gebührt.

dieser Frage. Allerdings geht der folgende Text diese Frage prozedural an, weil er danach fragt, wie religiöser Sinn *entsteht* – und zwar nicht in historischer Perspektive, sondern systematisch. Die zugrunde liegende Annahme besteht darin, dass sich religiöse Sinnbildung konstitutiv über Metaphern vollzieht. Indem – gemäß einem geläufigem Verständnis der Metapher – eine bekannte (und vergleichsweise konkrete) Quelldomäne mit einer unbekannten (und abstrakten) Zieldomäne in Beziehung gesetzt wird,[2] kann die prinzipiell nicht zugängige religiöse Transzendenz mit immanenten, bekannten Mitteln zur Darstellung gebracht werden.

Der Schwerpunkt des vorliegenden Textes liegt auf systematischen Fragen. Dieser Akzent gründet zunächst darin, dass Einzelheiten der Peirce'schen Semiotik in der Metapherforschung zumeist nicht vorausgesetzt werden können. Zum Zweiten und umgekehrt besteht der Grund dafür, im Verhältnis von Theorie und Empirie die systematische Seite zu betonen, dass die Metapher auch semiotisch bislang noch nicht ausführlich erforscht worden ist. Zum Dritten bietet die Peirce'sche Erkenntnistheorie ein Argument dafür, mit theoretischen Fragen zu beginnen und entsprechende Schlüsse anhand empirischen Materials zu testen, um die Theorie zu bestätigen oder zu modifizieren. Dieses Verfahren nennt Peirce Abduktion und stellt es der Alternative von entweder Induktion oder Deduktion gegenüber. Das abduktive Schlussverfahren besteht in der Bildung einer erklärenden Hypothese (Magnani 2009). Diese Methode lässt sich jedoch textförmig – zumal in einem Artikel – kaum darstellen. Insofern hoffe ich bei den Lesenden auf Kredit, dass die hier vorgestellte Theorie zum semiotischen Verständnis der Metapher aus dem Wechselspiel zwischen systematischen Überlegungen und empirischer Forschung entstanden und das behandelte empirische Material nicht bloße Illustration theoretischer Vorgaben ist.

Nach theoretischen Überlegungen werden im Folgenden Metaphern analysiert, die in einer Predigt einer evangelischen Pastorin verwendet werden. Auch wenn das Thema 'Auferstehung' in der Predigt nicht ausdrücklich genannt

---

[2] So etwa Lakoff (1987: 288): „A metaphoric mapping involves a source domain and a target domain. [...] The mapping is typically partial; it maps the structure [...] in the source domain onto a corresponding structure in the target domain.". Das Konzept des Blending lasse ich hier aus Gründen der Vereinfachung außer Acht. Zur Konvergenz beider Ansätze cf. Fauconnier/Lakoff (2009).

wird, geht es in ihr dennoch um diesen zentralen Topos der christlichen Theologie. Die analysierten Metaphern ermöglichen es, den religiösen Sachverhalt der Auferstehung, die sich der normalen Erfahrung entzieht, semantisch zu entfalten. Die Auswahl des Materials ist zwar nicht willkürlich, aber ebenso wenig zwingend. Sie gründet in dem Sachverhalt, dass es sich bei der Gattung der Predigt um einen bestimmten pragmatischen Vollzug religiöser Kommunikation handelt. Diese Gattung rahmt die einzelnen in ihr enthaltenen Semantiken und stellt sie in einen religiösen Zusammenhang.[3] Um die allgemeine Tragfähigkeit der Analyse zu testen, ziehe ich als weiteres Material Metaphern heran, die im Apostolischen Glaubensbekenntnis enthalten sind. Diese Auswahl liegt darin begründet, dass es sich beim Glaubensbekenntnis um eine andere religiöse Gattung als die der Predigt handelt. Während in einer Predigt grundlegende Metaphern in der Regel semantisch *entfaltet* werden, bleibt es im Fall des liturgisch gesprochenen Glaubensbekenntnisses bei *eingefalteten*, komprimierten linguistischen Expressionen.[4] Auf diese Weise lassen sich die Ein- und Ausfaltung von Metaphern miteinander ins Verhältnis setzen.

Metaphern im Allgemeinen und speziell im religiösen Gebrauch sind Gegenstand zahlreicher – empirischer oder systematischer – Untersuchungen.[5] Allerdings wird die Metapher in der Regel nur als einzelnes Zeichen und nicht als Prozess verstanden, in den mehrere Zeichen und verschiedene Zeichenarten involviert sind.[6] Den Prozesscharakter der Metapher zu beachten, ist jedoch konstitutiv dafür, um zu verstehen, dass und wie „[d]as metaphorische ‚ist' […] zugleich ‚ist nicht' und ‚ist wie'" bedeutet (Ricœur 1986: 10). Als theoretischer Hintergrund wird die von Charles Sanders Peirce entworfene Semiotik herangezogen. Die Gründe dafür werden im Folgenden erläutert und in der

---

[3] Zu religiös qualifizierten Gattungen im Allgemeinen und der Predigt als religiöser Gattung cf. Lasch (2011) und Knoblauch/Haken (2020).

[4] Mit Blick auf die liturgische Praxis im frühen Christentum cf. Blowers (2012: 335): „In the early church, liturgy both empowered, and was empowered by, the same strong figural imagination that funded the interpretation of Scripture and the contemplation of creation."

[5] Die Literatur dazu ist Legion. Deshalb wird an dieser Stelle auf einzelne Angaben verzichtet. Grundlegend für die konzeptuelle Metaphertheorie: Lakoff/Johnson (1980). Zu ihrer Anwendung auf Religion cf. Jäkel (2002), Slingerland (2004) sowie die Beiträge im Sonderheft der Zeitschrift *Metaphor and the Social World*, 7, Heft 1, 2017; cf. die Einführung von Pihlaja (2017) und die Konklusion von Charteris-Black (2017a).

[6] Cf. nur Hiraga (2005) und Anderson (1984).

Anwendung deutlich. Zunächst wird der Forschungsstand zum Verhältnis zwischen Metapherforschung und Peirce'scher Semiotik resümiert (2). Sodann seien die Grundannahmen des Peirce'schen Ansatzes rekapituliert (3). In einem nächsten Schritt wird anhand von empirischem Material der metaphorische Prozess rekonstruiert, in dem zwei verschiedene semantische Domänen miteinander verschränkt werden (4). Schließlich wird ebenfalls anhand von empirischem Material die Funktionsweise der Metapher im religiösen Gebrauch beschrieben (5). Ein Fazit rundet den Beitrag ab (6).

2. Die Metapherforschung und die Peirce'sche Semiotik

2.1 Die Metapherforschung im Allgemeinen

Die Metapherforschung im Allgemeinen erfolgt bisher weitgehend ohne Bezug auf die Peirce'sche Semiotik. Umgekehrt hat Peirce sich zwar gelegentlich zur Frage geäußert, wie die Metapher semiotisch zu verstehen ist, es jedoch bei Andeutungen belassen, dass diese Trope ein Typus des Hypoikons, d. h. des Zeichens in seiner reinen Zeichengestalt (Jappy 2014), ist:

> Hypoicons may be roughly divided according to the mode of Firstness of which they partake. Those which partake of simple qualities, or First Firstnesses, are *images;* those which represent the relations, mainly dyadic, or so regarded, of the parts of one thing by analogous relations in their own parts, are *diagrams;* those which represent the representative character of a representamen by representing a parallelism in something else, are *metaphors* (Peirce 1994: CP 2.77).[7]

Bezüge zwischen der Peirce'schen Semiotik und der konzeptuellen Metaphertheorie werden nur sporadisch hergestellt (cf. etwa Danaher 1998; Mittelberg 2008). Im Ganzen bleibt es bislang bei vereinzelten Hinweisen. Vermittels der Peirce'schen Semiotik lässt sich jedoch das Zusammenspiel von Syntax, Semantik und Pragmatik innerhalb des metaphorischen Prozesses verstehen; immerhin geht die Unterscheidung der linguistisch geläufigen Unterscheidung von Syntax, Semantik und Pragmatik auf Charles Morris zurück, der an die Peirce'sche Semiotik sozialtheoretisch anschließt (Morris 1988).[8] Mit wenigen

---

[7] Zum Näheren cf. etwa Anderson (1984), Strub (1994), Hausman (1996) und Lattmann (2012).

[8] Die Syntaktik untersucht die formalen Beziehungen der Zeichen untereinander; die Semantik erforscht die Beziehungen zwischen Zeichen und Gegenständen bzw. Sachverhalten;

Ausnahmen[9] konzentriert sich die Forschung bisher allerdings auf entweder semantische oder pragmatische Aspekte der Metapher.[10] Im Besonderen eignet sich die Peirce'sche Semiotik bestens dafür, um das zu begreifen, was in der konzeptuellen Metaphertheorie 'Bildschema' genannt wird (Johnson 1987; Lakoff 1987; zur Diskussion im Vergleich mit ähnlichen Begriffen, die in der Metaphertheorie verwendet werden, cf. Kövecses 2020a). Mit Bildschemen hängt nicht zuletzt das Verhältnis von Metapher und Metonymie zusammen, das in der entsprechenden Forschung ebenfalls größtenteils ohne Bezug auf Peirce diskutiert wird,[11] doch mit Hilfe seiner Semiotik, wie zu zeigen sein wird, besser als bislang verstanden werden kann. Insbesondere wird deutlich, dass und wie das Symbol die Relation zwischen Metapher und Metonymie vermittelt.

2.2 Die Forschung zu Metaphern im religiösen Gebrauch

In der Forschung besteht Einigkeit darüber, dass Religion nicht ohne Metaphern auskommt (cf. nur Barbour 1974: 12–16; Soskice 1985; Dorst 2021; mit Bezug auf die Feuer-Metapher Charteris-Black 2017b: 63–123). Metaphern sind für religiöse Sinnbildung konstitutiv, weil es Religion prinzipiell mit dem Unsichtbaren, Unbezeichenbaren und daher auch mit dem Unsagbaren zu tun hat (Liebert 2017), das dennoch zum Ausdruck zu bringen ist. Anhand der konzeptuellen Metaphertheorie lässt sich verstehen, wie Religion als unbekannte Zieldomäne mittels bekannter Quelldomänen verfügbar gemacht wird.

In der Religionsforschung ist die Semiotik zwar bereits verschiedentlich angewendet worden (cf. nur Yelle 2013; Ponzo et al. 2021; Wildgen 2021). Auf diese Weise wird erklärt, wie Religion mittels Zeichen auf das verweist, was sich prinzipiell nicht bezeichnen lässt, nämlich auf das Unverfügbare. Aber insbe-

---

und die Pragmatik analysiert die Beziehungen zwischen Zeichen und dem Interpretationszusammenhang.

[9] Mit Blick auf den Zusammenhang zwischen Semantik und Syntax in der Metapher cf. etwa Brooke-Rose (1958) und Deignan (2006).

[10] Zum semantischen Aspekt der Metapher cf. grundlegend Sweetser (1990); zum pragmatischen Aspekt cf. beispielsweise die Beiträge in MacArthur et al. (2012).

[11] Zum Verhältnis zwischen Metapher und Metonymie cf. die Beiträge in Goossens et al. (1995), Barcelona (2003), Dirven/Pörings (2003) und Spieß/Köpcke (2015).

sondere für den Fall von Metaphern im religiösen Sprachgebrauch trifft ebenfalls zu, dass das analytische Potenzial des Peirce'schen Ansatzes noch längst nicht ausgeschöpft ist.

3. Die Grundannahmen der Peirce'schen Semiotik

3.1 Die drei semiotischen Kategorien

Charles Sanders Peirce hat als Begründer der *semiotics* im Zusammenhang seiner triadischen Kategorienlehre ein dreistelliges Zeichenmodell entworfen. Der Peirce'schen Kategorienlehre zufolge besteht eine Semiose – das heißt „ein Prozeß, in dem etwas als Zeichen fungiert" (Morris 1988: 20) – stets aus Erstheit (Eigenschaften), Zweitheit (Differenzen und Relationen) und Drittheit (Regeln, Konventionen). Die Peirce'sche Kategorienlehre vermittelt die Paradoxie des Zeichens. Der Widerspruch besteht darin, dass ein Zeichen *sinnhaft* für sich selbst (Erstheit) und zugleich für ein anderes Zeichen steht, von dem es eine *Bedeutung* erhält (Zweitheit). Die Paradoxie wird in der Drittheit vermittelt. Die drei Kategorien bestimmen sich wie folgt (cf. ausführlich Esposito 1980; Baltzer 1994a):

- Die Kategorie der Erstheit umfasst alles, was und wie es ist, weil es so ist, ohne Hinsicht auf irgendetwas anderes als sich selbst. Erstheit bezieht sich auf Vorfindliches in seiner Qualität im Spektrum von Möglichkeit und ihrer Realisierung sowie Form (oder Struktur) und variierender Anwendung:

  > Firstness in its purest form, as a complement to Secondness and Thirdness, is reflexive, symmetrical, nontransitive, and self-contained. As such, the most that can be said of it is that it is as it is (Merrell 1997: 167).

  Die Kategorie der Erstheit ist also jene der syntaktischen *Präsenz*.
- Die Kategorie der Zweitheit umfasst alles, was und wie es ist, weil es mit einem oder mehreren Zweiten in Verbindung steht:

  > Secondness requires the existence of some other accompanied by dyadic relations of action-reaction, cause-effect, sequence-consequence, and statement-counterstatement: it entails 'What Is ↔ Is Not' according to classical logical principles. […] Secondness marks the initiation of transitivity, asymmetry, nonreflexivity, and disequilibrium, and it at least gives a glimpse of the generation of time (Merrell 1997: 167).

Zweitheit bezieht sich auf Gewordenes, Verbundenes, Faktisches, aber Kontingentes im Spektrum von Differenz und Relation. Die Kategorie der Zweitheit ist also jene der semantischen *Repräsentation*.

- Die Kategorie der Drittheit umfasst alles, was und wie es ist, weil es die Beziehung zwischen einem Zweiten und einem Ersten herstellt. Drittheit bezieht sich auf vermittelndes Seiendes im Spektrum von Kontingenz und Regel:

  > Thirdness, taking its cue from Secondness, is characterized by full-blown transitivity, radical asymmetry, temporality […]. Entailing the incessant push toward generality, or regularity, Thirdness embodies the effort—however futile—to bring processes to completion, to arrive once and for all at the plenitude of things (Merrell 1997: 167).

  Die Kategorie der Drittheit ist also jene der pragmatischen *Präsentation*.

Die drei Kategorien bestehen nicht unabhängig voneinander, sondern ausschließlich im wechselseitigen Bezug aufeinander. Beispielsweise setzt sich der Satz *Die rote Rose ist ein Symbol für Liebe* aus ‘Rotheit‘ in der Erstheit (und nicht etwa ‘Blauheit‘, ‘Gelbheit‘ usw.), ‘roter Rose‘ (und nicht etwa ‘roter Nelke‘, ‘roter Tulpe‘ usw.) in der Zweitheit sowie als ganzer Satz (und nicht etwa ‚… ist ein Symbol für Reichtum‘ usw.) in der Drittheit zusammen. In der Dimension der Erstheit haben die Wörter *rot*, *Rose* und *Liebe* durch ihre Kombination eine bestimmte, abstrakte Eigenschaft gemeinsam. Diese Eigenschaft ist für sich genommen, nämlich wenn man sich nur auf den genannten Satz bezieht, nicht weiter zu explizieren. Damit diese Eigenschaft eine Bedeutung erhält, braucht es einen pragmatischen Zusammenhang (Drittheit), der Bedeutungen konstituiert (Zweitheit) – etwa psycholinguistische Studien, die zeigen, dass und wie eine rote Rose in konventioneller und kulturell verschiedener Weise mit dem Gefühl der Liebe assoziiert wird (cf. Wierzbicka 2015). In der Dimension der Zweitheit treten Differenzen und Relationen zutage; etwa, dass die Wörter *rot*, *Rose* und *Liebe* in einem Zusammenhang stehen, sich aber ebenso voneinander wie auch gemeinsam von anderem unterscheiden (etwa, mit Blick auf die Drittheit, von wirtschaftlicher Pragmatik: *Die rote Rose ist teuer*.). In der Dimension der Drittheit werden die Differenzen und Eigenschaften, die Gemeinsamkeit ausdrücken oder herstellen, mediiert.

3.2 Die drei Komponenten einer Semiose: Zeichen, Objekt und Interpretant

Den drei Kategorien der Peirce'schen Logik entspricht jeweils eine Komponente einer Semiose (d.h. eines elementaren Zeichenprozesses):

> Ein Zeichen […] ist ein Erstes, das in einer solchen genuinen triadischen Relation zu einem Zweiten, das sein Objekt genannt wird, steht, daß es fähig ist, ein Drittes, das sein Interpretant genannt wird, zu bestimmen, und zwar dahingehend, dieselbe triadische Relation zu seinem Objekt anzunehmen, in der es selbst zu diesem selben Objekt steht.[12]

Dabei ist zu beachten: „the terms interpretant, sign and object are a triad whose definitions are circular. Each of the three is defined in terms of the other two" (Savan 1988: 43). Dementsprechend versteht Peirce Semiose als „an action, or influence, which is, or involves, a cooperation of *three* subjects, such as a sign, its object, and its interpretant, this tri-relative influence not being in any way resolvable into actions between pairs" (Peirce 1994: CP 5.484).

Für eine konkrete Semiose ist das Zeichen allerdings nicht in allen möglichen Hinsichten relevant. Dasselbe gilt für das Objekt und den Interpretanten. Ein Zeichen, ein Objekt und ein Interpretant sind für eine einzelne Semiose immer nur in spezifischen Aspekten, also in einer besonderen Hinsicht signifikant. Die relevanten Aspekte bestimmen sich in der triadischen Semiose wechselseitig. Auf diese Weise wird ein mögliches und im Prinzip unendliches Bedeutungsspektrum eingeschränkt. In semiotischer Perspektive gibt es keine feststehenden Entitäten, sondern nur Relationen und Strukturen als ein Gefüge von Relationen, die Entitäten in bestimmter Weise anordnen und sie auf diese Weise allererst konstituieren. Daraus leitet sich die unhintergehbar triadische Struktur des Zeichenprozesses ab. Wenn innerhalb einer Semiose ein Element als Zeichen, ein anderes als Objekt und ein drittes als Interpretant fungiert und

---

[12] So die Übersetzung von Schönrich (1990: 104–107). Das englische Original lautet: „A *Sign* […] is a First which stands in such a genuine triadic relation to a Second, called its *Object,* as to be capable of determining a Third, called its *Interpretant,* to assume the same triadic relation to its Object in which it stands itself to the same Object" (Peirce 1994: CP 2.274). Das ist nicht die einzige Definition des Zeichens, die Peirce gibt, aber eine besonders prägnante; cf. Marty (1997).

entsprechend identifiziert wird, handelt es sich stets um eine Momentaufnahme eines oszillierenden Prozesses.

Während ein Zeichen ein Objekt in einer bestimmten Hinsicht bezeichnet und eine seiner Eigenschaften oder ein Bündel von Eigenschaften hervorhebt, verleiht der Interpretant der Beziehung zwischen Zeichen und Objekt eine bestimmte pragmatische Bedeutung. Beispielsweise ist das deutsche Wort *Haus* ein 'Zeichen', das auf ein physisches Gebäude als 'Objekt' verweist. Die Relation zwischen Zeichen und Objekt ist durch den 'Begriff' *Haus* vermittelt, der eine Konkretion des Interpretanten darstellt; etwa als 'Gebäude, das für einen bestimmten Gebrauchszweck errichtet worden ist und benutzt wird' – beispielsweise als Wohnhaus, Theater, Verwaltungssitz, Geschäft usw. Ein Zeichen steht somit für ein Objekt in gewisser Hinsicht, die durch einen Interpretanten bestimmt wird.[13] Der Interpretant entscheidet darüber, welche Aspekte in der Relation zwischen Zeichen und Objekt eine Bedeutung erlangen; im genannten Beispiel etwa, welches Zusammenspiel von möglichen Aspekten im Deutschen als *Haus* zu bezeichnen ist und in welcher pragmatischen Hinsicht es als Objekt fungiert (zum Beispiel im Saal eines Opernhauses dauerhaft wohnen zu wollen, würde sozial wohl nicht akzeptiert). Umgekehrt spezifiziert die Relation zwischen Zeichen und Objekt jene möglichen Aspekte des Interpretanten, die in der Semiose relevant werden. Die Relationen zwischen Zeichen, Objekt und Interpretant sind wie folgt:

[13] So die Definition in Anlehnung an Peirce bei Parmentier (1994: 16): „a sign stands for an object in some respect to some interpretant".

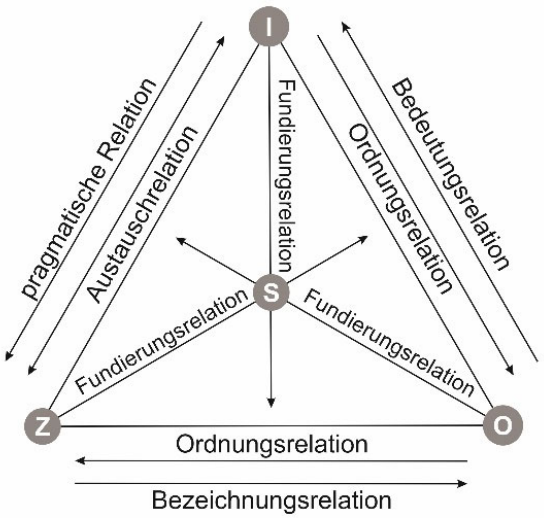

Abb. 1: Die Relationen in der elementaren Semiose

Die Semiotisierung S (oder 'Zeichengenerierung') ist die Richtung vom stärksten Bezug zur 'Welt', auf die sich Zeichenprozesse beziehen, die sich zugleich aber nur zeichenhaft erfassen lässt, hin zur größten Zeichenhaftigkeit. Die Semiotisierung S startet beim erstheitlichen Zeichen und nimmt den Weg über das zweitheitliche Objekt zum drittheitlichen Interpretanten. Die Abfolge ist somit diejenige von der Bezeichnungs- über die Bedeutungs- zur pragmatischen Relation. Eine bestehende Semiose S lässt sich umgekehrt abschichten ('Zeichendegenierung'): vom drittheitlichen Interpretanten über das zweitheitliche Objekt zum erstheitlichen Zeichen (und somit in der Richtung von der größten Zeichenhaftigkeit zum stärksten 'Weltbezug'). Die Abfolge ist in diesem Fall diejenige von den beiden Ordnungsrelationen I → O und O → Z zur Austauschrelation Z ↔ I. Die beiden Relationen I → O und O → Z heißen deshalb Ordnungsrelationen, weil sie die mögliche Realität sinnhaft zur tatsächlichen Wirklichkeit ordnen. Die Realität ist der Gegenstand, auf den sich eine Semiose bezieht, und zugleich Teil der Semiose. Zwischen Z und I besteht eine Austauschrelation, weil sich Zeichengenerierung und -degenerierung in einer steten Oszillation befinden: Zeichenprozesse konstituieren sinnhafte Realität und lassen sich von (noch) nicht semiotisierten Zuständen und Prozessen potenzieller Wirklichkeit zugleich irritieren sowie stimulieren. Bei der permanenten Oszillation ist zu beachten, dass die zweistelligen Relationen jeweils auf

einer Fundierungsrelation basieren, sodass die elementare triadische Semiose S insgesamt aus neun Relationen besteht.[14]

Um zu verstehen, dass und wie sich die Semiose auf die ihr äußerliche Realität beziehen und diese Realität zugleich Teil der Semiose sein kann, ist zwischen einem unmittelbaren Objekt und einem dynamischen Objekt zu unterscheiden:

> Wir müssen nämlich das Unmittelbare Objekt, welches das Objekt ist, wie es das Zeichen selbst darstellt und dessen Sein also von seiner Darstellung im Zeichen abhängig ist, von dem Dynamischen Objekt unterscheiden, das die Realität ist, die Mittel und Wege findet, das Zeichen zu bestimmen, ihre Darstellung zu sein (Peirce 1983: 145).

Das unmittelbare Objekt ist Teil der kommunikativen Aufmerksamkeit, mit der eine Semiose auf sich selbst Bezug nimmt (Selbstreferenz), während das dynamische Objekt der Sachverhalt ist, auf den sich die Semiose bezieht (Fremdreferenz), aber ebenso gegenstandsförmig in die Semiose einbezogen wird (Fremd- und Selbstreferenz).[15] Das Objekt, auf das die Semiose referiert, heißt deshalb 'dynamisch', weil es sich selbst und die Wirklichkeit, deren Teil es ist, je nach semiotischem Zusammenhang wandeln und verschiedene Aspekte erhalten kann.

Für das Verständnis des Interpretanten als dritter Komponente der Semiose sind folgende Eigenschaften zu beachten:

- Peirce hat das Kunstwort *Interpretant* geprägt, um dem Missverständnis vorzubeugen, dass die Bedeutung gebende Interpretation des Verhältnisses von Zeichen und Objekt durch ein Zeichen verwendendes und zeichenexternes Subjekt erfolgt. Auch menschliche Individuen und deren Bewusstseine sind und bestehen aus Zeichen, und Interpretanten können nur qua sozio-kultureller Adressierung 'menschliche Individuen' sein. Das sind sie nur dann, wenn in sozialer Kommunikation entsprechend zugerechnet wird – als eine Möglichkeit unter anderen (etwa während einer Zeugenvernehmung vor Gericht: „Bitte äußern Sie sich zum

[14] Zu den Ordnungs- und Fundierungsrelationen sowie zur Austauschrelation cf. Ditterich (1990: 91 ff., 1990: 123 ff.) und Toth (2000: 2).

[15] Cf. die Erläuterung zum unmittelbaren Objekt bei Bellucci (2015: 411), allerdings im üblichen, im vorliegenden Ansatz nicht verwendeten Sender-Empfänger-Modell: „Immediate objects account for the intersubjectivity of reference. A sign functions as such if it identifies an object that is common to the utterer's and the interpreter's experiences."

besagten Sachverhalt" oder: „Sie haben vorhin gesagt, dass …"). Peirce führt den Begriff 'Interpretant' ein, um ihn von menschlichen Interpretinnen und Interpreten abzusetzen.[16] Jener Bezugsrahmen, der die Bedeutung einer Semiose bestimmt, gilt mithin als Interpretant.[17] Der Interpretant umfasst den gesamten Bedeutungsbereich des Zeichens und ist in der Semiose zugleich selbst ein Zeichen.[18] Deshalb gehört der Interpretant nicht nur zum psychischen Denken, in dem Semiose bewusstseinsförmig verläuft, sondern auch zur Kommunikation, in der Semiose in spezifischer Weise erfolgt, um Sozialität zu ermöglichen. Der Interpretant bestimmt die Kommunikation in pragmatischer Hinsicht.

- Ferner sind drei Arten von Interpretanten zu unterscheiden. Während sich der unmittelbare Interpretant im Zeichen selbst zeigt, ist der dynamische Interpretant der mögliche oder tatsächliche Effekt, den das Zeichen als Zeichen bestimmt (cf. Peirce 1994: CP 4.536). Der unmittelbare Interpretant konstituiert den zeicheninternen Sinnzusammenhang, während der dynamische Interpretant den Bedeutungszusammenhang herstellt, der durch den Anschluss eines Zeichens an ein vorgängiges entsteht. Dieser wird jedoch im weiteren Verlauf der Semiose in den internen Sinnzusammenhang integriert, um erneut von einem dynamischen Interpretanten in einen Bedeutungszusammenhang transformiert zu

---

[16] Cf. Baltzer (1994b: 360): Peirce spricht „mit Bedacht von ‚lnterpretant' und nicht vom (menschlichen) Interpreten". In einem Brief an Lady Welby von 1908 schreibt Peirce: „I define a Sign as anything which is so determined by something else, called its Object, and so determines an effect upon a person, which effect I call its Interpretant, that the latter is thereby mediately determined by the former." Sogleich beeilt er sich jedoch hinzuzufügen: „My insertion of 'upon a person' is a sop to Cerberus, because I despair of making my own broader conception understood"; cf. Hardwick (1977: 80f.). Die Zurechnung des Interpretanten auf eine Person ist also lediglich ein Besänftigungsmittel für Kerberos, den mehrköpfigen Höllenhund, der die Unterwelt bewacht, ein didaktisches Mittel, um für ein größeres Publikum verständlich zu sein. Vor dem Hintergrund dieser Unterscheidung bestimmt Charles Morris den Interpreten als einen vierten Faktor der Semiose, der aber wiederum – semiotisch konsequent – aus triadischen semiotischen Prozessen mit Zeichen, Objekt und Interpretant besteht; cf. Morris (1988: 20f.).

[17] Cf. Deacon (1997: 63): „Whatever process determines reference qualifies as an interpretant."

[18] Cf. Walther (1969: 6): „Der Interpretant […] ist nicht nur ‚interpretierendes Bewußtsein, das ein Zeichen' ist, sondern allgemein die Interpretation, das Interpretantenfeld, der Bedeutungsbereich des Zeichens. Der Interpretant ist selbst ein Zeichen (das zum Denken gehört) oder eine Erfahrung oder eine Empfindung, mit anderen Worten, es umfaßt alles, was mit ‚Bedeutung' im weitesten Sinne gemeint ist."

werden. Das Oszillieren zwischen selbstreferenziellem Sinn, der durch den unmittelbaren Interpretanten hergestellt wird, und fremdreferenzieller Bedeutung, die durch den dynamischen Interpretanten konstituiert wird, ist im Prinzip unendlich. Aber der Semiose sind durch den finalen Interpretanten und die durch ihn erzeugten Rekursionen Grenzen gesetzt. Der finale Interpretant ist die gewohnheitsmäßige Weise, in welcher der Beziehung zwischen Zeichen und Objekt eine Bedeutung verliehen wird.[19]

Die Unterscheidung von Sinn und Bedeutung bezieht sich auf Gottlob Frege (2008: 24). Beispielsweise haben die Wörter *Abendstern* und *Morgenstern* einen verschiedenen Sinn (etwa in poetischer Verwendung), aber mit dem astronomischen Verweis auf den Planeten Venus (etwa in wissenschaftlich-astronomischer Beschreibung) dieselbe Bedeutung. Allerdings ist zu beachten, dass der *Planet Venus* selbst nur ein Zeichen ist, das auf einen bestimmten 'Himmelskörper' referiert. Der *Himmelskörper* ist aber ebenfalls ein Zeichen usw. Der finale Interpretant (etwa als Sinnform der Kunst im Falle eines Gedichtes oder als Sinnform der astronomischen Wissenschaft im Falle der Referenz auf den Planeten Venus) begrenzt die im Prinzip unendliche Semiose im pragmatischen Vollzug.

4. Die Metapher zwischen Ikon, Index und Symbol

4.1 Ikon, Index und Symbol

Für die Frage, wie eine Metapher als Prozess zu begreifen ist, an dem mehrere Zeichen und verschiedene Zeichenarten beteiligt sind, ist es notwendig, sich in gebotener Kürze die verschiedenen Zeichenarten oder -aspekte zu vergegenwärtigen, die Peirce unterscheidet. Diese erhält man, wenn man mit Blick auf die drei Kategorien Erstheit (Möglichkeit), Zweitheit (Aktualität) und Drittheit (Regel/Gesetz) die Zeicheneigenschaft (Erstheit), die Objektbeziehung (Zweitheit) und den Interpretantenbezug (Drittheit) unterscheidet. Daraus entstehen die folgenden Unterteilungen (von Peirce auch Trichotomien genannt) mit entsprechenden Zeichenarten:

---

[19] Cf. Peirce (2020: 173): „The *Final Interpretant* is that habit in the production of which the function of the sign is exhausted."

		1.	2.	3.
		Zeichen-eigenschaft (signans)	Objekt-beziehung (signatum)	Interpretanten-beziehung (Bezeichnung)
1.	Zeichen als Möglichkeit	*Qualizeichen* (Qualität)	*Ikon* (Ähnlichkeit)	*Rhema* (Term)
2.	Zeichen als Aktualität	*Sinzeichen* (Relation)	*Index* (Hinweis)	*Dicent* (Proposition)
3.	Zeichen als Regel/Gesetz	*Legizeichen* (Typus)	*Symbol* (Konvention)	*Argument* (kognitiver Gehalt)

Tab. 1: Einteilung der Zeichenarten nach Peirce

Für die Behandlung der Frage, wie eine Metapher als ein Zeichenprozess zu verstehen ist, sind aus den Zeichenarten (**Tab. 1**) vor allem diejenigen innerhalb der Zweitheit (also Zeichen mit Blick auf ihren Objektbezug) relevant; denn in dieser Kategorie der aktualisierten Differenzen und Relationen erfolgt der Vorgang des Mappings zweier verschiedener semantischer Domänen als der üblichen Definition der Metapher:[20] das ikonische Zeichen (aus der Erstheit der Zweitheit), das indexikalische Zeichen (aus der Zweitheit der Zweitheit) sowie das symbolische Zeichen (aus der Drittheit der Zweitheit). Diese drei Zeichenarten bestimmen sich wie folgt:

1. Das *Ikon* ist ein Zeichen, das sein Objekt in bestimmter Hinsicht abbildet, imitiert, das heißt, mindestens einen Aspekt mit seinem Objekt gemeinsam hat und ihn hervorhebt. Es ist somit das Zeichen einer Eigenschaft seines Objekts.[21] Das Ikon betont die Qualität der Form, hebt eine Eigenschaft oder ein Muster von Eigenschaften hervor. Das Ikon ist mit *selbstreferenziellem Sinn* ausgestattet.
2. Der *Index* ist ein Zeichen, das sich auf die Differenz und Relationalität zwischen Zeichen und Objekt bezieht. Es hat eine reale, gegebenenfalls

[20] So etwa Lakoff (1987: 288): „A metaphoric mapping involves a source domain and a target domain. [...] The mapping is typically partial; it maps the structure [...] in the source domain onto a corresponding structure in the target domain." Das Konzept des Blending lasse ich hier außer Acht. Zur Konvergenz beider Ansätze cf. Fauconnier/Lakoff (2009).

[21] Cf. Ransdell (1980: 170): „Iconic signs are […] all alike in being appearings of the object which exhibit some intrinsic quality of it."

auch kausale Beziehung zu seinem Objekt; es weist direkt auf das Objekt hin oder zeigt es an. Das Objekt oder Ereignis, das der Index bezeichnet, ist konkret und somit ort- und zeitabhängig. Der Index versieht ein Objekt mit einer *semantischen Bedeutung*.

3. Das *Symbol* ist ein Zeichen, das die generalisierte Konvention und Regelhaftigkeit in der Bedeutungszuschreibung herausstellt. Es bildet sein Objekt weder ab noch zeigt es sein Objekt an. Vielmehr besteht es unabhängig vom Objekt und repräsentiert sein Objekt zwar arbiträr, aber dennoch sozio-kulturell geregelt. „Die Symbole sind […] nicht vom Objekt, sondern von Konvention, Brauch oder der ‚natürlichen Disposition des Interpretanten oder Interpretantenfeldes' abhängig" (Walther 1969: 5f.). Dabei ist jedoch zu beachten, dass Konventionen nicht von Zeichennutzerinnen und -nutzern, die außerhalb der Semiose stehen, etabliert werden. Konventionen werden vielmehr innerhalb von Zeichenprozessen selbst und als solche hergestellt. In diesem Sinne sind Konventionen die Lösung von Kommunikationsproblemen „that […] need not involve explicit or implicit agreement" (Deacon 2018: 69, mit Bezug auf Lewis 2002). Die Lösung von Kommunikationsschwierigkeiten wird auf semiotischem Weg erzielt: „the development of conventionality requires extensive semiotic activity" (Deacon 2018: 70). In Bezug auf Zeichensysteme gilt zudem: „Relations among the elements *within* the system are mutually determining and therefore not arbitrary in the way we usually understand the word" (Keane 2003: 412). Das Symbol stattet das Bezeichnete mit einer *pragmatischen Bedeutung* aus.

Strenggenommen, kann es im Zeichenprozess der sprachlichen Metapher weder ikonische noch indexikalische Aspekte geben, weil die menschliche Sprache genuin symbolisch und somit drittheitlich verfasst ist. Wenn ich im Folgenden dennoch von ikonischen und indexikalischen Anteilen des metaphorischen Prozesses spreche, so ist das in Anlehnung an Charles W. Morris im Sinne einer linguistischen und kommunikationstheoretischen Semiotik gemeint, die Erstheit als Syntaktik, Zweitheit als Semantik und Drittheit als Pragmatik fasst.[22] Das Ikon, das die Qualität der Form und des Muster betont, liegt auf der

[22] Cf. Morris (1988). In diesem Sinne hat ein mental oder kommunikativ präsentes Wort, das mit seinem Objekt in psychischer Imagination oder sozialer Kommunikation gleichgesetzt wird, einen ikonischen und einen degeneriert-indexikalischen Charakter; cf. Peirce (1994: CP

Ebene der Syntaktik, der Index, der auf sein Objekt hinweist, befindet sich auf der Ebene der Semantik, und das Symbol, das die generalisierte Konvention und Regelhaftigkeit in der Bedeutungszuschreibung herausstellt, ist auf der Ebene der Pragmatik situiert. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass sich die Charakteristik und Funktionsweise von Indices und Ikons in der menschlichen Sprache vom Symbol her bestimmen (cf. Koch 2007: 26).

Ferner ist zu beachten, dass die Beziehungen zwischen den drei Zeichenarten Ikon, Index und Symbol nicht per se gegeben und statisch sind, sondern prozedural; die Zeichenarten bestimmen sich relational zueinander:

> No particular objects are intrinsically icons, indices, or symbols. They are interpreted to be so, depending on what is produced in response. In simple terms, the differences between iconic, indexical, and symbolic relationships derive from regarding things either with respect to their form, their correlations with other things, or their involvement in systems of conventional relationships. […] These modes of reference aren't mutually exclusive alternatives; though at any one time only one of these modes may be prominent, the same signs can be icons, indices, and symbols depending on the interpretive process. But the relationships between icons, indices, and symbols are not merely a matter of alternative interpretations. They are to some extent internally related to one another (Deacon 1997: 71).

5.76): „The Term corresponds to the Icon and to the degenerate Index. It does excite an icon in the imagination." Zu den indexikalischen Anteilen einer Metapher cf. Jensen (2022: 209): „[…] it might prove beneficial to add an extra indexical dimension which can account for the perception of *contiguity* in the process of metaphorical meaning making. This indexical level of contiguity may aid in providing a more three-dimensional dynamical structure to the mapping process than the 'flat' A IS B structure characterizing the conceptual structure of TARGET IS SOURCE." Sprache oszilliert prinzipiell zwischen der indexikalischen Metonymie (Kontiguität) auf der syntagmatischen Achse und der ikonischen Metapher (Similarität) auf der paradigmatischen Achse, wie Roman Jakobson (1974) in einem bahnbrechenden Aufsatz über die zwei Seiten der Sprache gezeigt hat. Cf. auch Žilka (2020: 60): „In der Poetik [aber auch in der Sprache insgesamt; VK] bleibt das Symbol ein Symbol, dem Index entspricht die Metonymie und dem Ikon die Metapher, denn die erweiterte Bedeutung beruht auf einer Ähnlichkeit der Phänomene einerseits oder einer Analogie andererseits. Der grundlegende Unterschied aber besteht darin, dass die Poetik nur sprachliche Zeichen, nur lexikalische Mittel erforscht, die Theorie aber manchmal poetische Phänomene beschreibt, indem sie ein kreatives Prinzip aufdeckt, das auf Tropen basiert." So kann beispielsweise von einer 'ikonischen Textinterpretation' die Rede sein, wenn ein Text seiner Semantik Eigenschaften zuschreibt, die er in syntaktischer Hinsicht selbst hat; cf. Posner (1986: 306).

Zudem stehen die drei Zeichen Ikon, Index und Symbol in keiner direkten Relation zueinander; ihre Beziehungen sind über Interpretanten- und Objektbezüge vermittelt. Das liegt an der kategorialen Unterscheidung zwischen Erstheit, Zweitheit und Drittheit. Aber auch wenn zwischen erstheitlichem Ikon, zweitheitlichem Index und drittheitlichem Symbol keine direkte Verbindung besteht, befinden sie sich dennoch in einer hierarchischen Abhängigkeit: Ein vollständiges Symbol setzt immer ein indexikalisches Zeichen voraus, ebenso wie ein vollständiges indexikalisches Zeichen stets auf einem ikonischen Zeichen gründet.[23] Diese hierarchische Abhängigkeit ist jedoch keine einfache kompositorische Beziehung. Indexikalische Zeichen sind nicht aus ikonischen Zeichen und Symbole nicht aus indexikalischen Zeichen 'gemacht'. Die drei Zeichenarten sind vielmehr Stadien der Entwicklung und Differenzierung immer komplexerer Arten des Verweisens.[24] Hierarchische Abhängigkeit heißt, dass das Symbol, das kommunikativ verarbeitete Ausschnitte kognitiver Prozesse darstellt, auf einen Index und ein Ikon angewiesen ist (Peirce 1994: CP 2.293); denn Drittheit ist etwas, das ein Erstes in eine Beziehung zu einem Zweiten bringt (Peirce 1994: CP 8.332). Der Index ist primär für die semiotische Repräsentation von Sachverhalten zuständig, auf die sich die Semiose bezieht (physische Objekte; im Falle von Verbalsprache: Semantik). Darin ist der Index wiederum auf ein erstheitliches Ikon angewiesen (Syntaktik).

4.2 Das Fallbeispiel SKELETTE VON HOCHHÄUSERN

Die Hypothese ist nun, dass eine Metapher aus dem Zusammenspiel zwischen erstheitlichem Ikon, zweitheitlichem Index und drittheitlichem Symbol besteht. Um diese Annahme zu testen, analysiere ich einen Satz aus der Predigt einer evangelischen Pastorin: „Skelette von Hochhäusern ragen rechts und links in den Himmel" (Höhner 2020: Abs. 2). Der Inhalt der Predigt bezieht sich auf Erfahrungen von Menschen, die in die vom Krieg zerstörte syrische Stadt Aleppo zurückkehren. Die sprachliche Metapher SKELETTE VON HOCHHÄUSERN korrespondiert mit Bildern wie diesem:

---

[23] Cf. Peirce (1998: 318): „[…] a symbol, if sufficiently complete, always involves an index, just as an index sufficiently complete involves an icon."

[24] Cf. Deacon (2012: 13): „Indices are not *made of* icons and symbols are not *made of* indices. These are stages in developing and differentiating ever more complex forms of reference."

Abb. 2: Menschen stehen vor zerstörten Häusern
in der syrischen Stadt Aleppo[25]

Im Folgenden sei der semiotische Prozess, in dem sich die Metapher SKELETTE VON HOCHHÄUSERN vollzieht, Schritt für Schritt rekonstruiert.[26]

Abb. 3: Die Metapher SKELETTE VON HOCHHÄUSERN
in der semiotischen Rekonstruktion I

1) Die Frage, was als Ausgangspunkt der semiotischen Rekonstruktion zu nehmen ist, hängt davon ab, was – gemäß der üblichen Definition der Metapher –

---

[25] Foto und Betitelung aus: https://www.deutschlandfunkkultur.de/weltkulturerbe-aleppo-die-hoffnung-der-denkmalpfleger-100.html (17.03.2022). © AFP PHOTO / AMC / ZEIN AL-RIFAI.

[26] Die einzelnen semiotischen Schritte müssen genau genommen mittels der Peirce'schen zehn Zeichenklassen rekonstruiert werden; zu den Zeichenklassen cf. Walther (1979: 80–87) und Liszka (1996: 48–52). Während das Ikon in der Erstheit liegt, der Index in der Zweitheit verortet ist, und das Symbol sich in der Drittheit und alle drei somit jeweils einzelne Zeichenaspekte akzentuieren, vermitteln die Zeichenklassen die Übergänge zwischen den semiotischen Kategorien. Zu den Übergängen zwischen Erstheit, Zweitheit und Drittheit cf. Walther (1979: 136–138) und Ditterich (1990: 91–103). Allerdings würde eine entsprechend detaillierte semiotische Rekonstruktion den Rahmen eines Aufsatzes sprengen. Immerhin aber mache ich Andeutungen zu Übergängen in Gestalt des indexikalischen Ikons und des ikonischen Indexes.

als unbekannte Zieldomäne gilt, die durch eine bekannte Quelldomäne bestimmt wird. Aufgrund der Information, die der infrage stehenden Metapher vorangeht, nämlich „Staub legt sich auf seine Schuhe, bei jedem Schritt, den er geht" (Höhner 2020: Abs. 2), steht zu vermuten, dass es sich um weitere Informationsbildung im Zusammenhang einer Straße handelt, sodass HOCHHAUS als Zeichen Z1 für die unbekannte Zieldomäne steht. Folglich ist eine ikonische Eigenschaft oder ein Muster von ikonischen Eigenschaften von HOCHHAUS zu bestimmen. Der Genitiv der syntaktischen Position von SKELETTE VON HOCHHÄUSERN wird zum Nominativ in der Proposition x ist P: Ein HOCHHAUS hat ein SKELETT, sodass HOCHHAUS als x durch SKELETT als P bestimmt wird. In der Anordnung, die in **Abb. 3** (oben) zu sehen ist, wird HOCHHAUS (Z1) in seinem ikonischen Aspekt relevant, und SKELETT liefert als Index (Z2) Information darüber. Aber gemäß der Peirce'schen Semiotik ist die Semiose nicht vollständig, wenn die Zeichen keinen Objekt- und Interpretantenbezug haben. Welche mögliche Eigenschaft von HOCHHAUS als Z1 von Bedeutung ist, kann erst klarwerden, wenn Z1 (HOCHHAUS) mit dem Zeichen Z2 (SKELETT) über Interpretanten- und Objektbezüge in Beziehung gesetzt wird.[27]

[27] Cf. Peirce (1994: CP 4.132): „[…] the meaning of a sign is the sign it has to be translated into." Cf. auch Peirce (1994: CP 5.594): „[…] a sign is not a sign unless it translates itself into another sign in which it is more fully developed."

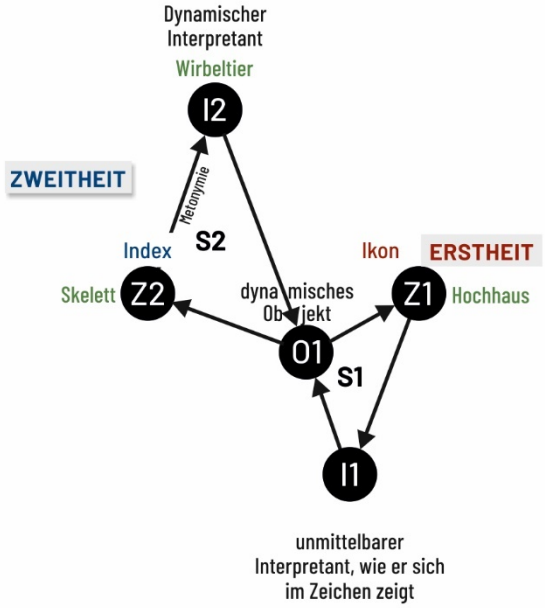

Abb. 4: Die Metapher SKELETTE VON HOCHHÄUSERN
in der semiotischen Rekonstruktion II

2) Als Interpretant für SKELETT lässt sich leicht WIRBELTIER ausmachen.[28] SKELETT und WIRBELTIER stehen in einem metonymischen Verhältnis innerhalb einer semantischen Domäne; in diesem Fall handelt es sich um eine Teil-Ganzes-Beziehung.[29] Der Interpretantenbezug von HOCHHAUS – das heißt die Frage, in welcher Hinsicht HOCHHAUS von Bedeutung ist – ist hingegen noch unklar. Der Interpretantenbezug von HOCHHAUS stellt sich erst her, wenn der gemeinsame Objektbezug (O1) von HOCHHAUS und SKELETT bestimmt ist.

[28] Bei der semiotischen Rekonstruktion ist zu beachten, dass der unmittelbare Interpretant – ebenso wie der dynamische und der finale Interpretant – im Kommunikationsprozess zumeist nicht direkt semantisiert auftritt, sondern indirekt erschlossen werden muss, obgleich das Verständnis einer Semiose im Allgemeinen und einer Metapher im Besonderen auf den Interpretanten basiert. Cf. Schmalriede (1976: 28): „Weder der logische [sc. dynamische; VK] noch der finale lnterpretant treten in einem Kommunikationsprozeß direkt auf, da der ‚Immediate lnterpretant' bereits Interpretant ist, ‚wie er sich im richtigen Verstehen des Zeichens selbst enthüllt, und der gewöhnlich die Bedeutung (meaning) des Zeichens genannt wird' ([Peirce, CP] 4.536/1906)."

[29] Cf. die Definition der Metonymie bei Lakoff (1987: 288): „A metonymic mapping occurs within a single conceptual domain […]."

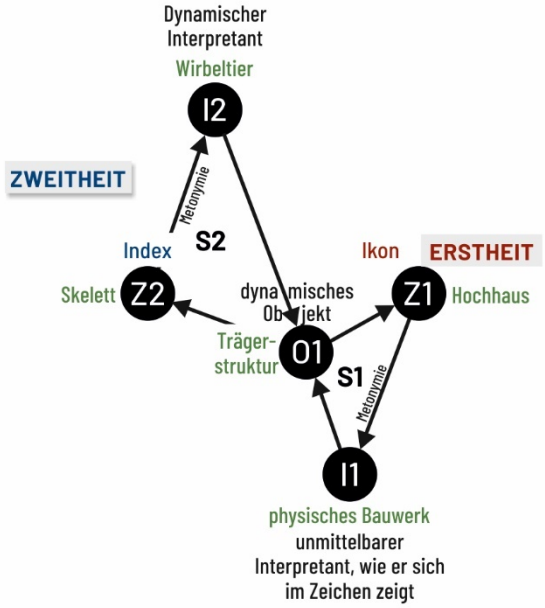

Abb. 5: Die Metapher SKELETTE VON HOCHHÄUSERN
in der semiotischen Rekonstruktion III

3) Der gemeinsame Objektbezug (O1) von HOCHHAUS und SKELETT lässt sich mit TRÄGERSTRUKTUR bestimmen. In psychologischer und psycholinguistischer Hinsicht liegt diesem gemeinsamen Bezug ein Bildschema zugrunde, das in der sprachlichen Metapher zum Ausdruck gebracht wird. In kommunikationstheoretischer Perspektive verhält es sich umgekehrt: Durch die sprachliche Metapher wird ein entsprechendes Bildschema evoziert.[30] Während ein SKELETT eine Art von TRÄGERSTRUKTUR für WIRBELTIERE *ist*, *hat* ein HOCHHAUS eine TRÄGERSTRUKTUR. Mit TRÄGERSTRUKTUR als dem dynamischen Objekt (O1) lässt sich sodann der INTERPRETANT von HOCHHAUS als PHYSISCHES BAUWERK bestimmen – was immer ein Hochhaus in seinen ikonischen, aber auch indexikalischen und symbolischen Aspekten ansonsten noch ist oder sein kann.[31] HOCHHAUS (Z1) und PHYSISCHES BAUWERK (I1) stehen ebenfalls

---

[30] Zum Bildschema cf. die Beiträge in Hampe (2005). Zur Bedeutung von Bildschemata für die Bildung von Metaphern cf. Johnson (1987: 65–100), Lakoff (1987: pass.) und Kövecses (2020b: 50–92).

[31] Ransdell (1986: 56f.) weist im Zusammenhang linguistischer Erwägungen zu Recht darauf hin „that all signs – including iconic signs – are conventional in character […]. Thus when we identify some sign as being iconic, for example, this only means that the iconicity of that sign happens to be of peculiar importance to us for some reason or other implicit in the situation and purpose of that analysis, but there is no implication to the effect that it is therefore non-symbolic or non-indexical." Allerdings kann kein Zeichen in einer einzelnen Semiose ikonisch, indexikalisch und symbolisch zugleich sein.

in einer metonymischen Beziehung; in diesem Fall besteht eine Relation zwischen Konkretem und Allgemeinem (oder Art und Gattung).

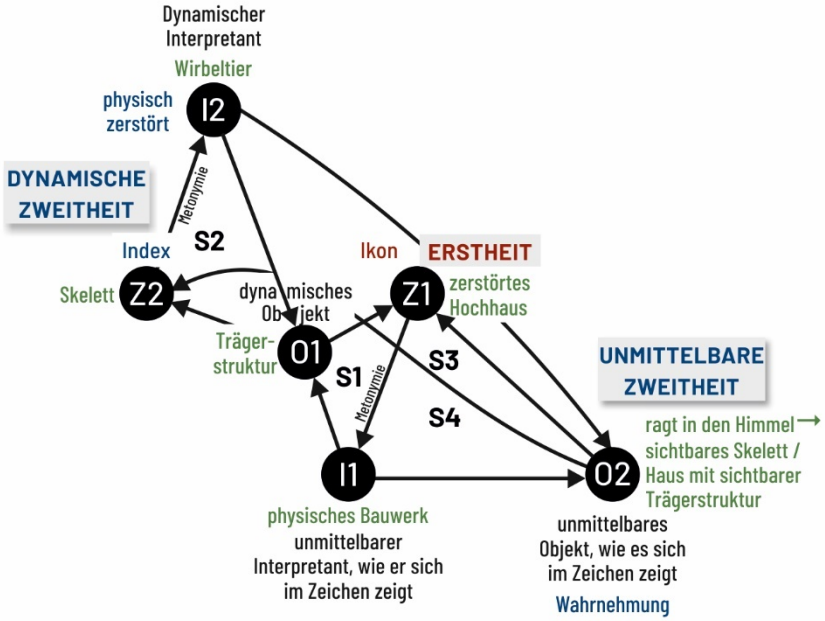

Abb. 6: Die Metapher SKELETTE VON HOCHHÄUSERN in der semiotischen Rekonstruktion IV

4) Da gemäß dem empirischen Beispiel SKELETTE VON HÄUSERN IN DEN HIMMEL RAGEN, lässt sich im nächsten Schritt als unmittelbares Objekt (O2), wie es sich im Zeichen zeigt, SICHTBARES SKELETT bzw. HAUS MIT SICHTBARER TRÄGERSTRUKTUR bestimmen. Ein HAUS MIT SICHTBARER TRÄGERSTRUKTUR ist entweder noch nicht fertiggestellt oder zerstört. Ein SICHTBARES SKELETT lässt jedoch in jedem Fall auf ein (entweder mutwillig oder durch Verwesung) ZERSTÖRTES WIRBELTIER schließen. Daher handelt es sich bei HOCHHAUS um ein physisch ZERSTÖRTES HOCHHAUS. In der ZERSTÖRTHEIT liegt sein ikonischer Aspekt, auf den durch SKELETT als Index (Z2) hingewiesen wird. Das wird im Übrigen auch durch den Kontext bestätigt: In der Predigt geht es um Kriegsfolgen.

Übrigens ist Z1 in der Semiose S4 (Z1–I1–O2) Teil einer neuen triadischen Relation und daher als ein weiteres Zeichen zu behandeln; dasselbe gilt für sämtliche Relata. Somit sind die Positionen, die in den Grafiken mit schwarzen Kreisen versehen sind, jeweils als ein Set zu verstehen, das dieselben Elemente des Zeichenprozesses in verschiedenen Funktionen enthält (oder auch ver-

schiedene Elemente mit derselben Funktion, wenn es sich um längere Zeichenketten handelt, die in das Modell eingetragen werden); das gilt auch für alle folgenden Grafiken.

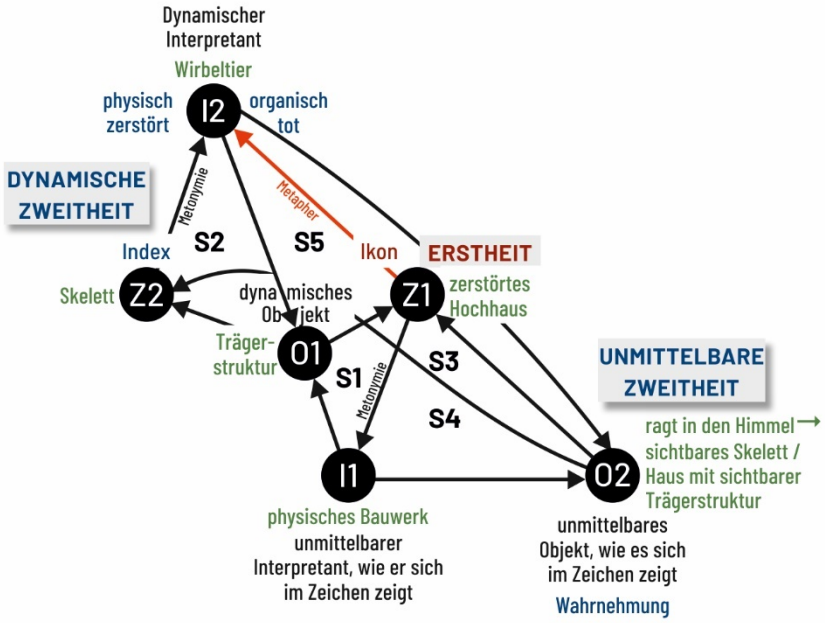

Abb. 7: Die Metapher SKELETTE VON HOCHHÄUSERN in der semiotischen Rekonstruktion V

5) Die nächste Semiose S5 (Z1–I2–O1) zeigt jedoch, dass zwischen einem HOCHHAUS (Z1) und einem WIRBELTIER (I2) neben der Gemeinsamkeit, ZERSTÖRT sein zu können, auch Differenzen bestehen – allen voran diejenige, dass es sich bei einem HOCHHAUS um einen rein physischen Gegenstand handelt, während ein WIRBELTIER sowohl der physischen als auch der organischen Domäne angehört; es kann zusätzlich LEBENDIG oder TOT sein. Wenn von einem WIRBELTIER das SKELETT zu sehen ist, handelt es sich nicht nur um einen (mutwillig oder durch Verwesung) ZERSTÖRTEN, sondern auch um einen TOTEN Körper. Insofern stellt die Semiose S5 (Z1–I2–O1) einen ersten metaphorischen Vorgang dar, in dem die Entsprechung von ZERSTÖRT und TOT auf das HOCHHAUS übertragen wird. Mit dieser Metapher werden in der Semiose relevante Daten aus ihrer Umwelt selegiert und in Information überführt; Information verstanden als ein „Unterschied, der einen Unterschied macht" (Bateson 1985: 407). In der Position der Semiose S5 lässt sich Z1 als ein *indexikalisches Ikon* bestimmen, in dem auf eine Eigenschaft indexikalisch hingewiesen und dadurch eine ikonische Beziehung zwischen Zeichen und Objekt konstituiert wird; mit anderen Worten: Ein indexikalisches Ikon stellt – über den

dynamischen Interpretanten (I2) vermittelt – aufgrund bestimmter Aspekte einer Ähnlichkeitsbeziehung eine Relation der semantischen Nähe (Kontiguität) her. Ein anderes als das hier behandelte Beispiel für ein indexikalisches Ikon ist das Zeichen ♥ in *I ♥ New York*. Aufgrund der Ähnlichkeitsrelation mit dem Organ des Herzens wird ein indexikalischer Bezug zum Gefühl des Liebens hergestellt.[32] Das Pendant zum indexikalischen Ikon besteht im *ikonischen Index*; dazu weiter unten mehr.

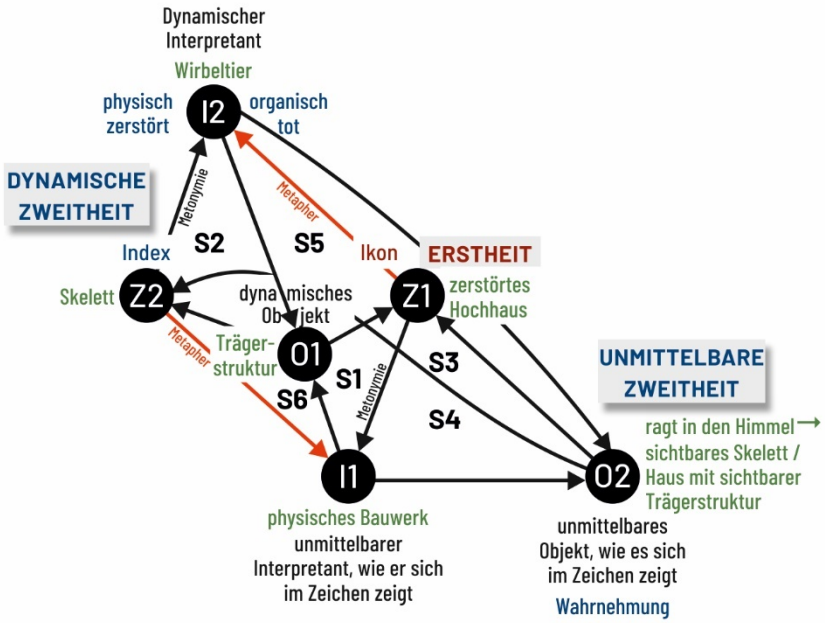

Abb. 8: Die Metapher SKELETTE VON HOCHHÄUSERN in der semiotischen Rekonstruktion VI

6) Der metaphorische Prozess wird in der nächsten Semiose S6 (Z2–I1–O1) fortgesetzt. Dadurch wird die Information, die aus der Quelldomäne (WIRBELTIER) der Metapher stammt (im vorliegenden Fall die Eigenschaft, TOT zu sein), auf die Zieldomäne der Semiose (nämlich PHYSISCHES BAUWERK) übertragen. Das indexikalische Zeichen SKELETT (Z2) und das dynamische Objekt TRÄGERSTRUKTUR (O1) werden in bestimmter Hinsicht gleichgesetzt (ebenso wie das beim Ikon in der Beziehung zu seinem Objekt der Fall ist). Der metaphorisch fungierende Index wird somit zu einem Ikon mit metonymischen Anteilen. Im Resultat wird die Information, die Z2 in dieser Position liefert, als ein Faktum behandelt, nämlich dass ein PHYSISCHES BAUWERK ein aus dem organischen Bereich stammendes SKELETT *hat* und, da die TRÄGERSTRUKTUR

[32] Zum indexikalischen Ikon cf. Koch (2007: 27f.).

als SKELETT SICHTBAR ist, TOT *ist*. Ebenso wie etwa ein MENSCHLICHER KÖRPER als GUT GEBAUT bezeichnet werden kann, kann ein HOCHHAUS ein SKELETT haben.[33]

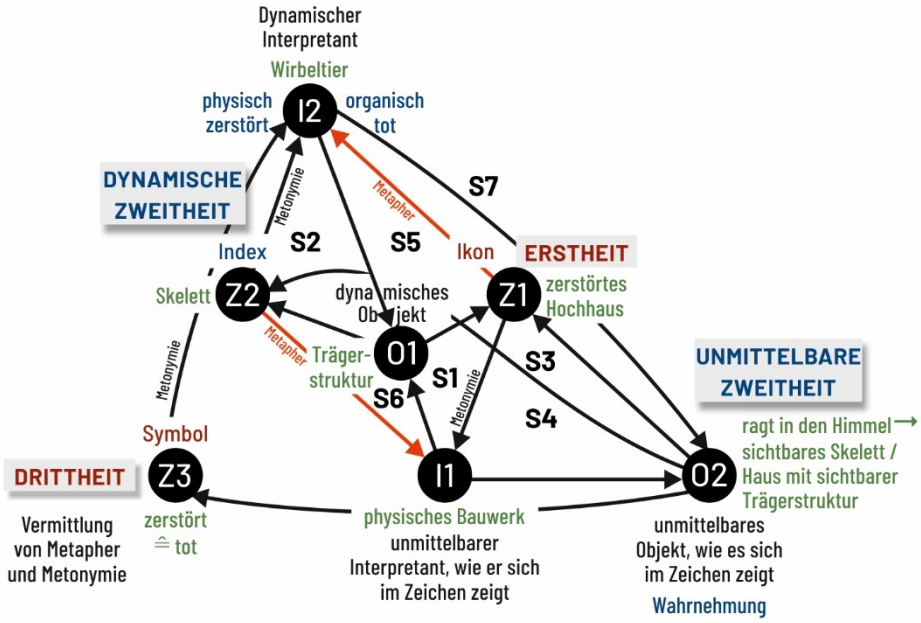

Abb. 9: Die Metapher SKELETTE VON HOCHHÄUSERN in der semiotischen Rekonstruktion VII

7) Der nächste Schritt führt zum Symbol, das sowohl die Beziehung zwischen Ikon und Index als auch das Verhältnis zwischen Metonymie und Metapher vermittelt. Die semantische Konkretion des Symbols besteht im Fall der Metapher SKELETTE VON HOCHHÄUSERN in der Analogie von ZERSTÖRT und TOT.

[33] In der Architektur und im Bauwesen ist diese Metapher in Gestalt des terminus technicus *Skelettbau* bereits sedimentiert und somit eine 'tote' Metapher; zur 'lebendigen und 'toten Metapher cf. Müller (2008).

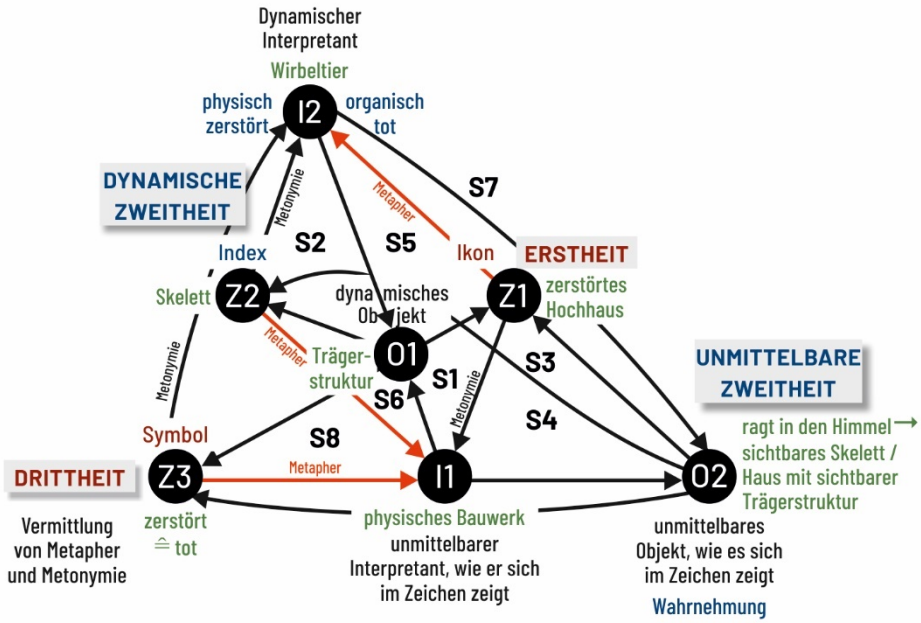

Abb. 10: Die Metapher SKELETTE VON HOCHHÄUSERN in der semiotischen Rekonstruktion VIII

8) Mit der Semiose S8 (Z3–I1–O1) schließt sich der metaphorische Prozess. In der Semiose S7 (I2–O2–Z3) ist das Symbol Z3 eine Metonymie, weil die Analogie von ZERSTÖRT und TOT für WIRBELTIERE generell gilt. In der Semiose S8 (Z3–I1–O1) ist das Symbol eine Metapher, weil die Analogie von ZERSTÖRT und TOT auf ein PHYSISCHES BAUWERK angewendet wird.

Vor dem Hintergrund der Konstitution des Symbols Z3 in der Semiose S8 (Z3–I1–O1) handelt es sich bei Z2 in der Semiose S6 (Z2–I1–O1) um einen ikonischen Index. Im Allgemeinen sind ikonische Indices 'Abdrücke', die physikalische Objekte und biologische Organismen in ihrer Umgebung hinterlassen – etwa eine Fußspur im Sand, die ein ikonisches Abbild der Form eines physischen Fußes ist und zugleich indexikalisch auf ihn hinweist.[34] Ein ikonischer Index

[34] Cf. Anttila/Embleton (1989: 157): „Objects and organisms leave imprints, iconic indexes, in their environment." Cf., mit Blick auf Rituale, Silverstein (2004: 627): „The literal form of ritual text is always such an *iconic index*—a picture made real in the here-and-now—of that which it accomplishes, patently or transparently mapping the diagrammatic figuration of its denotational language in what we might appreciate as its 'literal' interpretation into its interactional import, or effect." In Bezug auf visuelle Medien cf. Sadowski (2009: 127): „A photograph is […] an *iconic index,* as are its derivatives such as film and television. It is first of all indexicality that makes these forms of visual representation so much more efficacious in reflecting the outside world, and so much more powerful in their emotive effect on viewers than purely iconic representations such as painting, drawing, or sculpting. The iconic indexicality of photography means that its images not only resemble the photographed objects (with resemblance much closer and more realistic than that produced by even the best paintings),

stellt – über den unmittelbaren Interpretanten (I1) vermittelt – eine Ähnlichkeitsrelation aufgrund bestimmter Aspekte einer Relation der semantischen Nähe (Kontiguität) her (und ist somit das Pendant zum oben behandelten indexikalischen Ikon). Der ikonische Index ist das zentrale semiotische Konzept, um sprachlichen Wandel zu erklären (Anttila/Embleton 1989: 157) – also auch und erst recht den metaphorischen Prozess der Bildung neuen Sinns. Mit Blick auf den ikonischen Index stellt die Metapher eine Kombination aus indexikalischer Bedeutung und ikonischer Form dar (Anttila/Embleton 1989: 163) – im Falle der Metapher SKELETTE VON HOCHHÄUSERN die Verknüpfung der Form einer TRÄGERSTRUKTUR, die einem Objekt aufrechte Stabilität verleiht, mit der Bedeutung als SKELETT, das auf ein WIRBELTIER als ein Lebewesen hinweist.

Im semiotischen Prozess werden der Index und das Ikon – und somit auch das indexikalische Ikon (Z1 in der Semiose S5) sowie der ikonische Index (Z2 in der Semiose S6) – durch das Symbol Z3 eingefaltet. Bei diesem Prozess handelt es sich um eine Gestaltschließung, die mit einem zugrunde liegenden Bildschema zusammenhängt:

> […] since symbolic meaning is supposition, strong indexical ties to other and to the context are necessary for interpretation, that is, for semantic investiture. Because symbols are unutterable fictional rules, indexes have to replicate them […], and if agreement in interpretation constitutes symbolic meaning, agreement can only be enhanced with maximal indexical mooring. These indexes provide the footholds for the iconic interpretation of the conceptual field in question. […] this is characteristically a gestalt tendency, a gestalt completion of all the relevant information at hand (Anttila 1980: 267, mit Bezug auf Ransdell 1980 und Posner 1980).

In der Kombination der beiden Semiosen S8 (Z3–I1–O1) und S1 (Z1–I1–O1) besteht die Einheit des selbstreferenziellen Teils der Semiose, d.h. desjenigen Teils, der sich auf die genuine Zeichenhaftigkeit der Semiose bezieht. Das drittheitliche Symbol, das aus einer Metapher entsteht, konstituiert, einmal entstanden, das erstheitliche Ikon ex post; darin besteht die zirkuläre Selbstbezüglichkeit der Semiose. Die Wechselwirkung zwischen drittheitlichem Symbol

---

but that the photographic images are also physically related to the objects they represent in a way never attained by painting."

und erstheitlichem Ikon setzt die Metapher SKELETTE VON HOCHHÄUSERN in der Zweitheit frei:

> Metaphor […] is analyzable into a double sort of semantic relationship. First, using symbols in Peirce's sense, directions are given for finding an object or situation. Thus, use of language is quite ordinary. Second, it is implied that any object or situation fitting the direction may serve as an icon of what one wishes to describe. The icon is never actually present; rather, through the rule, one understands what it must be and, through this understanding, what it signifies (Henle 1981: 88).

Das Symbol ZERSTÖRT ≙ TOT (Z3) generiert über die Metapher SKELETTE VON HOCHHÄUSERN das ZERSTÖRTE HOCHHAUS, DAS TOT IST als Ikon (Z1) und expliziert es zugleich. Das drittheitliche Symbol, die zweitheitliche Metapher und das erstheitliche Ikon bilden zusammen eine Ausprägung des 'vollständigen Zeichens' im Sinne von Peirce, das auf einem Zeichenprozess mit mehreren Semiosen basiert.[35] Dieser Vorgang hat seine Entsprechung in der bereits genannten semiotischen Einsicht, dass ein Drittes stets ein Erstes involviert – und somit potenziell auch eine Metapher.[36] Allerdings ist nur die Metapher als eine der Möglichkeiten, durch die ein Symbol entstehen kann, dazu in der Lage, gänzlich *neuen* Sinn zu generieren:

---

[35] Michael C. Haley (1988: 53) rekonstruiert die poetische Metapher in semiotischer Perspektive. Dabei zeigt er, dass poetische Metaphern das sind, was Peirce als „vollständiges Zeichen" bezeichnet hat, in dem symbolische, ikonische und indexikalische Schichten interagieren. Vor dem Hintergrund der Annahme, dass das Symbol durch seine ikonischen und indexikalischen Bestandteile entsteht, rekonstruiert Haley die poetische Metapher als ein Symbol, das einen ikonischen Kern hat und das seine kognitiven und kommunikativen Dimensionen durch die vermittelnde Funktion der indexikalischen Ausdehnung des semantischen Raums bereichert. Die semantische Spannung, die die poetische Metapher erzeugt, ist symbolischer, ikonischer und indexikalischer Art. Sie ist sozio-kulturell von Konventionen abhängig (symbolische Ebene); sie stellt eine Ähnlichkeit zwischen den beiden in Spannung gesetzten Begriffen her (ikonische Ebene); und zugleich verweist sie auf einen Zusammenstoß von Unähnlichkeiten zwischen den beiden Begriffen in der Realität (indexikalische Ebene). Indem Haley analysiert, wie sich diese indexikalische Erweiterung der metaphorischen Ikonizität in verschiedenen poetischen Texten vollzieht, gelingt es Haley, die dynamische Semiose der poetischen Metapher zu explizieren.

[36] Cf. Peirce (1994: CP 2.222): „Every symbol is, in its origin, either an image of the idea signified, or a reminiscence of some individual occurrence, person or thing, connected with its meaning, or is a metaphor."

> It should be noted that the first and the second ways in which a symbol may originate seem to indicate that new significance does not occur. The first, imaging, and the second, reminiscing, both signify on the basis of something antecedent. The third origin of symbols, metaphor, must be the only way to open the possibility that a symbol can grow and have new significance (Hausman 1996: 197).

Das Neue an einer Metapher kommt durch Abduktion zustande, die stets ein zirkulärer, degenerativer und retrospektiver Vorgang ist, nämlich

> the quality of ‚leading back from.' So, ‚this thought process is abduction' as a leading analogy (when its iconicity is emphasized) is to some extent self-explanatory, so far as the process itself is a reasoning from a conclusion to hypothetical premisses (Anderson 1984: 460f.).

Auf die Bildung einer Metapher bezogen, bedeutet Abduktion: Das drittheitliche Symbol basiert auf einem erstheitlichen Ikon als Hypothese und generiert es zugleich als Bestätigung der Hypothese in Gestalt der drittheitlichen Konklusion als Symbol (analog zur Informationsbildung als zunächst ikonisch-potenzieller sowie vager und im indexikalischen Objektbezug dann realisierter Information). Wie gesagt, besteht darin die semiotische Selbstbezüglichkeit der Metapher. Die Vermittlung zwischen drittheitlichem Symbol und erstheitlichem Ikon erfolgt über die Zweitheit, in der zwei Elemente aus verschiedenen Domänen miteinander in Beziehung gesetzt werden. Dadurch entsteht eine neue Referenz, die allerdings vage bleiben muss und auf diese Weise zahlreiche weitere Anschlussmöglichkeiten bietet:

> The new symbol must create its own referent, its own individual; therefore, its indexicality, though not fully fixed, is not lacking. It is in this non-fixed indexicality […] that the inherent vagueness of a creative metaphor appears. The referent which a metaphor creates is not fully closed—it is an open individual. […] A metaphor, then, as an iconic index points us to an individual which is open to further development while at the same time restricted in certain directions (Anderson 1984: 463).[37]

Durch das indexikalische Ikon und den ikonischen Index kann der metaphorische Prozess zwischen dem Akzent entweder auf der Ikonizität (starker Weltbezug, der in seiner möglichen Bestimmung jedoch vage bleibt) oder auf der

[37] Zur Selbsterzeugung einer metaphorischen Referenz cf. Hausman (1983, 1987).

Symbolizität (regelhaft-konventionelle Bestimmtheit) changieren.[38] Daraus entsteht eine Oszillation zwischen Vagheit und Bestimmtheit, und diese Oszillation ist der Grund dafür, warum die Semantik dynamisch ist und bleibt.[39]

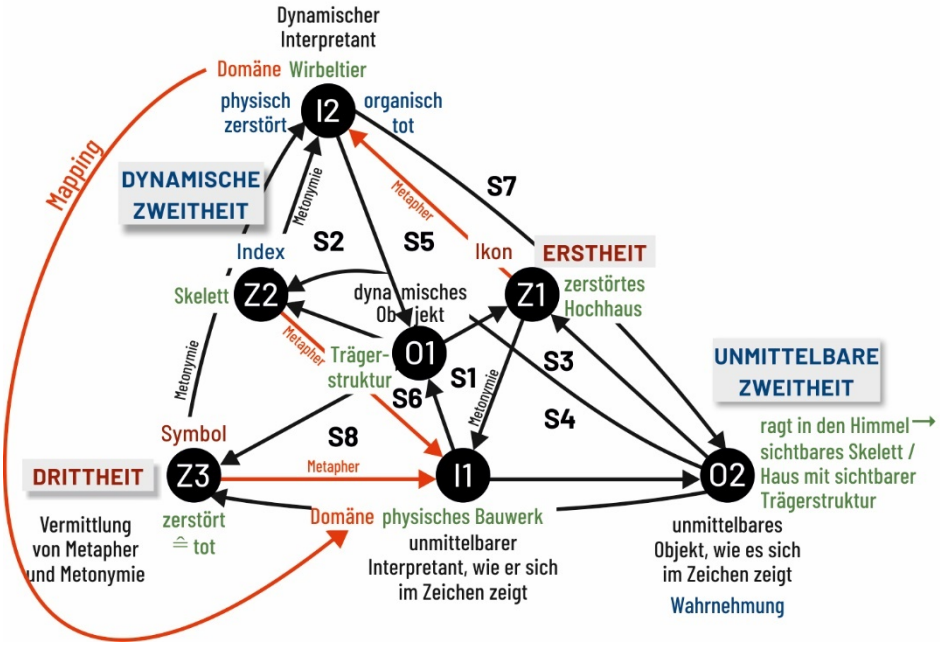

Abb. 11: Die Metapher SKELETTE VON HOCHHÄUSERN in der semiotischen Rekonstruktion IX

Alles in allem kann das, was in der konzeptuellen Metaphertheorie als Mapping bezeichnet wird, anhand der Peirce'schen Semiotik ausführlich rekonstruiert werden. Beim Mapping einer Domäne auf eine andere handelt es sich um einen metaphorischen Zeichenprozess, in dem neuer Sinn entsteht (**Abb. 11**, oben).

[38] Cf. Anderson (1984: 465): „Thus, a symbol can move back and forth between an emphasis on iconicity and an emphasis on symbolicity."

[39] Zur 'Logik der Vagheit' cf. Salthe (2008).

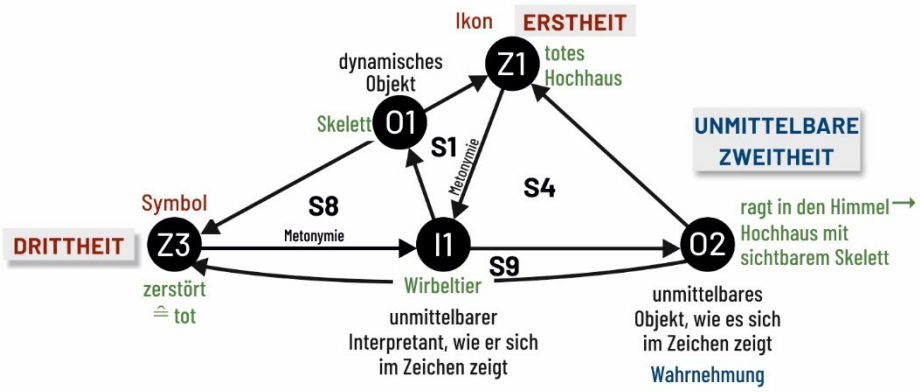

Abb. 12: Die Metapher SKELETTE VON HOCHHÄUSERN in der semiotischen Rekonstruktion X

Im Ergebnis des Mappings wird das dynamische Objekt stillgestellt, indem TRÄGERSTRUKTUR (O1) mit SKELETT (Z2) und PHYSISCHES BAUWERK (I1) mit WIRBELTIER (I2) gleichgesetzt und ausgetauscht werden (**Abb. 12**, oben). Beim Mapping handelt es sich folglich um eine Einfaltung der in der Rekonstruktion vollständig entfalteten Semiose in ihre Selbstreferenz. Die semiotische Selbstreferenz oszilliert in der kommunikativ verarbeiteten zweitheitlich-unmittelbaren Wahrnehmung (O2 in den Semiosen S9 [(Z3–I1–O2)] und S4 [(Z1–I1–O2)]) zwischen der ikonischen Semiose (Z1–I1–O1) und der symbolischen Semiose (Z3–I1–O1). Auf diese Weise entsteht metonymische Wörtlichkeit, und der ikonische Aspekt von HOCHHAUS besteht nun darin, TOT zu sein.

Im Fall der linguistischen Metapher SKELETTE VON HOCHHÄUSERN lautet die konzeptuelle Metapher: BAUWERKE KÖNNEN LEBEN UND STERBEN. Die noch allgemeinere konzeptuelle Metapher ist: INTAKTE EXISTENZ IST LEBEN (Lakoff et al. 1991: 71) und umgekehrt: ZERSTÖRTE EXISTENZ IST TOD. Im Falle einer bereits eingeführten (oder gar sedimentierten) Analogie von INTAKT und LEBENDIG bzw. ZERSTÖRT und TOT erfolgt vom Stellenwert des Symbols aus (Z3) eine 'Abwärts-Kausalität', sodass sich die anderen am metaphorischen Prozess beteiligten Semiosen vom Symbol (ZERSTÖRT ≙ TOT) her bestimmen.[40] Im Falle der Predigt besteht somit die Möglichkeit, das Symbol TOD – und damit zugleich sein Gegenteil: LEBEN – weiter auszuführen. Das Symbol TOD steht im Fallbeispiel für ZERSTÖRTHEIT und zugleich dafür, dass eine STADT AUSGESTORBEN ist, aber auch WIEDERBELEBT werden kann. Somit bietet das

[40] Zur Diskussion des Konzepts der 'Abwärts-Kausalität' cf. die Beiträge in Paolini Paoleti/Orilia (2017).

Symbol ZERSTÖRT ≙ TOT / WIEDER AUFGEBAUT ≙ LEBENDIG Potenzial dafür, in der Predigt als einer religiösen Gattung sowohl metaphorisch *eingefaltet* als auch metonymisch *entfaltet* zu werden. Das sei im Folgenden ausgeführt.

5. Die Metapher in religiöser Kommunikation

Um die Funktionsweise der Metapher in religiöser Kommunikation beschreiben zu können, ist zuvor die Klärung des Religionsverständnisses notwendig. Es gibt zahlreiche Konzepte dessen, was wissenschaftlich Religion genannt wird.[41] Für die Zwecke der vorliegenden Studie wird auf ein allgemeines Konzept zurückgegriffen, dem zufolge die kommunikative Funktion von Religion darin besteht, unbestimmbare Kontingenz zu bearbeiten. Dies tut Religion, indem sie die Unterscheidung zwischen bekannter Immanenz und prinzipiell unbekannter, absoluter Transzendenz als religiösen Code verwendet. Die beiden Merkmale der Bearbeitung von unbestimmbarer Kontingenz und der Unterscheidung Transzendenz/Immanenz als Code sind ausschließlich in der Kombination zur konzeptionellen Erfassung von Religion geeignet.[42]

Ein Code muss binär sein, um sich von anderen Codes absetzen zu können. Vor dem Hintergrund der Peirce'schen Semiotik ist dabei allerdings zweierlei zu bedenken. Zum Ersten steuert der Code sowohl die interne, selbstreferenzielle Semiose als auch die Generierung von Information, die durch die Semiotisierung von Sachverhalten aus der fremdreferenziellen Umwelt der Semiose gewonnen wird. Zum Zweiten muss die Binarität des Codes innerhalb der Semiose über eine dritte Instanz vermittelt werden, was im Strukturalismus bisweilen gesehen,[43] aber in der Regel nicht weiter berücksichtigt wird. Diese Vermittlung erfolgt zum einen fremdreferenziell, nämlich mit Blick auf den religiösen Code als indexikalische Relation zwischen selbst- und fremdreferenzieller Transzendenz als Interpretationsrahmen für immanent Bestimmtes, und zum anderen selbstreferenziell, nämlich als symbolische Vermittlung von Immanenz

---

41 Als Überblick cf. Pollack (2018).

42 Zu dieser Konzeption von Religion cf. ausführlicher Krech (2021a: 82–91).

43 Cf. etwa Lévi-Strauss (1963: 151): „[…] triadism and dualism are inseparable, since dualism is never conceived of as such, but only as a ‚borderline' form of the triadic type."

und Transzendenz. Aus diesen Überlegungen resultiert, dass sich der religiöse Code aus den folgenden Bestandteilen zusammensetzt:

- selbstreferenzielle Immanenz;
- selbstreferenzielle Transzendenz;
- fremdreferenzielle Immanenz;
- fremdreferenzielle Transzendenz;
- indexikalische Relation zwischen selbst- und fremdreferenzieller Transzendenz;
- symbolische Vermittlung von Immanenz und Transzendenz;
- religiös bestimmte Wirklichkeit als Einheit von Immanenz und Transzendenz.

Die Komponenten des religiösen Codes lassen sich semiotisch folgendermaßen anordnen:

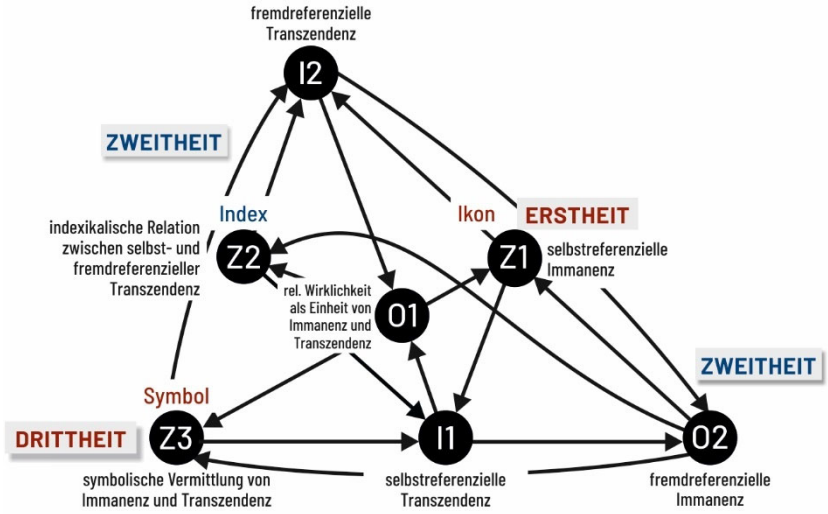

Abb. 13: Die Komponenten des religiösen Codes

Wie jede andere startet auch die religiöse Semiose bei einem vorgängigen Zeichen (Z1), das in der Semiose zu einem Ikon wird. Da die religiöse Semiose im Entstehen begriffen ist, hat Z1 im religiösen Code den Stellenwert der Immanenz (**Abb. 13**, oben). Dazu wird Z1 jedoch erst durch die Schließung in Richtung selbstreferenzieller Transzendenz als des Stellenwerts von I1 im religiösen Code; denn etwas als immanent zu bezeichnen, impliziert die Differenz zu und den Bezug auf Transzendenz als den Interpretanten von Immanenz. Die selbstreferenzielle (und in linguistischer Hinsicht: syntagmatische) Schließung auf Basis des Codes Transzendenz/Immanenz ist die erste Unterscheidung, die die

religiöse Wirklichkeit (O1) als Einheit von Immanenz und Transzendenz bestimmt.

Wenn die Semiose im Resultat religiös gehalten ist, muss auch die an die erste Relation anschließende paradigmatische Öffnung zur semiotischen Dimension der Zweitheit hin auf dem religiösen Code basieren. Sie erfolgt in Richtung des Stellenwerts der indexikalischen Relationierung von fremd- und selbstreferenzieller Transzendenz (Z2), weil der Index Z2 sowohl auf fremdreferenzielle (I2) als auch auf selbstreferenzielle Transzendenz (I1) verweist. Das ist der erste Vorgang bei der Bildung von religiöser Information im Sinne eines „Unterschied[es], der einen Unterschied macht" (Bateson 1985: 407). Die erneute paradigmatische Öffnung in Richtung des Stellenwerts der fremdreferenziellen Immanenz an der Stelle O2 setzt den Vorgang der Generierung von religiöser Information fort. Dieser Prozess wird abgeschlossen, indem die fremdreferenzielle Immanenz (O2) in die selbstreferenziell-symbolische Vermittlung von Transzendenz und Immanenz am Stellenwert von Z3 überführt wird. Von dort aus schließt sich die vollständige religiöse Semiose.

5.1 Die Metapher EUER GEBEIN SOLL GRÜNEN WIE GRAS

Die mögliche Semantisierung der formal-syntaktischen Bestimmung des religiösen Codes sei an folgendem empirischem Beispiel nachvollzogen: EUER GEBEIN SOLL GRÜNEN WIE GRAS. Dieser Satz stammt aus der Lutherbibel auf der Grundlage des Textes der Hebräischen Bibel in Jes 66,14[44] und wird in der Predigt als dem pragmatischen Kontext zitiert (Höhner 2020: Abs. 11), in der zuvor auch der Satz SKELETTE VON HOCHHÄUSERN RAGEN […] IN DEN HIMMEL genannt wird. Zwar handelt es sich im strengen Sinne nicht um eine Metapher, weil durch das Adverb *wie* ein Vergleich angezeigt wird. In der fraglichen Phrase kann jedoch *soll grünen wie Gras* durch *soll sein wie grünendes Gras* und *soll sein wie* durch *soll sein* ersetzt werden. Dies kann der Fall sein, wenn ein nominaler Begriff metaphorisch verwendet wird (Miller 1993: 382). Die semiotische Rekonstruktion des Satzes EUER GEBEIN SOLL GRÜNEN WIE GRAS zeitigt das folgende Ergebnis:

[44] Das hebräische Original lautet: וְעַצְמוֹתֵיכֶם כַּדֶּשֶׁא תִּפְרַחְנָה.

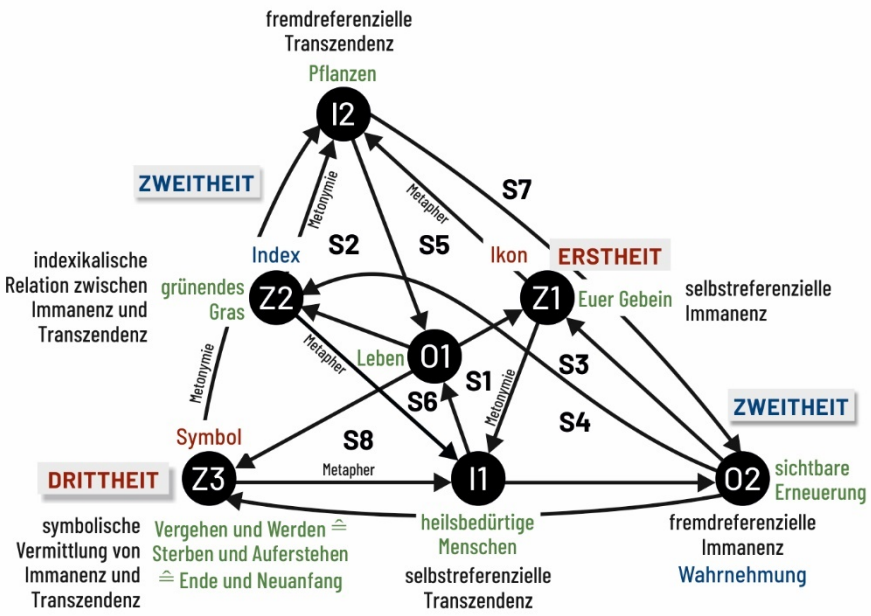

Abb. 14: Semiotische Rekonstruktion der Metapher
EUER GEBEIN SOLL GRÜNEN WIE GRAS

Auf der Basis des religiösen Codes ist EUER GEBEIN (Z1) eine Semantisierung selbstreferenzieller Immanenz (**Abb. 14**, oben). Das kann jedoch nur der Fall sein, wenn EUER GEBEIN auf einen unmittelbaren Interpretanten I1 bezogen wird, der im religiösen Code an der Position selbstreferenzieller Transzendenz steht. Wie gesagt, kann etwas nur dann immanent sein, wenn es von etwas Transzendentem unterschieden und zugleich auf es bezogen wird. Als mögliche religiöse Semantisierung von I1 kommt HEILSBEDÜRFTIGE MENSCHEN infrage (im Unterschied etwa zu einem anatomischen Sachverhalt im Zusammenhang medizinischer Erwägungen mit dem Code gesund/krank). LEBEN ist der gemeinsame Bezug von GEBEIN und GRÜNENDES GRAS, sodass LEBEN als Semantisierung des dynamischen Objekts O1 als der Position fungiert, in der im religiösen Code die Einheit von Immanenz und Transzendenz verortet ist. GRÜNENDES GRAS besetzt semantisch den Index (Z2), der im religiösen Code an der Stelle der indexikalischen Relation zwischen fremd- und selbstreferenzieller Transzendenz steht. Als Semantisierung des dynamischen Interpretanten I2 ist PFLANZEN als diejenige Domäne möglich, der GRAS zugehört. Das unmittelbare Objekt O2, das im religiösen Code an der Position der fremdreferenziellen Immanenz steht, lässt sich mit ERNEUERUNG (oder allgemeiner: ZUSTANDSVERÄNDERUNG) semantisieren, die durch die Farbveränderung sichtbar ist. Die Semantisierung des Symbols als Resultat des metaphorischen Vorgangs besteht in der Analogisierung von WERDEN UND VERGEHEN,

STERBEN UND AUFERSTEHEN sowie – im weiteren Sinne – ENDE UND NEUANFANG.

In der Predigt ist von der Rückkehr der Menschen in die zerstörte Stadt Aleppo die Rede, die vor dem syrischen Krieg geflüchtet waren, sowie vom Wiederaufbau der Häuser, auf dass sie erneut bewohnt werden können. In der Metapher SKELETTE VON HOCHHÄUSERN liegt das religiös-semantische Potenzial für die Auferstehung nicht nur TOTER WIRBELTIERE (und somit auch von menschlichen Überresten), sondern auch TOTER MATERIE. Mit dem Topos der Auferstehung wird die Kontingenz des Leids, das durch den Krieg verursacht worden ist, religiös bearbeitet (so auch bereits im Titel der Predigt, der eine Alliteration beinhaltet: „Wenn Trümmer zum Trost werden"). Folgt man dem Verlauf der Predigt, wird die Hypothese, dass die Metapher SKELETTE VON HOCHHÄUSERN auf Wiederbelebung abzielt, bestätigt, nämlich durch das in die Predigt eingebaute und gerade semiotisch rekonstruierte Jesaja-Zitat EUER GEBEIN SOLL GRÜNEN WIE GRAS. Während Pflanzen im natürlichen Kreislauf werden und vergehen, um erneut zu werden, zielt die Wiederbelebung toter Menschen auf die leibhaftige Auferstehung als einen genuin religiösen Topos ab. Das semantische Potenzial der Metapher wird in der Predigt allerdings im Sinne des ENDES UND NEUANFANGS symbolisch ausgeweitet: Indem die geflüchteten Bewohnerinnen und Bewohner nach Aleppo zurückkehren und die zerstörten Häuser wieder aufbauen sowie bewohnen, wird DIE STADT ZU NEUEM LEBEN ERWECKT. Mit dieser symbolischen Ausweitung geht jedoch zugleich der religiösen Wirklichkeit beanspruchende Anteil verloren, dem zufolge mit der Metapher EUER GEBEIN SOLL GRÜNEN WIE GRAS die leibhaftige Auferstehung gemeint ist. Stattdessen wird der immanent-metonymische Anteil des Symbols akzentuiert:[45] Die Stadt Aleppo beginnt dadurch wieder ZU LEBEN, dass ehemalige Bewohnerinnen und Bewohner in sie zurückkehren. Im Übrigen ist der Zusammenhang zwischen den Metaphern SKELETTE VON HOCHHÄUSERN und EUER GEBEIN SOLL GRÜNEN WIE GRAS einerseits und dem Predigttext andererseits ein Beispiel dafür, dass eine linguistische Metapher (Syntaktik und Semantik) und ihr Kontext (Pragmatik) stets in einem Verhältnis

[45] Die christliche Theologie spricht seit Rudolf Bultmann (1948) bei der Akzentuierung der immanent-metonymischen Anteile des Symbols zuungunsten der auf Transzendenz abzielenden Anteile religiöser Kommunikation von „Entmythologisierung".

wechselseitiger Abhängigkeit stehen: „Je dichter […] die ‚metaphorische Umgebung' einer Metapher ist, desto mehr wird diese Metapher durch sie determiniert" (Debatin 1995: 174, mit Bezug auf Weinrich 1976: 311–313).

5.2 Die Metaphern GOTT, DER VATER, DER ALLMÄCHTIGE, DER SCHÖPFER

Um die Tragfähigkeit der vorangehenden Analyse zu testen, beziehe ich den dargelegten Ansatz auf weitere religiös qualifizierte Metaphern, nämlich auf einige derjenigen, die im Apostolischen Glaubensbekenntnis in der Fassung des *Nicaenum-Konstantinopolitanum* enthalten sind:

> Wir glauben an *einen* Gott, den Vater, den Allmächtigen, Schöpfer Himmels und der Erden, all des, das sichtbar ist und unsichtbar.[46]

Die üblichen Metaphertheorien betonen, dass mit einer Metapher zwei verschiedene Sachverhalte in eine Ähnlichkeitsbeziehung gebracht werden. In diesem Sinne ist im hier behandelten Beispiel GOTT gleich einem VATER usw. Wie bereits anhand der Analyse des vorangehenden empirischen Materials nachzuvollziehen war und auch im Folgenden gezeigt wird, kann mit dem Peirce'schen Ansatz genauer erklärt werden, wie es sich bei einer Metapher mit dem Verhältnis gleich/ungleich verhält.

Ich lasse zunächst die Tatsache außer Acht, dass das Glaubensbekenntnis mit „wir glauben" beginnt, und komme später darauf zu sprechen. Vorläufig beschränke ich mich auf die Metaphern GOTT, DER VATER, DER ALLMÄCHTIGE, SCHÖPFER HIMMELS UND DER ERDEN, ALL DES, DAS SICHTBAR IST UND UNSICHTBAR. Wenn man den pragmatischen Kontext des Glaubensbekenntnisses im liturgischen Vollzug berücksichtigt, steht zu vermuten, dass es sich auch hierbei um eine Semantisierung des religiösen Codes transzendent/immanent handelt. Die linguistische Expression *Gott ist der Vater, der Allmächtige und Schöpfer* ist das Komprimat eines metaphorischen Prozesses, der sich wie folgt bestimmen lässt. Anders als bei der vorangehenden Analyse rekonstruiere ich den Fall nicht erneut Schritt für Schritt, sondern stelle nur das Ergebnis vor.

---

[46] In der Übersetzung von Ritter (2019: 204). Das griechische Original lautet: Πιστεύομεν εἰς ἕνα Θεόν, πατέρα παντοκράτορα, ποιητὴνοὐρανοῦ καὶ γῆς, ὁρατῶντε πάντων καὶ ἀοράτων (Denzinger 1997: 381). Zu den verschiedenen Versionen des Glaubensbekenntnisses cf. Kinzig (2021: 19–62).

Entsprechend dem semiotischen Axiom, dass die Bedeutung eines Zeichens aus einem anschließenden Zeichen besteht, setze ich bei GOTT, DEM SCHÖPFER HIMMELS UND DER ERDEN, ALL DES, DAS SICHTBAR IST UND UNSICHTBAR an.

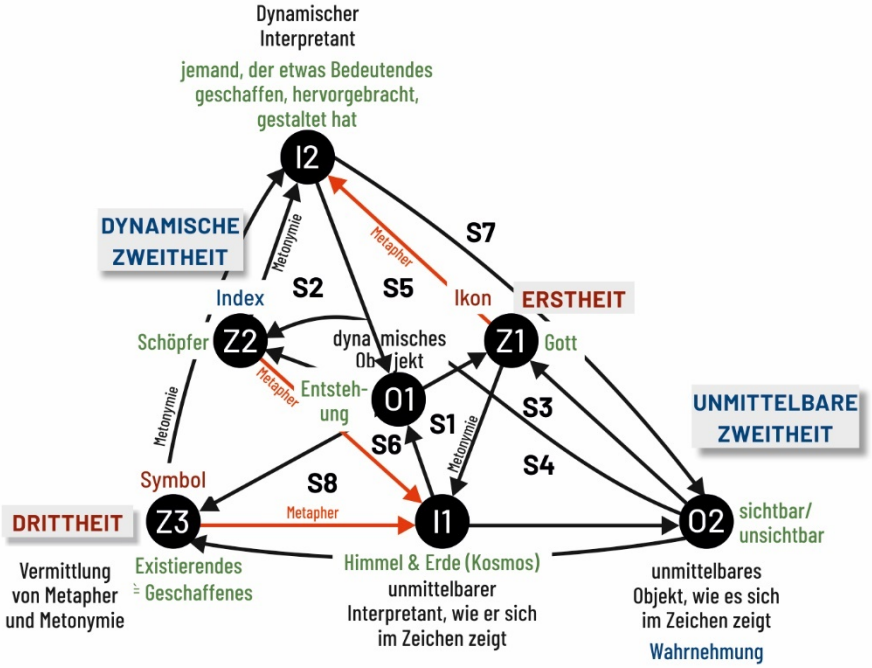

Abb. 15: Rekonstruktion der Metapher
GOTT IST SCHÖPFER HIMMELS UND DER ERDEN,
ALL DES, DAS SICHTBAR IST UND UNSICHTBAR

Wie üblich, lassen sich verschiedene Anordnungen vornehmen, weil jedes Zeichen – etwa ein Wort – stets zeichen-, objekt- und interpretantenhafte Aspekte birgt. Dass im Fall von GOTT der ikonische Aspekt des Zeichens im Vordergrund steht, liegt jedoch nahe, weil mit diesem Zeichen eine abstrakte 'Idee' oder 'Vorstellung' gegeben ist, die im semiotischen Prozess näher bestimmt werden muss.[47] Dieser Annahme entspricht auch die syntaktische Anordnung von GOTT mit anschließenden Appositionen. Dass GOTT der SCHÖPFER des gesamten KOSMOS ist, ist vielen Vorstellungen des antiken vorderorientalischen und mediterranen Raums eigen.[48] Ferner ist die Unterteilung in eine irdische

[47] In der christlichen Theologie wird dieser Sachverhalt unter anderem durch die Unterscheidung verborgen/offenbar semantisiert; cf. statt vieler nur Bornkamm (1944) und Köhler (1955).

[48] Cf. dazu sowie zum religionsgeschichtlichen Hintergrund des *Nicaenum-Konstantinopolitanum* Blowers (2012).

und eine himmlische Sphäre (in der Regel ergänzt um die dritte Sphäre der Unterwelt) ein üblicher Bestandteil antiker Kosmologien (Eisler 1910). Allerdings ist der Kosmos nicht zwangsläufig von einem mit Handlungsmacht ausgestatteten Wesen geschaffen worden. Andere Vorstellungen sind von der kosmogonischen Annahme geleitet, dass der Kosmos sich selbst hervorgebracht hat.[49] Die Metapher GOTT IST SCHÖPFER versteht hingegen den Kosmos als Produkt Gottes und diesen wiederum als ein Wesen, das mit der Fähigkeit zu intentionalem Handeln ausgestattet ist. Während GOTT (Z1) der unbekannten Zieldomäne angehört, ist SCHÖPFER (Z2) Bestandteil der bekannten Quelldomäne (**Abb. 15**, oben). Dementsprechend sind HIMMEL UND ERDEN das Resultat von GOTTES Handeln. Sie kennzeichnen die Eigenschaft GOTTES, etwas hervorbringen zu können, und fungieren daher als unmittelbarer Interpretant, wie er sich in der Semiose zeigt (I1). Das ist jedoch nur dadurch möglich, dass auf die Quelldomäne zurückgegriffen wird, in der JEMAND, DER ETWAS BEDEUTENDES GESCHAFFEN, HERVORGEBRACHT ODER GESTALTET HAT, der Interpretant (I2) von SCHÖPFER (Z2) ist. Der Rückgriff auf die Quelldomäne kann wiederum nur deshalb erfolgen, weil Z1 und Z2 einen gemeinsamen Objektbezug (O1) haben, der sich mit ENTSTEHUNG semantisieren lässt (**Abb. 15**, oben).

Der Weltbezug (O1) der Semiose wird innerhalb der Semiose durch die Bezeichnung des unmittelbaren Objekts (O2) als SICHTBAR UND UNSICHTBAR semantisch repräsentiert (**Abb. 15**, oben). Im Zusammenhang mit den anderen im Glaubensbekenntnis enthaltenen Zeichen ist diese Semantisierung ein deutlicher semantischer Indikator für den religiösen Code transzendent/immanent, wobei SICHTBAR für Immanenz und UNSICHTBAR für Transzendenz steht. Daher lässt sich folgende Anordnung der Vermittlung der Unterscheidung transzendent/immanent vornehmen:

[49] Zu verschiedenen Typen der Vorstellung von der Entstehung des Kosmos im religionsgeschichtlichen Vergleich cf. Leeming (2010).

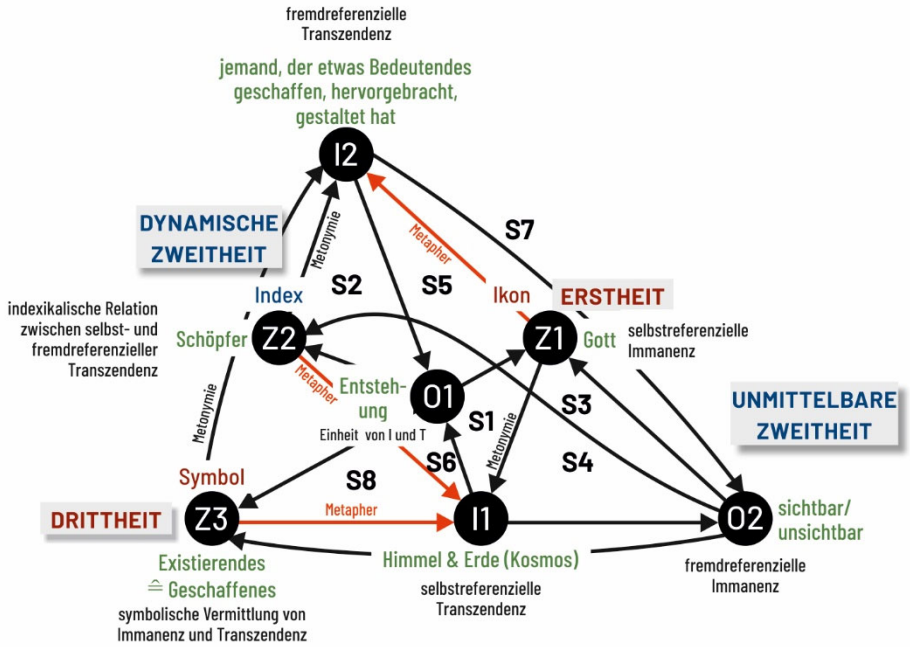

Abb. 16: Die Vermittlung der Unterscheidung transzendent/ immanent in der Metapher GOTT IST SCHÖPFER

Anders als in den meisten religionsphilosophischen Ansätzen üblich, steht GOTT in dieser Anordnung nicht für Transzendenz, sondern befindet sich gemäß dem semiotischen Modell religiöser Kommunikation an der Position selbstreferenzieller Immanenz. Das mag auf den ersten Blick merkwürdig erscheinen, weil wir gewohnt sind, Religion in anthropologischer Perspektive zu sehen. Berücksichtigt man jedoch die Selbstreferenzialität religiöser Semiose, stellt sich die Sache umgekehrt dar. In selbstreferenzieller Semiose ist GOTT reine Immanenz, die alles als Transzendenz aus sich herauslässt und sich im Geschaffenen offenbart.[50] Zugleich aber ist GOTT in sich selbst sowie in dem, was er tut, prinzipiell unsichtbar und unbegreiflich (christlich-theologisch: *deus absconditus*, 'der verborgene Gott').

Da es um die zeichenhafte Vergegenwärtigung des Unsichtbaren im Sichtbaren geht, handelt es sich bei religiöser Semiose um eine permanente Oszillation von Transzendenz und Immanenz (deshalb stellen, wie gesagt, die Grafiken und entsprechenden Analysen Momentaufnahmen dar). Der Sachverhalt permanenter Oszillation kommt besonders gut in dem zum Ausdruck, was 'negative

[50] Je nach der Semantisierung der Vermittlung von Transzendenz und Immanenz lassen sich theistische, panentheistische und pantheistische Gotteskonzepte unterscheiden; mit Blick auf das Verhältnis von Gottes- und Seelenkonzepten cf. Westphal (2004).

Theologie' und 'Mystik' genannt wird. So heißt es beispielsweise im *Tractatus Tripartitus*, einem Text aus dem zweiten Jahrhundert u. Z. als Bestandteil des *Nag Hammadi Codex* (NHC I.5), über den „obersten Gott":

> Er, der unbegreiflich ist für jedes Denken, unsichtbar für jedes Ding, unaussprechlich für jede Sprache, unberührbar für jede Hand – er ganz allein ist es, der sich erkennt hinsichtlich der Art seines (p. 55) Seins, seines Aussehens, seiner Größe und seiner Beschaffenheit. Und sofern er vermag, sich zu begreifen, sich zu sehen, sich zu benennen, sich zu fühlen, ist er es, der existiert als Verstand für sich selbst, als Auge für sich selbst, als Mund für sich selbst, als Gestalt für sich selbst. Und (er ist zugleich) das, was er erkennt, was er sieht, was er spricht, was er fühlt […] sich selbst der Unbegreifliche, der Unaussprechliche, der Unfaßbare, der Unveränderliche in seiner Wonne, Lust, Wahrheit, Freude und Ruhe. Was er begreift, was er sieht, was er spricht, was er denkt, übersteigt jede Weisheit und übertrifft jeden Verstand und übertrifft jede Herrlichkeit und übertrifft jede Schönheit und jede Güte und jede Größe und jede Tiefe und jede Höhe (Schenke et al. 2001: 39f.).

Die Paradoxie, Unsichtbares mit Hilfe von Sichtbarem zur Darstellung zu bringen und zugleich Sichtbares vor dem Hintergrund des Unsichtbaren zu verstehen, lässt sich nur unter Rückgriff auf Metaphern vermitteln. Die symbolische Mediation dieser Paradoxie erfolgt durch die Analogie, der zufolge EXISTIERENDES GESCHAFFENEM ENTSPRICHT (Z3; **Abb. 16**, oben). Die basalen Metaphern dafür sind EXISTENCE IS AN OBJECT, EXISTENCE IS CREATED, EXISTENCE IS VISIBILITY, CREATING IS GIVING AN OBJECT und CREATING IS MAKING VISIBLE (Lakoff et al. 1991: 70–72).

Von hier aus erlangen die vorangehenden Metaphern, mit denen im Glaubensbekenntnis GOTT charakterisiert wird, nämlich ALLMÄCHTIGER und VATER, über ihren internen Sinn hinaus eine Bedeutung. GOTT ist der Allmächtige, *weil* er SCHÖPFER des gesamten, SICHTBAREN wie UNSICHTBAREN KOSMOS ist. Und *weil* er der ALLMÄCHTIGE ist, ist er auch VATER. Die göttliche Wirkmacht in Gestalt des Schöpferischen ist allumfassend und entzieht sich daher jeglicher Beobachtung, die „[u]nterscheidendes Bezeichnen" ist (Luhmann 1990: 101). Zugleich aber muss auf die göttliche Wirkmacht in religiöser Weise Bezug genommen werden. Deshalb wird die göttliche Wirkmacht anhand der vergleichsweise konkreten Quelldomänen politischer Herrschaft und paternaler Haushalterschaft metaphorisch veranschaulicht. Zum einen verhält es sich mit

der göttlichen Wirkmacht wie mit politischer Herrschaft und familialer Haushalterschaft. Zum anderen ist die göttliche Wirkmacht aber auch anders, indem sie den *gesamten*, SICHTBAREN ebenso wie UNSICHTBAREN KOSMOS umfasst.

Die Quelldomäne der metaphorischen Bezeichnung GOTTES als ALLMÄCHTIGER (παντοκράτωρ; *pantokrátōr*) ist das Politische (cf. Zimmermann 2007: 167–343). Der metaphorische Prozess, dessen Komprimat GOTT IST DER ALLMÄCHTIGE ist, lässt sich wie folgt rekonstruieren:

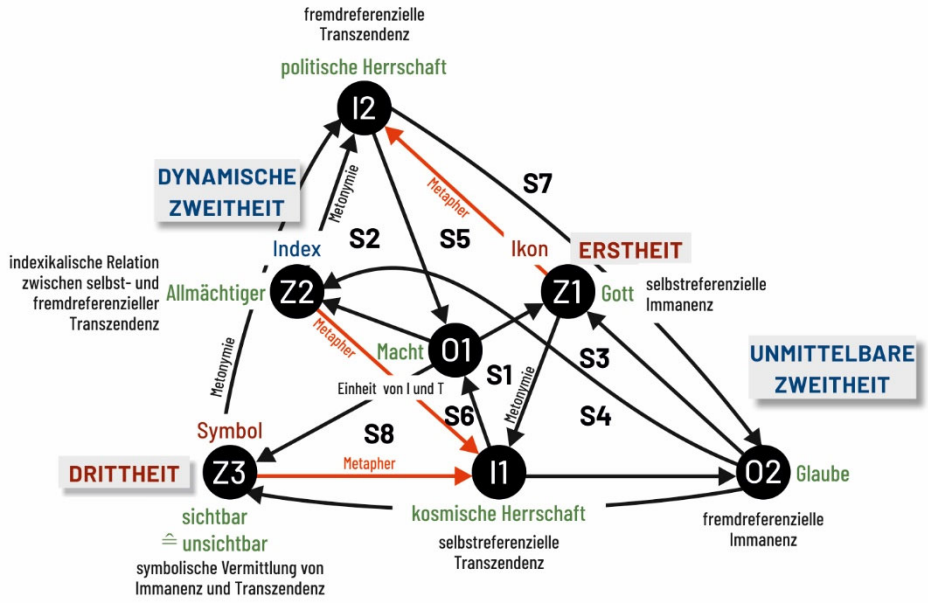

Abb. 17: Die Metapher GOTT IST DER ALLMÄCHTIGE im metaphorischen Prozess

Die Zeichen GOTT (Z1) und ALLMÄCHTIGER (Z2) können in einem metaphorischen Zusammenhang stehen, weil beide auf das dynamische Objekt MACHT (O1) Bezug nehmen (**Abb. 17**, oben). Die Differenz besteht darin, dass sich MACHT im Fall der Quelldomäne auf POLITISCHE HERRSCHAFT (I2) bezieht, im Fall der Zieldomäne dagegen auf die KOSMISCHE HERRSCHAFT (I1). Das unmittelbare Objekt (O2), wie es sich in der Semiose zeigt, besteht im pragmatischen Vorgang des GLAUBENS, mit dem das Glaubensbekenntnis beginnt.[51] Die symbolische Vermittlung (Z3) zwischen KOSMISCHER und POLITISCHER HERRSCHAFT erfolgt durch SICHTBAR UND UNSICHTBAR – also mittels der Unterscheidung, die in der dritten Metapher GOTT IST SCHÖPFER als unmittelbares

[51] Zur ausführlichen semiotischen Berücksichtigung des pragmatischen Vollzugs „Wir glauben …“ cf. Krech (2021b).

Objekt (O2), wie es sich in der Semiose zeigt, fungiert. Das ist, wie gesagt, aufgrund des semiotischen Axioms, dem zufolge die Bedeutung eines Zeichens durch ein anschließendes Zeichen erfolgt, als 'Abwärts-Kausalität' der Fall. Im Ergebnis des semiotischen Prozesses werden Z2 und O1 sowie I2 und I1 jeweils miteinander gleichgesetzt, sodass GOTT der ALLMÄCHTIGE HERRSCHER *ist*, dessen Herrschaftsbereich auch die POLITISCHE DOMÄNE einschließt.

Die Quelldomäne der metaphorischen Bezeichnung GOTTES als VATER ist das semantische Feld der Familie (cf. Zimmermann 2007: 41–166; Albrecht/Feldmeier 2014). Der metaphorische Prozess, dessen Komprimat GOTT IST DER VATER ist, lässt sich wie folgt rekonstruieren:

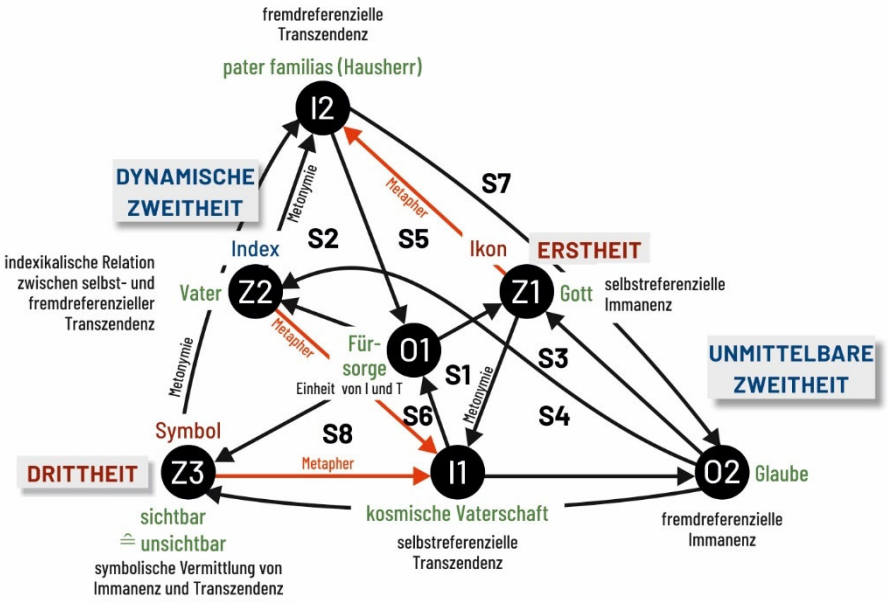

Abb. 18: Die Metapher GOTT IST DER VATER im metaphorischen Prozess

Die Zeichen GOTT (Z1) und VATER (Z2) können in einem metaphorischen Zusammenhang stehen, weil beide auf das dynamische Objekt FÜRSORGE (O1) Bezug nehmen (**Abb. 18**, oben). Die Differenz besteht darin, dass sich FÜRSORGE im Fall der Quelldomäne auf den PATER FAMILIAS als den Hausherrn bezieht, im Fall der Zieldomäne dagegen auf die KOSMISCHE VATERSCHAFT. Das unmittelbare Objekt (O2), wie es sich in der Semiose zeigt, besteht abermals im pragmatischen Vorgang des GLAUBENS, mit dem das Glaubensbekenntnis beginnt. Die symbolische Vermittlung (Z3) zwischen PATER FAMILIAS und KOSMISCHER VATERSCHAFT erfolgt ebenfalls durch SICHTBAR UND UNSICHTBAR – also mittels der Unterscheidung, die die vorgängigen Zeichen mit einer Bedeutung versieht. Im Ergebnis des semiotischen Prozesses werden

Z2 und O1 sowie I2 und I1 miteinander gleichgesetzt, sodass Gott der PATER FAMILIAS DES GESAMTEN KOSMOS *ist*.

Die Bezeichnungen ALLMÄCHTIGER und VATER als Metonymie für die Quelldomänen der Politik bzw. der Familie entsprechen den in der Antike dominanten Sozialformen des politischen Gemeinwesens bzw. der Haus- und Wirtschaftsgemeinschaft (οἶκος; *oíkos*) (Malina 1986). ALLMÄCHTIGER vermittelt zwischen SCHÖPFER und VATER, weil ALLMÄCHTIGER im religiösen Zusammenhang SCHÖPFER und ERHALTER/FÜRSORGER zugleich bedeutet (Hommel 1983). Mit Adolf Deissmann lässt sich die Metapher GOTT IST DER ALLMÄCHTIGE als ein 'polemischer Parallelismus' verstehen:[52] Die Bezeichnung ALLMÄCHTIGER (παντοκράτωρ; *pantokrátōr*) weist Parallelen zum römischen Kaisertitel αὐτοκράτωρ (*autokrátōr*) auf (Zimmermann 2007: 238–240), überbietet ihn jedoch zugleich auf metaphorische Weise. Die metaphorische Bedeutungskette des Glaubensbekenntnisses bewegt sich somit im Sinne einer 'Abwärts-Kausalität' vom übergreifenden, abstrakten, ebenso sichtbaren wie unsichtbaren Ganzen (KOSMOS) als Zieldomäne über das Konkret-Sichtbare POLITISCHER HERRSCHAFT zum noch Konkreteren und Anschaulichen der HAUS- UND WIRTSCHAFTSGEMEINSCHAFT (οἶκος; *oíkos*) als Quelldomänen.

6. Fazit und Schlussfolgerungen

Die voranstehenden semiotischen Überlegungen und empirischen Rekonstruktionen des metaphorischen Prozesses verstehen sich als – weitgehend konzeptionelle – Vorarbeit zu vertiefter empirischer und systematischer Forschung im Rahmen des Sonderforschungsbereiches 1475 „Metaphern der Religion".[53] Als vorläufiges Ergebnis seien zusammenfassend die beiden folgenden Punkte festgehalten:

---

[52] Cf. Deissmann (1909: 257): „[D]er in die Mittelmeerwelt hinaustretende Christuskult zeigt schon frühe das Bestreben, die dieser Welt geläufigen und jetzt eben auf die vergötterten Kaiser übertragenen oder im Kaiserkult vielleicht auch neu geschaffenen Kultworte für Christus zu reservieren. So entsteht ein polemischer Parallelismus zwischen Kaiserkult und Christuskult, der auch da empfunden wird, wo die vom Christuskult bereits mitgebrachten Urworte aus den Schatzkammern der Septuagintabibel und des Evangeliums mit ähnlich- oder gleichklingenden solennen Begriffen des Kaiserkultes zusammentreffen." Was für den Christuskult gilt, trifft auf die christliche Gottesverehrung erst recht zu.

[53] Cf. https://sfb1475.ruhr-uni-bochum.de.

- Peirce und die meisten seiner Interpretinnen und Interpreten bestimmen die Metapher (neben dem Bild und dem Diagramm) als ein ikonisches Zeichen. Versteht man die Metapher jedoch nicht als ein einzelnes Zeichen, sondern als einen Prozess mehrerer aufeinander folgenden Semiosen, die in der linguistischen Expression syntaktisch und semantisch verdichtet sind, besteht die Metapher aus dem Zusammenspiel eines Indexes und eines Ikons – vermittelt im Symbol – sowie aus der Oszillation zwischen Metonymie und Metapher. Die Rekonstruktion des semiotischen Prozesses, in dem die Metapher steht, zeigt, dass und wie sie semantisches Potenzial birgt, das entfaltet werden kann. Wie gezeigt, geht etwa die Metapher SKELETTE VON HOCHHÄUSERN nicht darin auf, dass HOCHHÄUSER eine innere TRÄGERSTRUKTUR besitzen. Wenn sie ein SKELETT haben, können sie LEBEN und STERBEN; und das verweist auf eine 'Wirkmächtigkeit von Objekten' ('agency of objects') im Sinne von Bruno Latour (2007: 109–149), die auf Basis der Re-Kombination semiotischer Elemente weiteres und prinzipiell unerschöpfliches semantisches Potenzial birgt. Die metaphorische Überbietung kommt besonders gut in der im Glaubensbekenntnis verwendeten Metapher GOTT IST DER ALLMÄCHTIGE zum Ausdruck. Um die Wirksamkeit von Metaphern zu verstehen, braucht die Metaphertheorie mit Blick auf den indexikalischen Anteil der Metapher einen Affordanz-Ansatz, der die Gebrauchseigenschaften der Objekte herausarbeitet, auf die sich eine Metapher bezieht (Jensen 2022, mit Bezug auf Gibson 2015). In diesem Sinne kommt es in der Metaphertheorie und empirischen Metapheranalyse auf die Kombination des indexikalischen Objektbezugs mit dem pragmatisch-symbolischen Aspekt an, der Syntax, Semantik und kontextuellen Gebrauch innerhalb eines Textes und in seiner Rezeption miteinander vermittelt:

  > While cognition researchers were perceived as mostly dealing with theoretical issues of what metaphor *is*, communication research were thought to pursue more applied issues of how it is *used* […]. Uniting the two approaches may thus require an appreciation of the fact that a deeper understanding of what metaphor *is* depends to a significant extent on understanding what it *does* (Hampe 2017: 4, mit Bezug auf Zinken/Musolff 2009).

- Im religiösen Gebrauch generiert die Metapher spezifischen Sinn, indem sie eine bekannte Quelldomäne mit Religion als unbekannter Zieldomäne verschränkt. Auf diese Weise wird Ungleiches mit Blick auf Gleiches miteinan-

der in Beziehung gesetzt, um einen semantischen Mehrwert zu erzielen. Etwas ist *nicht* etwas anderes und ist zugleich *wie* etwas anderes. Das 'metaphorische ist' wird durch den ikonischen Aspekt des Zeichenprozesses hergestellt, und das 'ist nicht' konstituiert sich durch den indexikalischen Aspekt, der durch den symbolischen Aspekt der Semiose in ein indexikalisches Ikon und somit in ein 'ist wie' überführt wird. Mittels eines ikonischen Indexes stellt der metaphorische Prozess im religiösen Vollzug jenseits der Alternative von real oder fiktiv einen Weltbezug her, nämlich als Imagination,[54] deren Bildschema sich vom Index (Z2) her auf alltägliche Wirklichkeitserfahrung in Gestalt des dynamischen Objekts (O1) mit seinen Gebrauchseigenschaften bezieht. Das Bildschema wird über den ikonischen Index (Z2–I1–O1) zur Grundlage der Metapher. Freilich hängt der über Bildschemen hergestellte Weltbezug vom pragmatischen Gebrauch der Metapher ab (Carston 2018); für den Fall religiöser Kommunikation ist der Weltbezug die religiös verstandene Wirklichkeit als Einheit von (unsichtbarer) Transzendenz und (sichtbarer) Immanenz (cf. **Abb. 13**). In der selbstbezüglichen religiösen Semiose – das heißt: in der direkten religiösen Performanz – wird die Metapher wörtlich, nämlich innerhalb der religiösen Domäne verstanden. Das wird besonders gut anhand der Rekonstruktion der Metaphern GOTT IST DER VATER, DER ALLMÄCHTIGE, DER SCHÖPFER… im liturgischen Vollzug des Glaubensbekenntnisses deutlich, in dem GOTT an der semiotischen Position selbstreferenzieller Immanenz steht. Im liturgischen Vollzug kann die religiös qualifizierte Metapher zu einer linguistischen Expression ikonisch eingefaltet werden; in religiöser Reflexion (beispielsweise innerhalb einer Predigt) kann sie symbolisch entfaltet werden; und in der von außen erfolgenden wissenschaftlichen Rekonstruktion kann die Vollzugsweise der religiös qualifizierten Metapher ans Licht kommen.

[54] Cf. Ricœur (1986: 55): Die aristotelische Mimesis enthält „die Wahrheit des Imaginären, die ontologische Erschließungskraft […]. Durch sie ist die *lexis* verwurzelt und gehören die Abweichungen der Metapher selbst zu dem großen Bestreben, das Seiende zu sagen." Dementsprechend muss bei der Metapher „der ikonische Charakter der Ähnlichkeit so umformuliert werden […], daß die Imagination selbst ein spezifisch semantisches Moment der metaphorischen Aussage wird" (Ricœur 1986: 181).

7. Zitierte Literatur

Albrecht, Felix/Feldmeier, Reinhard (eds.) (2014): *The Divine Father. Religious and Philosophical Concepts of Divine Parenthood in Antiquity* (Themes in Biblical Narrative Jewish and Christian Traditions, 18), Leiden/Boston, MA: Brill.

Anderson, Douglas (1984): „Peirce on metaphor", in: *Transactions of the Charles S. Peirce Society* 20, No. 4, 453–468, http://www.jstor.org/stable/40320065 (21.04.2021).

Anttila, Raimo (1980): „Language and the semiotics of perception", in: Rauch, Irmengard/Carr, Gerald F. (eds.): *The Signifying Animal. The Grammar of Language and Experience*, Bloomington: Indiana University Press, 263–283.

Anttila, Raimo/Embleton, Sheila (1989): „The iconic index: From sound change to rhyming slang", in: *Diachronica* 6, No. 2, 155–180.

Baltzer, Ulrich (1994a): *Erkenntnis als Relationengeflecht. Kategorien bei Charles S. Peirce*, Paderborn/München/Wien/Zürich: Schöningh.

Baltzer, Ulrich (1994b): „Selbstbewußtsein ist ein Epiphänomen des Zeichenprozesses: Die Landkartenparabel von Ch. S. Peirce", in: *Zeitschrift für Semiotik* 16, 3/4, 357–372.

Barbour, Ian G. (1974): *Myths, Models and Paradigms. The Nature of Scientific and Religious Language*, New York/Hagerstown/San Francisco/London: Harper & Row.

Barcelona, Antonio (ed.) (2003): *Metaphor and Metonymy at the Crossroads*, Berlin/New York: Mouton de Gruyter.

Bateson, Gregory (1985): *Ökologie des Geistes. Anthropologische, psychologische, biologische und epistemologische Perspektiven*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Bellucci, Francesco (2015): „Exploring Peirce's speculative grammar: The immediate object of a sign", in: *Sign Systems Studies* 43, No. 4, 399–418.

Blowers, Paul M. (2012): *Drama of the Divine Economy. Creator and Creation in Early Christian Theology and Piety* (Oxford Early Christian Studies), Oxford: Oxford University Press.

Bornkamm, Heinrich (1944): „Der verborgene und der offenbare Gott", in: *Theologische Rundschau* 16, 1/3, 38–52, http://www.jstor.org/stable/26151834 (20.12.2018).

Brooke-Rose, Christine (1958): *A Grammar of Metaphor*, London: Secker & Warburg.

Bultmann, Rudolf (1948): „Neues Testament und Mythologie: Das Problem der Entmythologisierung der neutestamentlichen Verkündigung“, in: Bartsch, Hans-Werner (ed.): *Kerygma und Mythos. Band 1: Ein theologisches Gespräch*, Hamburg: Reich, 15–48.

Carston, Robyn (2018): „Figurative language, mental imagery, and pragmatics”, in: *Metaphor & Symbol* 33, No. 3, 198–217.

Charteris-Black, Jonathan (2017a): „Conclusion,” in: *Metaphor and the Social World* 7, No. 1, 122–129.

Charteris-Black, Jonathan (2017b): *Fire Metaphors. Discourses of Awe and Authority*, London: Bloomsbury Publishing.

Danaher, David (1998): „Peirce's semiotic and conceptual metaphor theory,” in: *Semiotica* 119, 1/2, 171–207, http://cokdybysme.net/pdfs/semiotica.pdf (25.03.2022).

Deacon, Terrence W. (1997): *The Symbolic Species. The Co-Evolution of Language and the Brain*, New York/London: W. W. Norton & Co.

Deacon, Terrence W. (2012): „Beyond the symbolic species”, in: Schilhab, Theresa/Stjernfelt, Frederik/Deacon, Terrence W. (eds.): *The Symbolic Species Evolved*, Dordrecht: Springer Netherlands, 9–38.

Deacon, Terrence W. (2018): „Beneath symbols: Convention as a semiotic phenomenon”, in: Wilson, David S./Hayes, Steven C. (eds.): *Evolution and Contextual Behavioral Science. An Integrated Framework for Understanding, Predicting, and Influencing Human Behavior*, Oakland: Context Press, 68–83.

Debatin, Bernhard (1995): *Die Rationalität der Metapher. Eine sprachphilosophische und kommunikationstheoretische Untersuchung*, Berlin/New York: De Gruyter.

Deignan, Alice (2006): „The grammar of linguistic metaphors”, in: Stefanowitsch, Anatol/Gries, Stefan T. (eds.): *Corpus-Based Approaches to Metaphor and Metonymy*, , Berlin, New York: Mouton de Gruyter, 106–122.

Deissmann, Adolf (1909): *Licht vom Osten. Das Neue Testament und die neuentdeckten Texte der hellenistisch-römischen Welt*, 3. Auflage, Tübingen: J. C. B. Mohr [Paul Siebeck].

Denzinger, Heinrich (1997): *Enchiridion symbolorum definitionum et declarationum de rebus fidei et morum. Kompendium der Glaubensbekenntnisse und kirchlichen Lehrentscheidungen. Lateinisch-Deutsch*, 42. Auflage, Freiburg i. Br.: Herder.

Dirven, René/Pörings, Ralf (eds.) (2003): *Metaphor and Metonymy in Comparison and Contrast*, Berlin/New York: Mouton de Gruyter.

Ditterich, Joseph (1990): *Selbstreferentielle Modellierungen. Biologie – Kybernetik. Kategorientheoretische Untersuchungen zur Second Order Cybernetics und ein polykontexturales Modell kognitiver Systeme*, Klagenfurt: IFF-Arbeitsbereich ‚Technik- und Wissenschaftsforschung'.

Dorst, Aletta G. (2021): „Metaphor", in: Pihlaja, Stephen (ed.): *Analysing Religious Discourse*, Cambridge, UK/New York: Cambridge University Press, 235–255.

Eisler, Robert (1910): *Weltenmantel und Himmelszelt. Religionsgeschichtliche Untersuchungen zur Urgeschichte des antiken Weltbildes*, München: C. H. Beck.

Esposito, Joseph L. (1980): *Evolutionary Metaphysics. The Development of Peirce's Theory of Categories*, Athens, OH: Ohio University Press.

Fauconnier, Gilles/Lakoff, George (2009): „On metaphor and blending", in: *Cognitive Semiotics* 5, 1/2, 393–399.

Frege, Gottlob (2008): „Über Sinn und Bedeutung", in: Frege, Gottlob: *Funktion, Begriff, Bedeutung. Fünf logische Studien*, herausgegeben und eingeleitet von Günther Patzig, Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 23–46.

Gibson, James J. (2015): *The Ecological Approach to Visual Perception*, New York/London: Psychology Press.

Goossens, Louis/Pauwels, Paul/Rudzka-Ostyn, Brygida/Simon-Vandenbergen, Anne-Marie (1995): *By Word of Mouth. Metaphor, Metonymy, and Linguistic Action in a Cognitive Perspective*, Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.

Haley, Michael C. (1988): *The Semeiosis of Poetic Metaphor*, Bloomington: Indiana University Press.

Hampe, Beate (ed.) (2005): *From Perception to Meaning. Image Schemas in Cognitive Linguistics* , Berlin/New York: Mouton de Gruyter.

Hampe, Beate (2017): „Embodiment and discourse: Dimensions and dynamics of contemporary metaphor theory", in: Hampe, Beate (ed.): *Metaphor. Embodied Cognition and Discourse*, Cambridge: Cambridge University Press, 3–24.

Hardwick, Charles S. (ed.) (1977): *Semiotic and Significs. The Correspondence between Charles S. Peirce and Victoria Lady Welby*, Bloomington/London: Indiana University Press.

Hausman, Carl R. (1983): „Metaphors, referents, and individuality", in: *The Journal of Aesthetics and Art Criticism* 42, No. 2, 181–195, http://www.jstor.org/stable/430662 (29.03.2022).

Hausman, Carl R. (1987): „Metaphorical reference and Peirce's Dynamical Object", in: *Transactions of the Charles S. Peirce Society* 23, No. 3, 381–409, http://www.jstor.org/stable/40320187 (03.09.2016).

Hausman, Carl R. (1996): „Peirce and the interaction view of metaphor", in: Colapietro, Vincent M./Olshewsky, Thomas M. (eds.): *Peirce's Doctrine of Signs. Theory, Applications, and Connections*, Berlin/New York: Mouton de Gruyter, 193–205.

Henle, Paul (1981): „Metaphor," in: Johnson, Mark (ed.): *Philosophical Perspectives on Metaphor*, Minneapolis: University of Minnesota Press, 83–104.

Hiraga, Masako K. (2005): *Metaphor and Iconicity. A Cognitive Approach to Analysing Texts*, Basingstoke/Hampshire/New York: Palgrave Macmillan.

Höhner, Stephanie (2020): *Wenn Trümmer zum Trost werden. Predigt zu Jesaja 66,10–14*, https://predigten.evangelisch.de/predigt/wenn-truemmer-zum-trost-werden-predigt-zu-jesaja-6610-14-von-stephanie-hoehner (11.03.2022).

Hommel, Hildebrecht (1983): „Pantokrator: Schöpfer und Erhalter", in: Hommel, Hildebrecht: *Sebasmata,* Bd. 1, Tübingen: J. C. B. Mohr [Paul Siebeck], 131–177.

Jäkel, Olaf (2002): „Hypotheses revisited: The cognitive theory of metaphor applied to religious texts", in: *metaphorik.de – Online-Journal zur Metaphorik in Sprache, Literatur, Medien* 2, 20–42, http://www.metaphorik.de/de/journal/02/hypotheses-revisited-cognitive-theory-metaphor-applied-religious-texts.html (15.09.2012).

Jakobson, Roman O. (1974): „Zwei Seiten der Sprache und zwei Typen aphatischer Störungen [1956]", in: Jakobson, Roman O.: *Aufsätze zur Linguistik und Poetik*, hrsg. von Wolfgang Raible, Frankfurt a. M.: Ullstein, 117–141.

Jappy, Tony (2014): „The Hypoicons", in: Thellefsen, Torkild/Sorensen, Bent (eds.): *Charles Sanders Peirce in His Own Words. 100 Years of Semiotics, Communication and Cognition*, Berlin/Boston: De Gruyter, 339–346.

Jensen, Thomas W. (2022): „The indexical affordance of metaphor: Stain as a case example", in: *Metaphor & Symbol* 37, No. 3, 208–228.

Johnson, Mark (1987): *The Body in the Mind. The Bodily Basis of Meaning, Imagination, and Reason*, Chicago: University of Chicago Press.

Keane, Webb (2003): „Semiotics and the social analysis of material things", in: *Language & Communication* 23, 3/4, 409–425.

Kinzig, Wolfram (2021): *Das Glaubensbekenntnis von Konstantinopel (381). Herkunft, Geltung und Rezeption. Neue Texte und Studien zu den antiken und frühmittelalterlichen Glaubensbekenntnissen II*, Berlin/Boston: De Gruyter.

Knoblauch, Hubert/Haken, Meike (2020): „Kommunikative Formen der Predigt oder: Hermeneutik der Hermeneutik als kommunikatives Handeln", in: Hitzler, Ronald/Reichertz, Jo/Schröer, Norbert (eds.): *Kritik der Hermeneutischen Wissenssoziologie*, Weinheim/Basel: Beltz Juventa, 286–299.

Koch, Peter (2007): „Assoziation – Zeichen – Schrift", in: Jacob, Daniel/Krefeld, Thomas (eds.): *Sprachgeschichte und Geschichte der Sprachwissenschaft*, Tübingen: Narr, 11–52.

Köhler, Rudolf (1955): „Der *Deus absconditus* in Philosophie und Theologie", in: *Zeitschrift für Religions- und Geistesgeschichte* 7, Nr. 1, 46–58, http://www.jstor.org/stable/23894760 (20.12.2018).

Kövecses, Zoltán (2020a): „Domains, Schemas, Frames, or Spaces?", in: Kövecses, Zoltán: *Extended Conceptual Metaphor Theory*, Cambridge/New York/Port Melbourne/New Delhi/Singapore: Cambridge University Press, 50–92.

Kövecses, Zoltán (2020b): *Extended Conceptual Metaphor Theory*, Cambridge/New York/Port Melbourne/New Delhi/Singapore: Cambridge University Press.

Krech, Volkhard (2021a): *Die Evolution der Religion. Ein soziologischer Grundriss* , Bielefeld: transcript.

Krech, Volkhard (2021b): „The immanence/transcendence distinction at work: The case of the Apostles' Creed", in: Yelle, Robert A./Ponzo, Jenny (eds.): *Interpreting and Explaining Transcendence*, Berlin/Boston: De Gruyter, 243-290.

Lakoff, George (1987): *Women, Fire, and Dangerous Things. What Categories Reveal about the Mind*, Chicago: University of Chicago Press.

Lakoff, George/Espenson, Jane/Schwartz, Alan (1991): *Master Metaphor List. Second Draft Copy*, University of California at Berkeley, http://araw.mede.uic.edu/~alansz/metaphor/METAPHORLIST.pdf (13.03.2022).

Lakoff, George/Johnson, Mark (1980): *Metaphors We Live by*, Chicago/London: University of Chicago Press.

Lasch, Alexander (2011): „Texte im Handlungsbereich der Religion", in: Habscheid, Stephan (eds.): *Textsorten, Handlungsmuster, Oberflächen. Linguistische Typologien der Kommunikation*, Berlin: De Gruyter, 536–556.

Latour, Bruno (2007): *Eine neue Soziologie für eine neue Gesellschaft. Einführung in die Akteur-Netzwerk-Theorie*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Lattmann, Claas (2012): „Icons of novel thought: A new perspective on Peirce's definition of metaphor (*CP 2.277*)", in: *Semiotica* 192, 535–556.

Leeming, David A. (2010): *Creation Myths of the World. An Encyclopedia*, Santa Barbara/Denver/Oxford: ABC-CLIO.

Lévi-Strauss, Claude (1963): *Structural Anthropology*, New York: Basic Books Inc.

Lewis, David K. (2002): *Convention. A Philosophical Study*, Oxford: Blackwell.

Liebert, Wolf-Andreas (2017): „Das Unsagbare", in: Lasch, Alexander/Liebert, Wolf-Andreas (eds.): *Handbuch Sprache und Religion*, Berlin/Boston: De Gruyter, 266–287.

Liszka, James J. (1996): *A General Introduction to the Semeiotic of Charles Sanders Peirce*, Bloomington: Indiana University Press.

Luhmann, Niklas (1990): „Gleichzeitigkeit und Synchronisation", in: Luhmann, Niklas: *Soziologische Aufklärung 5. Konstruktivistische Perspektiven*, Opladen: Westdeutscher Verlag, 95–130.

MacArthur, Fiona/Oncins-Martínez, José L./Sánchez-García, Manuel/Piquer-Píriz, Ana M. (eds.) (2012): *Metaphor in Use. Context, Culture, and Communication*, Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.

Magnani, Lorenzo (2009): *Abductive Cognition. The Epistemological and Eco-Cognitive Dimensions of Hypothetical Reasoning*, Berlin/Heidelberg: Springer.

Malina, Bruce J. (1986): „'Religion' in the world of Paul", in: *Biblical Theology Bulletin: A Journal of Bible and Theology* 16, No. 3, 92–101.

Marty, Robert (1997): *76 Definitions of The Sign by C. S. Peirce. With an Appendix of 12 Further Definitions or Equivalents proposed by Alfred Lang*, https://www.academia.edu/44504426/76_DEFINITIONS_OF_THE_SIGN_BY_C_S_PEIRCE (19.05.2020).

Merrell, Floyd (1997): *Peirce, Signs, and Meaning*, Toronto: University of Toronto Press.

Miller, George A. (1993): „Images and models, similes and metaphors", in: Ortony, Andrew (ed.): *Metaphor and Thought*, Cambridge/New York: Cambridge University Press, 357–400.

Mittelberg, Irene (2008): „Peircean semiotics meets conceptual metaphor: Iconic modes in gestural representations of grammar", in: Cienki, Alan/Müller, Cornelia (eds.): *Metaphor and Gesture*, Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 115–154.

Morris, Charles W. (1988): *Grundlagen der Zeichentheorie. Ästhetik und Zeichentheorie*, Frankfurt a. M.: Fischer Taschenbuch Verlag.

Müller, Cornelia (2008): *Metaphors Dead and Alive, Sleeping and Waking. A Dynamic View*, Chicago/London: University of Chicago Press.

Paolini Paoletti, Michele/Orilia, Francesco (eds.) (2017): *Philosophical and Scientific Perspectives on Downward Causation*, New York/London: Routledge.

Parmentier, Richard J. (1994): *Signs in Society. Studies in Semiotic Anthropology*, Bloomington: Indiana University Press.

Peirce, Charles S. (1983): *Phänomen und Logik der Zeichen*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Peirce, Charles S. (1994): *The Collected Papers of Charles Sanders Peirce*. Vols. 1–6 edited by Charles Hartshorne and Paul Weiss; vols. 7–8 edited by Arthur W. Burks. Electronic edition of the print edition 1958–1966, edited by John Deely (Past Masters), Charlottesville: InteLex Corporation.

Peirce, Charles S. (1998): „New elements (καινὰ στοιχεῖα) [1904]", in: Peirce, Charles S.: *The Essential Peirce. Selected Philosophical Writings,* Vol. 2 (1893-1913), Bloomington/Indianapolis: Indiana University Press, 300–324.

Peirce, Charles S. (2020): „Logic Notebook", in: Peirce, Charles S.: *Selected Writings on Semiotics, 1894–1912*, Berlin, Boston: De Gruyter, 152–183.

Pihlaja, Stephen (2017): „Special issue on metaphor in religion and spirituality", in: *Metaphor and the Social World* 7, No. 1, 1–4.

Pollack, Detlef (2018): „Probleme der Definition von Religion", in: Pollack, Detlef/Krech, Volkhard/Müller, Olaf/Hero, Markus (eds.): *Handbuch Religionssoziologie*, Wiesbaden: Springer VS, 17–50.

Ponzo, Jenny/Yelle, Robert A./Leone, Massimo (eds.) (2021): *Mediation and Immediacy. A Key Issue for the Semiotics of Religion*, Berlin, Boston: De Gruyter.

Posner, Roland (1980): „Semantics and pragmatics of sentence connectives in natural language", in: Rauch, Irmengard/Carr, Gerald F. (eds.): *The Signifying Animal. The Grammar of Language and Experience*, Bloomington: Indiana University Press, 87–122.

Posner, Roland (1986): „Iconicity in syntax: The natural order of attributes", in: Bouissac, Paul/Herzfeld, Michael/Posner, Roland (eds.): *Iconicity. Essays on the Nature of Culture. Festschrift for Thomas A. Sebeok on his 65th Birthday*, Tübingen: Stauffenburg Verlag, 305–313.

Ransdell, Joseph M. (1980): „Semiotics and linguistics", in: Rauch, Irmengard/Carr, Gerald F. (eds.): *The Signifying Animal. The Grammar of Language and Experience*, Bloomington: Indiana University Press, 135–185.

Ransdell, Joseph M. (1986): „On Peirce's conception of the iconic sign," in: Bouissac, Paul/Herzfeld, Michael/Posner, Roland (eds.): *Iconicity. Essays on the Nature of Culture. Festschrift for Thomas A. Sebeok on his 65th Birthday*, Tübingen: Stauffenburg Verlag, 51–74.

Ricœur, Paul (1986): *Die lebendige Metapher*, München: Fink.

Ritter, Adolf M. (2019): *Alte Kirche*, Neukirchen-Vluyn: Neukirchener Verlag.

Sadowski, Piotr (2009): *From Interaction to Symbol. A Systems View of the Evolution of Signs and Communication*, Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.

Salthe, Stanley N. (2008): „The system of interpretance, naturalizing meaning as finality", in: *Biosemiotics* 1, No. 3, 285–294, https://link.springer.com/article/10.1007/s12304-008-9023-3 (14.07.2018).

Savan, David (1988): *An Introduction to C. S. Peirce's Full System of Semeiotic*, Toronto: Toronto Semiotic Circle.

Schenke, Hans-Martin/Bethge, Hans-Gebhard/Kaiser, Ursula U. (eds.) (2001): *Nag Hammadi Deutsch. 1. Band: NHC I,1–V,1*, Berlin/New York: De Gruyter.

Schmalriede, Manfred (1976): „Bemerkungen zu den Interpretanten bei Ch. S. Peirce", in: *Semiosis. Internationale Zeitschrift für Semiotik und Ästhetik* 3, 26–31.

Schönrich, Gerhard (1990): *Zeichenhandeln. Untersuchungen zum Begriff einer semiotischen Vernunft im Ausgang von Ch. S. Peirce*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Silverstein, Michael (2004): „›Cultural‹ concepts and the language-culture nexus", in: *Current Anthropology* 45, No. 5, 621–652.

Slingerland, Edward G. (2004): „Conceptual metaphor theory as methodology for comparative religion", in: *Journal of the American Academy of Religion* 72, No. 1, 1–31.

Soskice, Janet M. (1985): *Metaphor and Religious Language*, Oxford: Clarendon Press.

Spieß, Constanze/Köpcke, Klaus-Michael (eds.) (2015): *Metapher und Metonymie. Theoretische, methodische und empirische Zugänge*, Berlin, Boston: De Gruyter.

Strub, Christian (1994): „Peirce über Metaphern: Zur Interpretation von CP 2.277", in: Pape, Helmut (eds.): *Kreativität und Logik. Charles S. Peirce und das philosophische Problem des Neuen*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 209–232.

Sweetser, Eve E. (1990): *From Etymology to Pragmatics. Metaphorical and Cultural Aspects of Semantic Structure*, Cambridge/New York/Melbourne: Cambridge University Press.

Toth, Alfred (2000): *Hierarchie und Heterarchie in der Semiotik,* http://www.mathematical-semiotics.com/pdf/Hier.u.Heter.pdf (12.11.2020).

Walther, Elisabeth (1969): „Abriss der Semiotik", in: *Arch*+ 8, 3–15.

Walther, Elisabeth (1979): *Allgemeine Zeichenlehre. Einführung in die Grundlagen der Semiotik*, 2. Auflage, Stuttgart: Deutsche Verlagsanstalt.

Weinrich, Harald (1976): „Semantik der kühnen Metapher", in: Weinrich, Harald: *Sprache in Texten*, Stuttgart: Klett, 295–316.

Westphal, Merold (2004): *Transcendence and Self-Transcendence. On God and the Soul*, Bloomington: Indiana University Press.

Wierzbicka, Anna (2015): „The meaning of color words in a cross-linguistic perspective", in: Elliot, Andrew J./Fairchild, Mark D./Franklin, Anna (eds.): *Handbook of Color Psychology*, Cambridge: Cambridge University Press, 295–316.

Wildgen, Wolfgang (2021): *Mythos und Religion. Semiotik des Transzendenten*, Würzburg: Königshausen & Neumann.

Yelle, Robert A. (2013): *Semiotics of Religion. Signs of the Sacred in History*, London/New York: Bloomsbury Academic.

Žilka, Tibor (2020): „Metapher als Träger der Ikonizität", in: Mikuláš, Roman (ed.): *Metaphernforschung in interdisziplinären und interdiskursiven Perspektiven*, Leiden/Paderborn: Brill | mentis, 59–72.

Zimmermann, Christiane (2007): *Die Namen des Vaters. Studien zu ausgewählten neutestamentlichen Gottesbezeichnungen vor ihrem frühjüdischen und paganen Sprachhorizont*, Leiden/Boston: Brill.

Zinken, Jörg/Musolff, Andreas (2009): „A discourse-centred perspective on metaphorical meaning and understanding", in: Musolff, Andreas/Zinken, Jörg (eds.): *Metaphor and Discourse*, London/New York: Palgrave Macmillan, 1–8.