

Beatrix Fehse

Metaphern in Text-Bild-Gefügen

Sprachliche und kognitive Metaphorik

Visuelle Metaphorik

Zeitmetaphern in der Anzeigenwerbung und der Gegenwartskunst

Aus der Reihe: ESS-KuLtur. Essener Schriften zur Sprach-, Kultur- und Literaturwissenschaft (Hg. von H. Eickmans, W. Jung, U. Schmitz, J. Wesche) BAND 10

2017 • 864 S., 17 x 24 cm

Paperback ISBN 978-3-95605-046-6 • 99,00 Euro

E-Book ISBN 978-3-95605-047-3 • 99,00 Euro

ESS-KuLtur 10 geht der Frage nach, wie Metaphern in Sehflächen verankert sind. Um eine fundierte Antwort geben zu können, setzt sich die Verfasserin mit einschlägigen sprachlichen, kognitiven und visuellen Metapherntheorien auseinander und entwickelt ein Modell speziell zur Analyse zeichensystemübergreifender Strukturmetaphern. Das Modell wird mit dem Fokus auf Zeitmetaphern an ausgewählten Werbeanzeigen und Kunstwerken erprobt. Da Zeit in Text-Bild-Gefügen zudem in Form sprachlich determinierter bildlicher Orientierungsmetaphern codiert

ist, werden auch diese in bestimmten Flächen- und Farbgestaltungen identifiziert.

Ferner werden beide Metaphernarten im dichtesten Konglomerat der ikonischen Typografie und Kalligraphie aufgespürt. Sämtliche Analysen und die daraus hervorgehenden Deutungen der Sehflächen repräsentieren den gegenwärtigen Zeitbegriff in unserer Gesellschaft, welcher über zwei feldtheoretische Karten aufgerissen wird.

Aus dem Inhalt

Leseempfehlung

Lesepfad zu Ihrem Interessengebiet der metaphorischen Text-Bild-Beziehungen

Lesepfad zu Ihrem Interesse an Adaptionen von Weinrichs und Lakoffs & Johnsons Metapherntheorien

Lesepfad zu Ihrem Interesse an der kunstwissenschaftlichen Sicht auf die Zeitmetaphorik

o Einführung in die Arbeit

1. Teil
2. Teil
3. Teil

1 Sprachliche und kognitive Metaphorik

- 1.1 Linguistische und kognitive Metapherntheorien zur Analyse von Text-Bild-Gefügen
- 1.2 Die Metapherntheorien von Harald Weinrich (1958-76) und George Lakoff & Mark Johnson (1980)
- 1.3 Zusammenfassung

2 Visuelle Metaphorik

- 2.1 Aldrichs Erforschung der visuellen Metapher
- 2.2 Aldrichs erster Ansatz: Die Kunstwerkmetapher
- 2.3 Aldrichs zweiter Ansatz: Die Bildinhaltsmetapher (hybride Metapher)

2.4 Aldrichs dritter Ansatz: Typen der visuellen Metaphorik

2.5 Aldrichs vierter Ansatz: Die subjektive visuelle Metapher

2.6 Zusammenfassung

3 Zeitmetaphern in der Anzeigenwerbung und der Gegenwartskunst

- 3.1 Die Zeitthematik im Kontext der Untersuchung
- 3.2 Orientierungsmetaphern der Zeit in Text-Bild-Gefügen
- 3.3 Strukturmetaphern der Zeit in Text-Bild-Gefügen

4 Zusammenfassung der Arbeit

4.1 Der aktuelle linguistische Forschungskontext

5 Anhang

- 5.1 Metaphernlisten
- 5.2 Abbildungsverzeichnis
- 5.3 Quellenverzeichnis der Text-Bild-Gefüge
- 5.4 Literaturverzeichnis
- 5.5 Modellvordruck
- 5.6 Tafeln
- 5.7 Register der Text-Bild-Gefüge

Zu beziehen über Ihre Buchhandlung oder über die Verlagsauslieferung AZB unter:

Auslieferungszentrum Bercker · Hoogeweg 100 · D-47623 Kevelaer · www.azb.de

Telefon: 0049/0/2832/929-293 · Fax: 0049/0/2832/929-222 · E-Mail: azb@uvrr.de

Widerrufsrecht: Sie können Ihre Bestellung innerhalb von zwei Wochen ohne Angabe von Gründen beim o.g. Auslieferungszentrum Bercker in Textform (zum Beispiel per Brief, Fax, E-Mail), bei Ihrer Buchhandlung oder durch Rücksendung der Sache widerrufen. Die Frist beginnt spätestens mit Erhalt der Lieferung. Preisänderungen und Irrtum vorbehalten. Nähere Informationen unter www.uvrr.de in den AGB. Muster-Widerrufsformular auf <http://bit.ly/widerruf-uvrr> (rechtzeitige Absendung genügt).

