

## Fotobücher als multimodale Metaphern – Eine Skizze

### Einleitung: Conceptual Metaphor Theory

Metaphern sind kein sprachliches Phänomen. Metaphern sind kognitive Prozesse, die beinhalten, dass Aspekte und Merkmale *eines* konzeptuellen Bereiches auf einen *anderen* konzeptuellen Bereich übertragen werden. Das ist die Grundannahme der *Conceptual Metaphor Theory* (CMT) nach George Lakoff und Mark Johnson (1980, 2003). Die CMT bildet die Grundlage der Überlegungen zur multimodalen Metapher. Im Folgenden möchte ich zunächst die CMT beschreiben. Anschließend möchte ich auf ein Beispiel einer multimodalen Metapher eingehen und die Überlegungen zur multimodalen Metapher nach Charles Forceville beschreiben. Zum Abschluss möchte ich darüber nachdenken, ob diese Überlegungen für die Analyse von Fotobüchern fruchtbar gemacht werden können.

Die CMT wurde aus einer Absatzbewegung zur traditionellen literaturwissenschaftlichen Metaphertheorie entwickelt. Die literaturwissenschaftliche Metaphertheorie nimmt an, dass Metaphern ein Fall von Sprache sind. Metaphern seien ein Sonderfall der Poesie und deshalb z.B. nicht in der Alltagssprache vorhanden. Aus diesem Grund untersucht die traditionelle Theorie ausschließlich *neue* Metaphern. Im Gegensatz dazu nimmt die CMT an, dass Metaphern ein Fall des Denkens sind – und nicht der Sprache. Metaphern sind kognitive Prozesse, in denen Aspekte und Merkmale eines konzeptuellen Bereiches auf einen anderen übertragen werden. Die Bezeichnung *konzeptueller Bereich* umfasst in diesem Zusammenhang mentale Repräsentationen und kognitive Schemata. Die kognitive Übertragung kann sprachlich realisiert werden, aber auch in anderen Formen. I.d.R. hat sie zum Ziel, den Zielbereich (besser) verstehen zu können. Die CMT geht u.a. davon aus, dass unsere Alltagssprache von Metaphern geprägt ist. Des Weiteren geht sie davon aus, dass Menschen ihre Umwelt i.Allg. auf metaphorische Weise verstehen. Damit ist gemeint, dass grundlegende und abstrakte Konzepte, wie z.B. *Zeit, Wandel, Zustand, Handlung* usw. mittels Metaphern, d.h. mittels kognitiver Merkmals-Übertragung verstanden werden. Insbesondere in diesem Zusammenhang untersucht die CMT *konventionale* Metaphern, d.h. kognitive Übertragungen von Eigenschaften und Merkmalen, die seit Langem gesellschaftlich etabliert und festgelegt sind. Konventionale Metaphern werden von Menschen im Laufe ihres Lebens verinnerlicht und beeinflussen auf diese Weise ihr Denken. Die CMT argumentiert, dass alleine die physische Erfahrung der Menschen nicht metaphorisch ist. Die physische Erfahrung eines Menschen mit seiner Umwelt bildet aus diesem Grund die Basis, auf der der Mensch – mittels metaphorischer Übertragung – die Welt versteht. Zeit wird bspw. aus diesem Grund räumlich verstanden. Zeit bewegt sich und fließt. Aktuelle Zeit wird als sich an demselben Ort befindend verstanden wie die Person, die die Zeit betrifft. Zukünftige Zeit liegt vor uns, Vergangenheit liegt hinter uns.

### Ein Beispiel: Überlegungen zur multimodalen Metapher

Beim folgenden Beispiel handelt es sich um einen TV-Werbespot. Das Beispiel stammt von Forceville (2007). Forceville argumentiert, dass Werbung besonders gut als Gegenstand der Untersuchung multimodaler Metaphern geeignet ist, da Werbung ein relativ eindeutiges Ziel verfolgt: etwas Positives über ein gewisses Produkt zu behaupten. Aus diesem Grund ist Werbung relativ eindeutig zu interpretieren. Ich argumentiere des Weiteren, dass audiovisuelle Beispiele besonders geeignet für

meine anschließende Überlegung sind, da audiovisuelle Beispiele realen, gelebten Situationen besonders ähnlich sind. Ich halte aus diesem Grund eine Übertragung der gewonnenen Erkenntnisse auf reale Situationen wie z.B. das Betrachten eines Fotobuchs für möglich.

Es handelt sich bei dem Werbespot um eine Werbung für eine Dove Body-Lotion. Der Spot zeigt zunächst eine schnelle Montage mehrerer Nahaufnahmen eines weißen Fadens, der sich um eine hölzerne Spindel windet. Nach kurzer Zeit ist eine weibliche Stimme zu hören, die beschreibt, dass Seide jeden Lichtstrahl reflektiert und aus diesem Grund es nicht überraschend sei, dass Seide so gut auf der Haut aussehe. Als Nächstes ist der Umriss einer aufrecht stehenden Spindel zu sehen, während sich Seide schnell von der Spindel abwickelt und dadurch den Blick auf eine Flasche der Dove Body-Lotion freigibt. Diese wird im Anschluss entsprechend betitelt. Charles Forceville argumentiert, dass im Beispiel Eigenschaften, die i.d.R. Seide zugewiesen werden, auf die Dove Body-Lotion übertragen wurden, z.B. das Potential Licht zu reflektieren und eine angenommene Weichheit. Des Weiteren werden die Wertigkeit und das Prestige von Seide auf die Lotion übertragen. Das *Ziel* der Übertragung, so Forceville, d.h. die Body-Lotion, wird bildlich und sprachlich dargestellt. Sprachlich geschieht dies als geschriebener und als gesprochener Text. Die *Quelle* der Übertragung, die Seide, wird zunächst bildlich und erst im Anschluss sprachlich dargestellt.

Forceville sagt, dass es sich bei dem Beispiel um eine multimodale Metapher handelt. Diese Bezeichnung ist an dieser Stelle, denke ich, missverständlich, weil verkürzend. Gemäß der CMT, die argumentiert, dass Metaphern kognitive Prozesse sind, müsste Forceville genauer von *multimodalen Realisierungen kognitiver Metaphern* sprechen. Forceville stellt anhand des Beispiels zwei Merkmale heraus, die multimodale Metaphern auszeichnen. Erstens zeichnen sich Metaphern i.Allg. dadurch aus, dass Eigenschaften und Merkmale von einem Bereich oder einem Gegenstand auf einen zweiten übertragen werden. Zweitens werden diese zwei Bereiche im Falle multimodaler Metaphern mindestens mittels zwei verschiedener *Modi*, d.h. auf zwei unterschiedliche Weisen dargestellt, z.B. bildlich und sprachlich. Es ist grundsätzlich vorstellbar, dass die Bereiche auf viele verschiedene Weisen dargestellt werden, z.B. klanglich, geruchlich, haptisch usw.. In welchen Modi Metaphern realisiert werden, so Forceville, sei entscheidend für die Metaphern. Bilder z.B. werden anders interpretiert als Sprache, Musik oder Gesten. Dieser Umstand müsse berücksichtigt werden, da sonst ggf. fälschlicherweise spezielle Aspekte und Merkmale sprachlich realisierter Metaphern auf Metaphern i.Allg. übertragen werden könnten. Ein Beispiel für die Verschiedenheit sprachlicher und bildlicher Realisierungen von Metaphern sind die unterschiedlichen Weisen, auf welchen Metaphern *signalisiert* werden. In Sprache werden Metaphern häufig durch die Form *A IST B* signalisiert, z.B. *die Zeit ist ein Fluss*. In bildlichen Realisierungen ist dies nicht möglich. Forceville (2009) schlägt drei Möglichkeiten vor, wie Metaphern in Bildern signalisiert werden können. Erstens mittels Ähnlichkeit. Ähnlichkeit kann klanglich oder visuell dargestellt werden. Sie muss keine Eigenschaft der Gegenstände sein, sondern kann z.B. durch die Darstellungsweise der Gegenstände signalisiert werden. Zweitens durch Identität, z.B. indem zwei Dinge einen gemeinsamen Ort einnehmen oder zu einem gleichen Zeitpunkt geschehen. Drittens durch Überraschung oder Anomalie. Indem Gegenstände in einen Kontext platziert werden, in den sie normalerweise nicht gehören, wird der Gegenstand evoziert, der normalerweise in diesen Kontext gehört. Ich nehme an, dass in dem Werbespot-Beispiel, das ich beschrieben habe, alle drei Signalformen vorgefunden werden können. Erstens wird mit der Ähnlichkeit zwischen Spindel und Lotion gespielt. Zweitens tritt die Lotion ab einem gewissen Zeitpunkt an die Stelle der Spindel. Drittens kann es überraschen, wenn die Lotion an die Stelle der Spindel tritt.

## Fotobücher als multimodale Metaphern: Eine Skizze

Zum Abschluss möchte ich darüber nachdenken, ob die Überlegungen zur multimodalen Metapher für die Analyse von Fotobüchern fruchtbar sein können. Ich denke, dass die Betrachtung von Fotobüchern mittels des Ansatzes der multimodalen Metaphern beschrieben und nachvollzogen werden kann. Fotobücher entfalten auf *multimodale* Weise Bedeutung und Wirkung, d.h. Fotobücher enthalten nicht lediglich fotografische Bilder. Sie enthalten meist Text, haben eine gewisse Größe, einen ausgewählten Einband, gewisses Papier und einen gewissen Geruch. Der Text ist in einer Schriftart gesetzt. Die Bilder sind auf eine gewisse Weise im Buch und auf den Seiten arrangiert. Alle diese Aspekte tragen zur Bedeutung und Wirkung von Fotobüchern bei. Ich denke, dass die Aspekte ebenfalls dazu verwendet werden können multimodale Metaphern zu realisieren. Auf diese Weisen werden gewisse Eigenschaften und Merkmale eines Bereiches auf die Fotobücher übertragen. Hierfür möchte ich drei Beispiele anführen. Diese Beispiele verwenden m.E. sowohl Ähnlichkeit, Identität, als auch Anomalie.

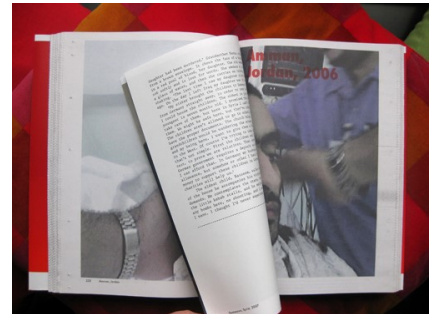
Das erste Beispiel ist das Papier des Fotobuches *Baghdad Calling* von Geert van Kesteren (2008). Es handelt sich bei dem Papier um Zeitungspapier. I.d.R. werden auf Zeitungspapier Tageszeitungen gedruckt. Ich denke, dass aufgrund des Zeitungspapiers bei der Betrachtung des Fotobuches Eigenschaften



und Merkmale von Tageszeitungen auf das Fotobuch übertragen werden können. Bspw. kann ein Eindruck von Aktualität und Augenzeugenschaft entstehen. Des Weiteren wird ein gewisser Anspruch auf Objektivität bzw. Wahrhaftigkeit der Darstellung evoziert. Zugleich wird der Anspruch aber auf Objektivität und Wahrhaftigkeit in Frage gestellt, da es sich bei den fotografischen Bildern nicht um traditionelle journalistische Bilder handelt.

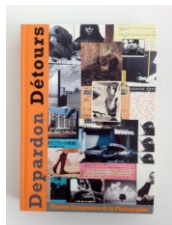
Dies wiederum kann als eine Aufforderung zur Reflexion dieses Anspruches sowie der Bilder, die traditionell mit diesem Anspruch in Verbindung gebracht werden, interpretiert werden.

Das zweite Beispiel ist die Größe, das Gewicht sowie der Einband des Fotobuches *Congo (Belge)* von Carl de Keyzer (2009). Das Buch ist 28,3 x 36,9 x 4 cm<sup>3</sup> groß und 3,3 kg schwer. Der Einband besteht aus einem schwarzen Lederimitat, welches hochwertig wirkt. I.d.R. haben jene Bücher ein solches Format bzw. einen solchen Einband, die einen Inhalt haben, der für eine gewisse soziale Gruppe wichtig ist, z.B. Gesetzbücher, Stadtbücher oder Heilige Schriften. Ich denke, dass durch die Größe, das Gewicht und den Einband des Buches Merkmale und Eigenschaften dieser Bücher auf das Fotobuch übertragen werden können. Z.B. kann auf diese Weise



nahegelegt werden, dass der Inhalt des Fotobuches *Congo* ähnlich relevant ist, wie der Inhalt der zuvor genannten Bücher.

Das dritte Beispiel ist das Arrangement von Abbildungen von Fotografien und Bildunterschriften auf einer Doppelseite des Buches *Détours* von Raymond Depardon (2000). Bei den Abbildungen handelt es sich um schwarz-weiße Fotografien mit Negativrand.



Die Bildunterschriften sind im Stil einer Schreibmaschine gestaltet und in Ich-Form verfasst. Die Bildunterschriften kommentieren die fotografische Praxis des Bild-Autors. Letzterer erscheint damit zugleich als Autor der Bildunterschriften. Schwarz-weiße Fotografien mit Negativrand können als typisch für eine traditionelle

Reportage-Fotografie angesehen werden. Für die traditionelle Reportage-Fotografie kann wiederum



J'ai raté une photo aujourd'hui.  
Je n'ai pas osé.  
Avec toutes les femmes en noir autour du phalangiste mort la veille.  
J'aurais dû.  
Je rate tout, je travaille mal.  
On dirait que j'attends l'accident devant moi.

J'ai des regrets pour cette photo.  
Peut-être je ne voulais pas tricher.

die Vorstellung der Einzelgänger-FotografIn als typisch angesehen werden, die ihre Bilder durch ihre Augenzeugenschaft und ihren Mut beglaubigt. Die Ich-Form, der Schreibmaschinen-Stil sowie das Kommentieren der eigenen Praxis erinnern des Weiteren an die intimen Notizen einer FotografIn, die sich – in vor-digitaler Zeit – bspw. auf einer Reportage-Reise befindet. Ich denke, dass aufgrund dieser Aspekte bei der Betrachtung

der Doppelseite Eigenschaften wie Intimität, Mut, Einzelgängertum, Augenzeugenschaft usw. als Merkmale einer gewissen Vorstellung von traditioneller Reportage-Fotografie auf das Fotobuch übertragen werden können.

### Ausblick

Fotobücher können vor dem Hintergrund der angeführten Beispiele als Realisierungen multimodaler Metaphern verstanden werden. Ich habe versucht zu skizzieren, dass Fotobücher auf multimodale Weise gewisse konzeptuelle Bereiche evozieren können und hierdurch gewisse Eigenschaften und Merkmale dieser Bereiche bei der Betrachtung der Fotobücher auf die Fotobücher als Bedeutung und Wirkung übertragen werden. Ich denke, dass der Ansatz der multimodalen Metapher für die Analyse von Fotobüchern fruchtbar gemacht werden kann, um auf kohärente und systematische Weise sowie fundiert durch Erkenntnisse z.B. aus den Kognitionswissenschaften, kreative und komplexe sowie *multimodale* Weisen der Entfaltung von Bedeutung und Wirkung durch Fotobücher zu beschreiben.

## Literatur

- FORCEVILLE, Charles J. (2009): Non-verbal and multimodal metaphor in a cognitivist framework: Agendas for research. In: Charles J. Forceville & Eduardo Urios-Aparisi (Hg.): Multimodal metaphor. De Gruyter, S. 19–44.
- FORCEVILLE, Charles J. (2008): Metaphor in pictures and multimodal representations. In: Raymond W. Gibbs (Hg.): The Cambridge handbook of metaphor and thought. Cambridge University Press, S. 462–482.
- FORCEVILLE, Charles J. (2007): Multimodal Metaphor in Ten Dutch TV Commercials. In: The Public Journal of Semiotics 1 (1 (Januar)), S. 15–34.
- LAKOFF, George (1993): The Contemporary Theory of Metaphor. In: Andrew Ortony (Hg.): Metaphor and Thought. 2<sup>nd</sup> ed. Cambridge University Press.
- LAKOFF, George & Mark JOHNSON (2003): Metaphors We Live By. 2<sup>nd</sup> ed. [1980] University of Chicago Press.

## Fotobücher

- DEPARDON, Raymond (2000): Détours. Maison Européenne de La Photo.
- van KESTEREN, Gerd (2008): Baghdad Calling. Episode Publishers.
- de KEYZER, Carl (2009): Congo (Belge). Editions Lannoo Sa.

Daniel Bühler, M.A., Dipl. Des., 1. StEx (Gym)  
Brandenburgische Technische Universität  
Lehrstuhl Angewandte Medienwissenschaften  
Siemens-Halske-Ring 14  
03046 Cottbus, Deutschland  
[d.buehler@b-tu.de](mailto:d.buehler@b-tu.de)