

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung .....</b>	<b>11</b>
<b>2</b>	<b>Metaphern und Phraseologismen .....</b>	<b>17</b>
2.1	Sprachwissenschaftliche Definition .....	17
2.1.1	Metapher .....	17
2.1.1.1	Funktionen der Metapher .....	20
2.1.2	Metaphorischer Vergleich .....	21
2.1.3	Phraseologismus .....	22
2.1.4	Der Konventionalitätsgrad von Metaphern .....	24
2.2	Metaphern und Phraseologismen im Journalismus .....	27
2.2.1	Funktionen der Metapher im Journalismus .....	29
2.2.1.1	Verständlichkeit durch Veranschaulichung .....	29
2.2.1.2	Verstärkung einer Aussage .....	31
2.2.1.3	Wertung .....	31
2.2.1.4	Ästhetischer Reiz .....	32
2.2.2	Metaphorische Wortfelder .....	33
2.2.2.1	Wortfeld „Sport“ .....	34
2.2.2.2	Wortfeld „Militärwesen“ .....	37
2.2.2.3	Wortfeld „Der menschliche Körper“ .....	41
2.2.2.4	Wortfeld „Verkehrswesen“ .....	43
2.2.2.5	Wortfeld „Meteorologie“ .....	48
2.2.2.6	Wortfeld „Theater/Musik“ .....	50
2.2.2.7	Wortfeld „Handwerk“ .....	53
2.2.2.8	Wortfeld „Religion“ .....	55
2.2.2.9	Wortfeld „Zoologie“ .....	60
2.2.2.10	Wortfeld „Medizin“ .....	62
2.2.3	Homogene und heterogene Sprachbilder .....	64
2.2.3.1	Homogene Sprachbilder .....	64
2.2.3.2	Heterogene Sprachbilder .....	66
2.2.4	Gefahren bei der Verwendung von Metaphern und Phraseologismen .....	67
2.2.4.1	Gefahr der Routine .....	67
2.2.4.2	Gefahr der Meinungsverschleierung .....	72

2.2.4.3	Gefahr der Belanglosigkeit .....	72
2.2.4.4	Die Sprache der Politik .....	73
<b>3</b>	<b>Kommentar als journalistische Darstellungsform .....</b>	<b>75</b>
3.1	Definition und Aufgabe des Kommentars.....	75
3.2	Kein Kommentar ohne Nachricht .....	76
3.3	Kommentartypen .....	76
3.3.1	Der Leitartikel.....	78
<b>4</b>	<b>Der Landtagswahlkampf in Nordrhein-Westfalen 2010 .....</b>	<b>79</b>
4.1	Der Wahlkampf als solcher und seine Strategien.....	79
4.2	„Heiße Phase“: Die letzten vier Wochen des Wahlkampfs.....	81
4.3	Die Medien als Forum .....	82
4.4	Wahlkampfthemen und Besonderheiten der NRW-Wahl 2010 .....	84
4.5	Die Ergebnisse der Landtagswahl und ihre Folgen.....	87
4.5.1	Die Koalitionsverhandlungen – ein Pokerspiel in neun Zügen...	90
<b>5</b>	<b>Die Untersuchung .....</b>	<b>93</b>
5.1	Vorstellung der Forschungsmethode .....	93
5.1.1	Samplebildung und Stichprobenumfang .....	93
5.1.2	Analyseeinheiten und Metapherncodierung.....	95
5.2	Vorstellung der Zeitungen .....	101
5.2.1	BILD .....	101
5.2.1.1	Platzierung im Zeitungsmarkt .....	101
5.2.1.2	Kommentare.....	101
5.2.1.3	Platzierung der Kommentare innerhalb der Zeitung .....	102
5.2.1.4	Meinungsjournalisten.....	102
5.2.2	Express.....	102
5.2.2.1	Platzierung im Zeitungsmarkt .....	102
5.2.2.2	Kommentare.....	103
5.2.2.3	Platzierung der Kommentare innerhalb der Zeitung .....	103
5.2.2.4	Meinungsjournalisten.....	103
5.2.3	Süddeutsche Zeitung .....	103
5.2.3.1	Platzierung im Zeitungsmarkt .....	103
5.2.3.2	Kommentare.....	104
5.2.3.3	Platzierung der Kommentare innerhalb der Zeitung .....	104
5.2.3.4	Meinungsjournalisten.....	105
5.2.4	Westdeutsche Allgemeine Zeitung .....	105
5.2.4.1	Platzierung im Zeitungsmarkt .....	105
5.2.4.2	Kommentare.....	105

5.2.4.3	Platzierung der Kommentare innerhalb der Zeitung .....	106
5.2.4.4	Meinungsjournalisten.....	106
5.2.5	Westdeutsche Zeitung .....	106
5.2.5.1	Platzierung im Zeitungsmarkt.....	106
5.2.5.2	Kommentare.....	106
5.2.5.3	Platzierung der Kommentare innerhalb der Zeitung .....	107
5.2.5.4	Meinungsjournalisten.....	107
5.2.6	Zusammenfassende Rechtfertigung für die Auswahl.....	107
5.3	Statistische Auswertung des Beitragskorpus .....	109
5.3.1	Welche Themen behandeln die Kommentare?.....	109
5.3.2	Anteil der Kommentare zur NRW-Wahl am Gesamtkörper.....	110
5.3.3	Inhaltliche Schwerpunkte in den Kommentaren z. NRW-Wahl	112
5.3.4	Verhältnis zwischen Kommentaren und Kommentatoren.....	112
5.3.4.1	Kommentatoren gesamt .....	112
5.3.4.2	Kommentatoren zur NRW-Wahl .....	113
<b>6</b>	<b>Sprachliche Analyse des politischen Kommentars.....</b>	<b>115</b>
6.1	Gesamtauswertung des Beitragskorpus.....	115
6.1.1	Metaphernanteil in Relation zum Gesamttext.....	115
6.1.2	Metaphorische Wortfelder .....	116
6.1.2.1	Wortfeld „Allgemeine Bewegungsmetapher“.....	117
6.1.2.2	Wortfeld „Militär“ .....	120
6.1.2.3	Wortfeld „Verkehrswesen“ .....	129
6.1.2.4	Wortfeld „Spiel“ .....	131
6.1.3	Konventionalitätsgrad .....	132
6.1.4	Fehler bei der Metaphernverwendung .....	137
6.1.4.1	Das falsche Wort .....	137
6.1.4.2	Die Dopplung.....	138
6.1.4.3	Der Widerspruch .....	139
6.2	Einzelauswertung im Hinblick auf die Zeitungen.....	140
6.2.1	Metaphernanteil in Relation zum Gesamttext.....	140
6.2.2	Metaphorische Wortfelder .....	142
6.2.3	Konventionalitätsgrad .....	143
<b>7</b>	<b>Fazit: Konstruktive und destruktive Stilistik im Kommentar .....</b>	<b>153</b>
7.1	Fünf Thesen .....	154
7.2	Metatextuelle Varianten metaphorischen Gebrauchs.....	159
<b>Literaturliste .....</b>	<b>163</b>	

Zusatzmaterialien sind unter [www.springer.com](http://www.springer.com) auf der Produktseite dieses Buches verfügbar.