

# KONCEPTUÁLNA METAFORA V PRINTOVÝCH MÉDIÁCH

## Conceptual Metaphor in the Print Media

*Júlia Prociková*

### **Abstract**

The present paper focuses on the role of the conceptual metaphor in the print media. The conceptual metaphor plays the central role in the system of thinking and communication in every language and culture. Through these figures of speech we are able to better understand the social and political reality of each culture.

**Keywords:** Cognitiv Linguistics, Conceptual Metaphor, Print Media, Politics

### **Abstrakt**

Der Artikel beschäftigt sich mit der Rolle der Metapher in den Printmedien. Im Verständniss der kognitivistischen Linguistik laufen menschliche Denkprozesse metaphorisch ab, d.h., dass die Metaphern eine Logik in sich tragen, die uns hilft, unsere Umgebung besser zu verstehen. Die Metaphern in den Printmedien dienen zum besseren Verständniss des politischen Handelns und legitimieren die politischen Taten.

**Schlüsselwörter:** kognitivistische Linguistik, Metapher, Printmedien, politisches Handeln

### **Úvod**

Metafora sa pôvodne vyskytovala v literárnych žánroch a slúžila predovšetkým na nepriame, obrazné pomenovanie vecí a javov. Tento druh trópu spolu s metonymiou a synekdochou obohacuje každý jazyk a v súčasnosti sa v širokej miere využíva predovšetkým v masovej komunikácii, teda aj v tlači. V druhej polovici 20. storočia pokročil výskum metafor tak ďaleko, že sa v rámci lingvistiky ako samostatnej vedy vyčlenila tzv. kognitívna lingvistika, „*ktorá je jednou z disciplín kognitívnych vied a zaoberá sa opisom a vysvetľovaním mentálnych štruktúr a procesov spojených s jazykovými znalosťami*“ (1, 2013, s. 11). V ponímaní kognitívnej lingvistiky prebiehajú myšlienkové procesy človeka prevažne metaforicky. Metafora je považovaná za určitú vnútornú logiku, ktorá predchádza hovorenému slovu, za určitú individuálnu, avšak kultúrne podmienenú predstavu o hovorenom slove. V súčasnosti sa stále viac do popredia dostáva konceptuálna metafora, ktorú kognitívna lingvistika charakterizuje ako produkt jazyka, myslenia, spoločnosti a kultúry, pričom jazyk je tu chápaný ako prostriedok na organizovanie, spracovanie a sprostredkovanie informácií.

### **Konceptuálna metafora**

Za priekopníkov teórie konceptuálnej metafory môžeme považovať anglických lingvistov Georga Lakoffa a Marka Johnsona, ktorí vo svojej publikácii

Metaphors We Live By (2003) uvádzajú, že „*metafory sú prítomné v našom každodennom živote, riadia našu každodennú aktivitu, ovplyvňujú spôsoby nášho správania a taktiež kontakty s ľuďmi a sú teda nie jazykovými prejavmi, ale skôr spôsobmi myslenia*“. Nerozlišujú pritom metaforu od metonymie, paraboly či hyperboly. Metaforou nazývajú každý slovný výraz, ktorý je nositeľom viac ako jedného významu. Dôkazom toho sú vyjadrenia typu: mám krízu, som v siedmom nebi, mám hlboko do vrecka, stojím na križovatke života, nastupujem cestu šťastia, ktoré používame v bežnej komunikácii bez toho, aby sme si túto skutočnosť zvlášť uvedomovali. Takéto metafory sa nazývajú kognitívne alebo aj konceptuálne metafory. Spájajú cieľovú oblasť (target domain) a zdrojovú oblasť (source domain) metaforického prenosu, čím vzniká metaforický pojem, teda konceptuálna metafora. Základom konceptuálnej metafory je tzv. metaforický koncept (complex metaphor), ktorý je akousi vnútornou logikou, skrytou štruktúrou každej konceptuálnej metafory. Azda najčastejším príkladom je spojenie POZNANIE JE SVETLO. Ak sa teda niekomu OTVORILI OČI interpretujeme takúto konceptuálnu metaforu ako pozitívny jav spojený s hľadaním, prípadne nájdením poznania, vedomosti. Ak si však niekto ZATVÁRA OČI, poznaniu, pravde či vedomosti sa cielene vyhýba. Konceptuálnu metaforu delia Lakoff a Johnson na tri veľké skupiny:

1. štruktúrlnu metaforu,
2. orientačnú metaforu,
3. ontologickú metaforu.

Uvedené skupiny konceptuálnych metafor vychádzajú zo schém, ktoré autori nazývajú *primary metaphors*. Tieto sú založené na senzomotorických skúsenostiach či telesných zážitkoch. Pod pojmom štruktúrlna metafora rozumieme takú metaforu, ktorá na základe jedného pojmu vytvára pojem druhý a je založená predovšetkým na fyzických javoch a predmetoch. Často citovaným príkladom je metafora čas sú peniaze, ktorá prezentuje čas ako vzácny statok. Štruktúrlna metafora je úzko spätá s daným kultúrnym prostredím a jej interpretácia je väčšinou kultúrne podmienená. Orientačná metafora vyplýva z fungovania nášho organizmu a následne aj fungovania nášho okolia. Ako hovorí už samotný názov, orientačná metafora dodáva pojmu priestorovú orientáciu, napr. vľavo – vpravo, hore – dole, vnútri – vonku atď. Skúsenosť nám hovorí, že plný pohár (tekutina je hore) je skúsenosť pozitívna (môžeme sa napiť, uhasiť smäd, uspokojiť svoju potrebu) a prázdny pohár (tekutina je dole) je skúsenosť negatívna (nemôžeme uspokojiť svoju potrebu, ostaneme smädní). Z tohto základného príkladu môžeme vyvodiť záver, že HORE bude mať vždy pozitívny podtón – stav uspokojenia, sýtosti, ale aj bdlosti, premýšľania, zdravia, šťastia či dobrej nálady. DOLE bude naopak nositeľom negatívnych javov, čiže ospalosti, podradenosti, choroby, nešťastia a nenasýtenosti. Na rozdiel od štruktúrálnej metafory je orientačná metafora skôr fyzicky podmienená, pretože hore či vľavo majú rovnaký význam vo väčšine kultúr. Aj tu však môžeme badať kultúrne rozdiely, napr. pri vnímaní minulosti a budúcnosti. Vo väčšine kultúr je MINULOSŤ ZA NAMI a BUDÚCNOSŤ PRED NAMI, v kultúrach orientovaných na minulosť je to ale opačne, MINULOSŤ PRED NAMI a BUDÚCNOSŤ ZA NAMI. Tretím typom konceptuálnej metafory je metafora ontologická, ktorá je založená na porozumení udalostí, činností, citov a myšlienok ako ucelených entít a substancií. Podobne

ako orientačná metafora vychádza predovšetkým z poznania fungovania našich častí tela a činností, napr. TELO ako celok, komplex (telo je nádoba, telo ako stánok ), HLAVA ako centrum myslenia (hlava rodiny, hlava organizácie) ale aj TEPLA ako pozitívny pocit (teplo domova, teplé miesto).

Na základe uvedenej teórie Lakoffa a Johnsona o konceptuálnych metaforách môžeme konštatovať, že základné schémy ako aj metaforické koncepty pramenia v kultúrnych stereotypoch a ľudských senzomotorických skúsenostiach. Je teda viac než prirodzené, že nám konceptuálna metafora pomáha porozumieť daniu okolo nás a pomáha nám vyjadrovať svoje pocity a myšlienky. Konceptuálna metafora používaná v médiách, nám rovnako pomáha vytvárať si obraz o dianí a stave vecí. Táto skutočnosť je daná predovšetkým faktom, že metafora samotná sa nachádza na rozhraní kognitívneho a emotívneho myslenia a chápania. Mnohé fakty z prostredia politiky, hospodárstva a spoločnosti, byrokratické a ekonomické procesy si dokážeme predstaviť až pomocou metafory, ktorú nám sprostredkujú médiá. Určité metafory sú už všeobecne zaužívané a verejnosť má s nimi spojenú určitú emóciu. Napríklad vlastný štát je často nazývaný kolískou, loďou či prístavom, čo má v recipientoch evokovať pozitívne emócie spojené s pocitmi istoty a stability. Naopak určité krajiny sú nazývané tigrom, čo evokuje nie len veľkosť, rýchlosť a rešpekt, ale aj možnosť napadnutia, ako to vnímame v súvislosti so samotným zvieratom. Ako konštatujú Lakoff a Johnson: „*metafory sú neoddeliteľnou súčasťou kultúrnej paradigmy nositeľov jazyka*“ (2, 2003, s. 210).

Metafora plní v médiách nasledovné funkcie:

- a) legitimačnú – týka sa predovšetkým politických krokov a činov, ktoré sa pomocou metafory stávajú verejne oprávnenými a zákonnými;
- b) kognitívnu – týka sa vytvárania poznania a porozumenia reality;
- c) evokačnú – týka sa vyvolania určitej predstavy či spomienky pri opise udalosti.

Ak metafora plní legitimačnú úlohu, je dôležité poznať tzv. vnútorný scenár metafory, jej základnú koncepciu, napr. otec = hlava rodiny = úloha strážcu, ochrancu, ale aj vychovávateľa, osoby, ktorá karhá aj odmeňuje. Pomocou tohto scenára sa prenášajú bežné, všeobecne známe skutočnosti zo zdrojovej oblasti (napr. morálka rodiny) na cieľovú oblasť (napr. štát, únia), čím legitimujú politické kroky a činy. Podobne sa metafora správa aj pri plnení kognitívnej funkcie.

Analýzou konceptuálnych metafor v printových médiách sa zaoberá Andreas Musolff (3, 2000, 12) ktorý rozlišuje metafory podľa 12 skupín zdrojových oblastí (source domain):

1. cesta, pohyb, rýchlosť: koráb eurozóny úspešne *prišiel* do dokov, *cesta* k dohode;
2. geografia, geometria: politické rozkoly medzi *európskym severom a juhom*;
3. budova, technológia: jediný reálny *nástroj*;
4. skupina, trieda, klub: posledný z *triedy* postkomunistických krajín;
5. škola, disciplína: urobiť si *domáce úlohy*;
6. hospodárstvo, ekonómia, obchod: krajiny sa *prerátali*;
7. Rodina, láska, manželstvo: *matka* Európa, silný *brat* Nemecko;

8. život, sila, zdravie: zabránenie presunu *nákazy, choré krajiny, zdravé ekonomiky*;
9. hra, šport: štartuje *maratón* rokovaní;
10. vojna, boj, pevnosť: vytvorenie *hradieb* okolo Grécka;
11. divadelná hra, dráma, šou: odohrať najhoršie *predstavenie*;
12. počasie, poveternostné javy a podmienky: *zemetrasenie* v eurozóne.

Samotná zdrojová oblasť však nie je vždy dostačujúca. Rovnako dôležitá je projekcia metafory (conceptual mapping), ktorá slúži na jej bližšie vysvetlenie, napr. *štartuje maratón rokovaní* = predchádzajúca príprava na maratón (bez dôkladnej prípravy sa nedá maratón zvládnuť) + priebeh maratónu (priebeh maratónu býva zväčša fyzicky náročný, vyžaduje si okrem dobrej kondície aj určité sebazaprenie a prekonanie krízy) + ukončenie maratónu (dobehtie do cieľa, prekročenie cieľovej línie znamená úspech) = vysvetlenie (maratón sa dá úspešne zvládnuť len po riadnej fyzickej a psychickej príprave). Dejová línia (story-line), do ktorej je metafora zasadená, je rovnako podstatná pre jej správne pochopenie. Ak teda *zajtra štartuje maratón rokovaní na záchranu eura* môžeme vychádzať zo skutočnosti, že všetci účastníci maratónu sa dôkladne pripravili, majú jasný cieľ a predpokladá sa, že úspešne dobehnú do cieľa, pričom cieľ = záchrana. Každá konceptuálna metafora navyše obsahuje základné elementy (conceptual elements), ktoré sú odvodené z danej skupiny, v prípade maratónu je to napr. beh, vytrvalosť, námaha. Základným elementom môžu byť pripísané aj určité vlastnosti alebo sa s nimi môžu spájať prídavné mená, ktoré slúžia na evokovanie pozitívnych, resp. negatívnych emócií, napr. *vytrvalí bežci* evokujú úspech, teda pozitívnu emóciu, pričom *nevydarená námaha* nesie negatívnu emóciu, znamená neúspech.

## Záver

Konceptuálna metafora ako produkt jazyka, myslenia, spoločnosti a kultúry zohráva dôležitú úlohu pri vnímaní a následnom pochopení každodenných procesov. Základné schémy ako aj metaforické koncepty pramenia v kultúrnych stereotypoch a ľudských senzomotorických skúsenostiach, čím nám konceptuálna metafora pomáha porozumieť daniu okolo nás a pomáha nám vyjadrovať svoje pocity a myšlienky. Metafora je prirodzenou súčasťou nášho jazyka a používame ju často intuitívne bez toho, aby sme ju zložito koncipovali. V médiách, predovšetkým v printových, je používanie rozličných metafor prirodzené. Na základe použitých konceptuálnych metafor dokáže verejnosť lepšie pochopiť politické konanie, ktoré je takouto formou „dostupné“ širokým masám. Politika sa takouto formou legitimizuje a vytráca sa z nej imaginárnosť a abstraktnosť.

## Zoznam citovanej literatúry

1. BEDNÁRIKOVÁ, M. 2013. *Úvod do kognitívnej lingvistiky*. Trnava: Filozofická fakulta Trnavskej univerzity, 2013, s. 11. ISBN 978-80-8082-621-5.
2. LAKOFF, G., JOHNSON, M. 2003. *Metaphors We Live By*. London: The University of Chicago press, 2003, s. 210. ISBN 0-226-46801-1.

3. MUSOLFF, A. 2004. *Metaphor and Political Discourse. Analogical Reasoning in Debates about Europe*. Baingstoke: Palgrave Macmillan, 2004, s. 12. ISBN 1-4093-3389-8.

*Kontakt*

*Mgr. Júlia Prociková*

*Ekonomická univerzita v Bratislave*

*Fakulta aplikovaných jazykov*

*Katedra jazykovedy a translatológie*

*Dolnozemska cesta 1, 852 35 Bratislava*

*Slovenská republika*

*Email: julia.procikova@gmail.com*