

---

Špela Antloga

**Vloga metafor in metaforičnih izrazov v medijskem diskurzu:  
analiza konceptualizacije *boja***

---

objavljeno v:

Jerca Vogel (ur.): *Slovenščina – diskurzi, zvrsti in jeziki med identiteto in funkcijo.*

*Obdobja 39.* Ljubljana: Znanstvena založba Filozofske fakultete, 2020.

<https://centerslo.si/simpozij-obdobja/zborniki/obdobja-39/>

© Univerza v Ljubljani, Filozofska fakulteta, 2020.

# VLOGA METAFOR IN METAFORIČNIH IZRAZOV V MEDIJSKEM DISKURZU: ANALIZA KONCEPTUALIZACIJE *BOJA*

Špela Antloga

Fakulteta za elektrotehniko in računalništvo, Maribor  
s.antloga@um.si

DOI:10.4312/Obdobja.39.27-34

V prispevku je z analizo primerov iz slovenskih spletnih publicističnih besedil predstavljeno, katere metafore in metaforični izrazi prevladujejo v besedilih in kakšna je njihova funkcija. Opisan je postopek identifikacije metaforičnih izrazov, določanja njihove konceptualne sheme in kategorizacije elementov v metaforični preslikavi. Z interpretacijo metaforičnih izrazov v kontekstu so nakazane funkcije metaforičnih izrazov v besedilu.

metafora, metaforični izraz, korpusni pristop, pomenska shema, publicistična besedila

The paper discusses predominant metaphors and metaphorical expressions used in Slovene journalistic texts, emphasizing their function in the text. I show how to identify metaphorical expressions in a text, how to define their conceptual structure and how to categorize elements in cross-domain mapping. Looking at metaphorical expressions in a broader context, I propose a systematization of their function in journalistic texts. The analysis is based on a hand-annotated corpus of Slovene metaphor expressions, KOMET 1.0.

metaphor, metaphorical expression, text-corpus approach, semantic frame, journalistic texts

## 1 Uvod

Ključna ugotovitev sodobnega pogleda na metaforo je, da metafore niso samo jezikovni izraz, ampak da v njih tudi razmišljamo. Konec sedemdesetih let prejšnjega stoletja, ko se je zgodil t. i. kognitivni preobrat, je med različnimi teoretičnimi pristopi, ki so se posvečali preučevanju metafore, ena najvidnejših zagotovo teorija konceptualne metafore, ki so jo razvili George Lakoff in njegovi sodelavci (Lakoff, Johnson 1980; Lakoff, Turner 1989). Po tem teoretičnem modelu so metafore bistveni element človekovega spoznavanja in sredstvo, ki nam omogoča, da razumemo in doživljamo eno izkušnjsko področje ali domeno (angl. *domain*) s pomočjo (v okviru) drugega. Prenos poteka s t. i. medpodročnimi preslikavami (angl. *cross-domain mappings*) med izhodiščnim področjem (angl. *source domain*), ki je običajno konkretnjše, in ciljnim področjem (angl. *target domain*), ki je bolj abstraktno. V kognitivni teoriji je torej konceptualni sistem po svoji naravi metaforičen, v jeziku pa se konceptualne metafore (npr. POLITIKA JE ŽIV ORGANIZEM) realizirajo v obliki metaforičnih izrazov (*prižiganje*

*sveč obljubam vlade, iskanje novih povezav za preživetje strank* itn.). Jezik pa nikakor ni edina pojavna oblika uresničitve konceptualnih metafor.<sup>1</sup>

### 1.1 Konceptualna metafora v diskurzu

Pogosto je metaforična preslikava z enega na drugo področje v vsakdanji jezikovni rabi neke jezikovne skupnosti že tako konvencionalizirana, da metaforičnosti jezikovnega izraza brez premisleka o razmerju med njegovimi pomenskimi sestavinami niti ne prepozna več. Če npr. rečemo, da smo *prišli do spoznanja*, verjetno ne pomislimo na to, da smo se fizično premikali po poti in prišli do cilja. Prav zaradi svoje prvenstvene funkcije organiziranja vedenja o pojavnosti okrog nas ima metafora pomembno vlogo pri konstruiranju in razumevanju realnosti. Ko se je preučevanja metafor v jeziku lotila tudi t. i. kritična analiza diskurza (van Dijk 1993; Fairclough 1995 idr.), se je prepoznavanju konceptualnih struktur metaforičnih izrazov pridružilo prepoznavanje ponavljajočih se metaforičnih vzorcev v konkretnem besedilu. Ti oblikujejo prevladujoče vzorce družbenega sistema vednosti in vrednot, skratka ideologijo, ki se odraža, izraža in legitimizira skozi jezik. Metafore so lahko (po eni strani zaradi svoje konvencionaliziranosti in neprepoznavnosti pri govornikih ali po drugi strani zaradi svoje namerne inovativnosti in opaznosti) učinkovita jezikovna strategija za doseganje želenega namena pri naslovnikih, od vzpostavljanja ali utrjevanja določenih konceptov do prepričevanja ali manipulacije. Vertessen in Landtsheer (2008) sta npr. ugotovila, da obdobje pred volitvami zaznamujejo tako pogostejša in intenzivnejša raba metafor kot drugačna metaforična vsebina v primerjavi z drugimi obdobji.

Tako kognitivni kot diskurzivni vidik preučevanja metafor in metaforičnih izrazov v jeziku sta bila na prelomu tisočletja deležna kritik (Gibbs 1999; Cienki 2008 idr.) zaradi očitane subjektivnosti, neempiričnosti in nekonsistentnosti pri prepoznavanju in razlagi metafor. Skupina raziskovalcev, ki se je poimenovala *Pragglejaz*,<sup>2</sup> je zato za angleščino razvila postopek za ugotavljanje metaforičnih besed v besedilu, poimenovan *MIPVU*.<sup>3</sup> To je sprožilo zanimanje za izdelavo korpusov metafor v drugih jezikih<sup>4</sup> in za avtomatsko identifikacijo metaforičnih izrazov in metafor. Temeljno izhodišče za označevanje potencialno metaforičnih besed je ugotavljanje razmerja med osnovnim in kontekstualnim pomenom besede. Če je osnovni pomen besede v kontekstu konkretnješi (priklicani pomen si je lažje predstavljati, slišati,

1 Preučevanje metafore se je z jezikovne ravni prek slikovne v zadnjem desetletju razširilo tudi na t. i. multimodalno raven, ki vključuje več načinov izražanja oz. modalnosti hkrati, kot so jezikovna, slikovna, glasovna in gestikulativna (Forceville 2009). Tudi ta prispevek je nastal v okviru začetnega raziskovanja multimodalne metafore pri projektu HUMANIPA, ki ga delno financira Javna agencija za raziskovalno dejavnost Republike Slovenije (J2-1737).

2 Po prvih črkah imen raziskovalcev, ki so sodelovali projektu: Peter Crisp, Ray Gibbs, Alan Cienki, Graham Low, Gerard Steen, Lynne Cameron, Elena Semino, Joe Grady, Alice Deignan in Zoltan Kövecses.

3 *Metaphor Identification Procedure* Vrije Universitāt.

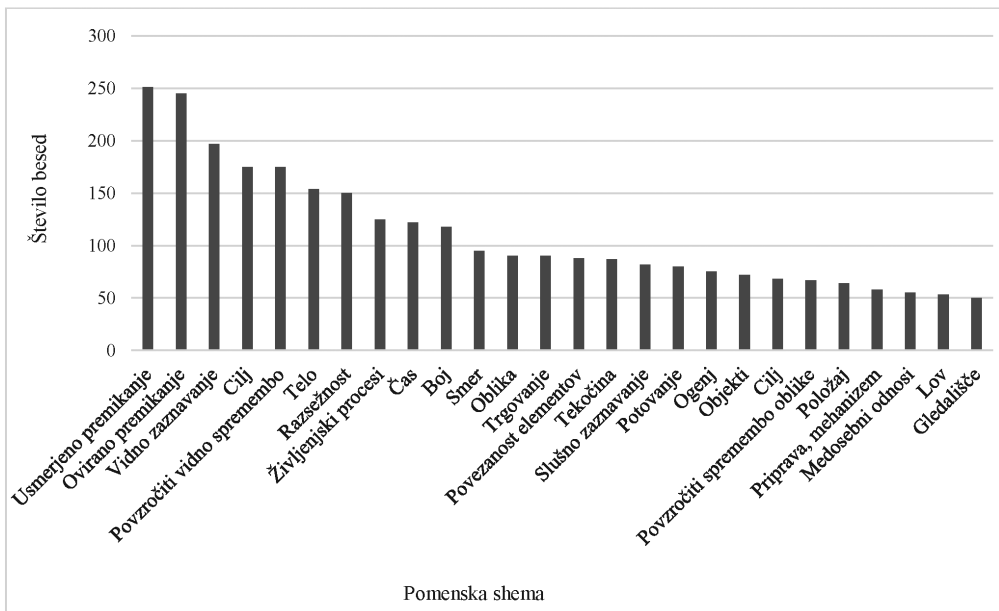
4 Postopek je bil kot orodje pri identifikaciji metaforične rabe besed do zdaj uporabljen v angleščini, češčini, ruščini, litovščini, madžarščini in slovenščini.

občutiti ipd.), povezan s telesno aktivnostjo ali bolj natančen in jasen, je taka beseda označena kot potencialno metaforična beseda.

## 2 Analiza metaforičnih izrazov s pomensko oznako *boj*

Postopek MIPVU, ki je zasnovan za prepoznavo metaforičnosti v enobesednih leksikalnih enotah, je bil uporabljen tudi za izdelavo korpusa metafor KOMET 1.0<sup>5</sup> z dodano oznako za pomensko shemo označene besede. Namen izdelave tega korpusa ni bilo iskanje niti interpretacija metafor. Postopek identifikacije metafor je temeljil na predpostavki, da ima vsak pomen besede, ki v določenem kontekstu odstopa od osnovnega pomena te besede, potencial, da predstavlja jezikovno uresničitev neke konceptualne metafore.

Iz korpusa metafor KOMET 1.0 v obsegu 200.622 besed so bila v analizo metaforičnih izrazov vključena besedila, ki so nastala med letoma 2015 in 2019, s 119.263 besedami, kar predstavlja celoten obseg publicističnih besedil v korpusu. 7478 označenim metaforičnim izrazom (6,3 % vseh besed) je bilo pripisanih 69 pomenskih shem.<sup>6</sup> V tokratno analizo bodo vključeni metaforično rabljeni izrazi, ki so bili označeni s pomensko shemo *boj*.



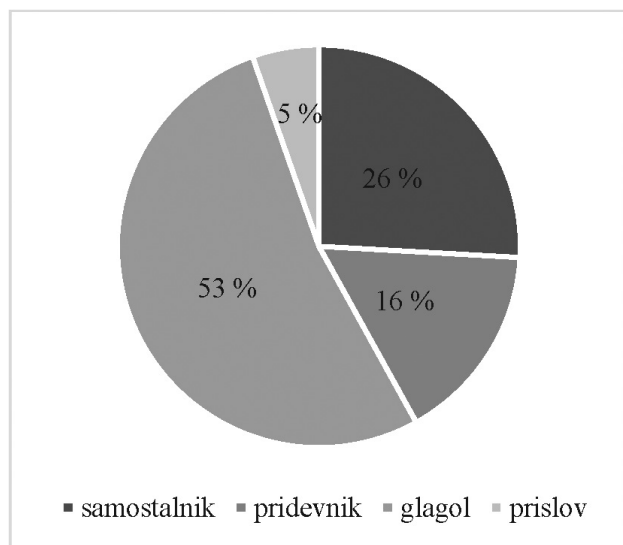
Graf 1: Pomenske sheme v podkorpusu publicističnih besedil, ki označujejo več kot 50 metaforično rabljenih izrazov.

5 Projekt izdelave korpusa je bil financiran v okviru projekta CLARIN.SI 2019.

6 Pomenska shema omogoča, da znotraj določene pomenske kategorije (npr. naravni pojavi, čas, prostorska orientacija, družina, premikanje itn.) poiščemo metaforične izraze, ki so lahko potencialno uresničitev neke konceptualne strukture.

## 2.1 Pomenska shema *boj*

Poleg dveh temeljnih danosti – prostora (premikanja po prostoru) in časa –, ki sta med označenimi metaforičnimi besedami tudi najpogosteje zastopana, je ena frekventnejših pomenskih shem koncept boja. Dobra polovica označenih besed s to oznako je glagolov (53 % vseh označenih besed s pomensko oznako *boj* oz. 4,3 % vseh metaforično označenih glagolov ne glede na dodano pomensko oznako), sledijo samostalniki (26 % vseh označenih besed s pomensko oznako *boj* oz. 1,1 % vseh metaforično označenih samostalnikov) in pridevniki (16 % vseh označenih besed s pomensko oznako *boj* oz. 0,6 % vseh metaforično označenih pridevnikov), najmanj označenih metaforičnih besed je prislovov (5 % znotraj pomenske oznake *boj* oz. 0,4 % vseh metaforično označenih prislovov). Takšno razmerje med označenimi besednimi vrstami v povezavi s konceptualizacijo boja nakazuje, da je pri medpodročni preslikavi na ciljno domeno najpomembnejši sam proces bojevanja v razmerju do drugih konceptualnih elementov preslikave (strategija, akterji v boju, izid, torej zmaga ali poraz v boju), kot je nadrobneje razvidno tudi v Tabeli 1.



Graf 2: Označeni metaforični izrazi z oznako *boj* po besednih vrstah.

V drugem koraku sem identificirala konceptualno shemo označenih metaforičnih izrazov, ki so bili uvrščeni v pomensko polje *boj*, in jih kategorizirala glede na ciljno domeno preslikave (grobo rečeno na področje, na katero se nanašajo) ter koncepte, ki jih uokvirjajo. Spodaj prikazani identifikacija in klasifikacija ponujata analitično podlago za poglobljeno analizo diskurzivne funkcije metafore, pri čemer je nujno treba upoštevati tudi kontekst, v katerem se metaforični izrazi pojavljajo.

<b>Izhodiščna domena (boj, spopad)</b>	<b>Ciljna domena</b>	<b>Scenarij</b>	<b>Elementi preslikave z izhodiščne na ciljno domeno</b>	<b>Uslovarjenost metaforičnega pomena</b>
<i>osvoboditi se zamer, počutiti se napadenega, boriti se sam s sabo</i>	čustva	biti v odnosu s kom je biti udeležen v boju, drugi v odnosu je nasprotnik/ posameznik je sam sebi nasprotnik	proces bojevanja, stanje po bojevanju	da
<i>spopasti se z očitki, ubraniti se očitkov, predati se (v pogovoru), udariti nazaj (odgovoriti z dejanji)</i>	medosebni odnosi, komunikacija	pogovor/diskusija je bojevanje, sogovorca sta nasprotnika v boju	proces bojevanja, rezultat boja	da
<i>bitka s časom, izboriti si dodaten čas</i>	čas	minevanje časa je boj, čas je nasprotnik v boju	proces bojevanja, rezultat boja	da
<i>boriti se z velikim številom migrantov</i>	migracije	migracije so boj med prebivalci in migranti, migranti so nasprotniki v boju	povod za bojevanje, proces bojevanja	ne
<i>politično bojišče, boj za oblast, borbeno ozračje, spopad na političnem parketu, dobiti (politično) bitko</i>	politika	biti udeležen v politiki je biti udeležen v boju, politični akterji so nasprotniki v boju, biti na oblasti je zmagati v spopadu	priprava na boj, proces bojevanja, prostor bojevanja, izid boja, posledice boja	da ne: <i>bojišče, borben</i>
<i>sklepni boj na volitvah, spopad kandidatov, biti pravi borec (pri soočenju mnenj), predsedniška bitka, priprava na župansko bitko, volilna strategija, borbenost mu je bila položena v zibelko (zato je primeren kandidat)</i>	volitve	volitve so boj, udeleženci v volitvah so nasprotniki v boju, predvolilna kampanja je ustvarjanje strategije za boj	priprava na boj, proces bojevanja, akterji v boju, rezultat boja, strategija v boju	da
<i>izboriti si dobro plačo, oborožiti se z dobrimi sodelavci</i>	delo	delovno okolje je bojišče	rezultat bojevanja, oprema pri bojevanju	da ne: <i>oborožiti se</i>

<i>iz bitke z zahrbtno boleznijo iziti kot zmagovalec, bolezen napade koga, boriti se z rakom, borbeno v vsak nov dan (z boleznijo)</i>	bolezen	biti bolan je spopad med bolnikom in boleznijo, bolezen je nasprotnik/napadalec v boju, bolnik je napadeni	napad, proces bojevanja, rezultat bojevanja, način bojevanja	da ne: <i>bitka, borbeno</i>
<i>lakota napade koga/ napad lakote, boriti se/ boj z odvečnimi kilogrami, dobiti bitko s kilogrami, zmaga nad kilogrami, odbiti napade lakote</i>	debelost	imeti prekomerno težo je biti v boju s hrano, debelost je napadalec/nasprotnik v boju	napad, proces bojevanja, rezultat bojevanja	da ne: <i>napad, boj</i>
<i>boj/borba/boriti se z gubami, boj s prezgodnjim staranjem, zavarovati svojo kožo, pomočnik v boju proti sivim lasem</i>	staranje	starati se je biti v boju s telesnimi spremembami, telesne spremembe so nasprotnik v boju	proces bojevanja, strategije bojevanja	ne: <i>boj</i>

Tabela 1: Kategorizacija metaforičnih izrazov z oznako *boj* glede na ciljno domeno preslikave.

O konceptualiziranju različnih področij človekovega delovanja kot bojevanja in spopada so že razpravljali nekateri kognitivni jezikoslovci, od poudarjanja biološke plati tekmovanja, saj naj bi razmnoževalni nagon neizogibno vodil k tekmovanju za vire preživetja, do tega, da je to posledica zgodovinskega razvoja zahodnega sveta preteklih 400 let. Iz tabele lahko hitro razberemo, da sta število in vrsta elementov, ki se preslikujejo, različna pri posameznih ciljnih domenah, pri čemer pa število elementov medpodročnih preslikav sovpada s pogostostjo pojavljanja metafore v besedilih. To pomeni, da bolj kot je konceptualizacija razplastena (več elementov, kot je preslikanih z izhodiščne na ciljno domeno), več različnih realizacij v obliki metaforičnih izrazov te konceptualizacije je v jeziku in pogostejše so. Prav zaradi globoke zasidranosti v našem izkustvu in kulturi lahko v publicističnih besedilih metafora boja zaradi lahke predstavljalnosti in razumljivosti opravlja več funkcij. **Predstavitveno funkcijo** v besedilu opravlja metafora, ki poenostavljeno predstavlja (kompleksnejšo) vsebino. Namesto npr. strokovnega opisa procesa zdravljenja boleznij je bolezen konceptualizirana kot bojevanje (*iz bitke z zahrbtno boleznijo iziti kot zmagovalec, boriti se z rakom*), pri čemer je bolezen vedno kot nasprotnik, oboleli vedno kot tisti, ki se bori, zmaga pa je vedno ozdravitev. Če elementi, ki se z izhodiščne preslikajo na ciljno domeno in so v splošnem razumevanju v neki kulturi dojeti kot dobri/slabi, s preslikavo enako učinkujejo v novi domeni, govorimo o **vrednotenjski funkciji** metafore. Ob tem raba metaforičnih izrazov v besedilu vzpostavlja pozitiven/negativen odnos do sporočanega. V besedilu o udeležencu resničnostnega šova, v katerem se kandidati pred kamerami ob pomoči trenerjev in svetovalcev za prehrano trudijo, da bi shujšali, je proces uspešne izgube kilogramov opisan kot *boj z odvečnimi kilogrami*, v katerem je bil posameznik uspešen in na koncu *dobil bitko s kilogrami*. Ker je v naši kulturi debelost razumljena kot negativna

telesna identiteta, se na ciljno domeno preslikajo tisti elementi konceptualizacije, ki utrjujejo negativno predstavo debelosti in rezultat hujšanja prikazujejo kot zmago. O **prepričevalni funkciji** metafore lahko govorimo, kadar so poudarjeni točno določeni elementi v preslikavi za dosego zelenega namena pri naslovniku. V besedilu, ki reklamira uporabo kreme proti gubam, je staranje prikazano kot spopad človeka s telesnimi spremembami, pri čemer so telesne spremembe vedno napadalec, človek pa vedno bojevnik. Nagovorjenemu potencialnemu kupcu je s pravim orožjem (kremo) dana možnost, da v boju zmaga. Metafora, ki je v besedilu rabljena zato, da s preslikavo dosega dramatičen učinek in senzacionalnost, ter pri naslovniku vzbuja določena čustva, opravlja **emotivno funkcijo**. Če rečemo, da je ameriški predsednik na očitke medijev *udaril nazaj*, namesto da jim je *odgovoril*, se s konceptualizacijo boja posameznika proti množici poveča dramatičnost pri opisovanju odnosa med udeleženci v dogodku. **Manipulativna funkcija** nastopi, kadar uporaba določenega koncepta prikriva ideološko funkcijo ali uveljavljanje moči. Če se v besedilu o prihodu migrantov v Slovenijo govori o tem, da se *borimo z velikim številom migrantov*, se vzpostavi shema migracij kot boja in migrantov kot napadalcev, mi pa smo tisti, ki smo napadeni in žrtve. Zaradi pogoste rabe pa je lahko metaforično poimenovanje ustaljeno jezikovno sredstvo, ki ima zgolj še samo poimenovalno funkcijo (ali prehaja v termin), in v tem primeru lahko govorimo o **avtomatizmih**: *spopasti se z očitki, ubraniti se očitkov, volilna strategija*.

Poleg upoštevanja pogostosti pojavljanja določenega metaforičnega izraza v korpusu je za celovitejšo diskurzivno analizo in v izogib preveliki generalizaciji pomembno tudi, ali se uporabljeni koncepti pojavljajo v enem besedilu, v enem žanru, v besedilih z enako tematiko. Za celovitejšo analizo funkcij posameznih rabljenih metaforičnih izrazov bi bilo treba upoštevati tudi različne faktorje, ki vplivajo na način posredovanja vedenja, kot so uredniška politika medijske hiše, kdo je lastnik medijske hiše, kdo ima dostop do vsebin, kdo je ciljna publika ipd.

### 3 Sklep

Za vpogled v metaforično konceptualizacijo stvarnosti je zaradi kulturne razsežnosti metafore smiselno združevanje različnih teoretičnih pristopov. Tradicionalni kognitivni vidik preučevanja konceptualnih struktur smiselno dopolnjujeta kritična analiza diskurza in korpusni pristop, kar omogoča natančnejšo in bolj sistematično analizo metaforičnih izrazov v različnih besedilih ter globlje razumevanje metaforičnih konceptov v različnih diskurzih pri strukturiranju človekovega konceptualnega sveta. V prispevku je nakazan tristopenjski model analize metaforičnih izrazov: 1) identifikacija metaforičnih izrazov in označevanje pomenske sheme, 2) kategorizacija po ciljni domeni in identifikacija konceptualne sheme metaforičnih izrazov ter 3) interpretacija metaforičnih izrazov v kontekstu in prepoznavanje njihove funkcije v besedilu. S primeri metaforičnih izrazov z oznako *boj* je prikazano, kako raba metaforičnih vzorcev oblikuje naše predstave o družbeni realnosti. Za prepoznavanje vloge metafor v besedilu je torej poleg opazovanja, kako metafore prek jezika zrcalijo



konceptualno strukturo, bistveno tudi razumevanje, kako odražajo družbeni vidiki človeškega izkustva.

## Literatura

- ANTLOGA, Špela, 2020: *Metaphor corpus KOMET 1.0*. Slovenian language resource repository CLARIN.SI. <http://hdl.handle.net/11356/1293> (dostop 1. 3. 2020)
- BĘDKOWSKA-KOPCZYK, Agnieszka, 2004: *Jezikovna podoba negativnih čustev v slovenščini. Kognitivni pristop*. Ljubljana: Študentska založba.
- BRATOŽ, Silva, 2010: *Metafore našega časa*. Koper: Fakulteta za management.
- CIENKI, Alan, 2008: Why study metaphor and gesture. Alan Cienki, Cornelia Muller (ur.): *Gesture Studies*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins. 5–25.
- van DIJK, Teun A., 1993: Principles of Critical Discourse Analysis. *Discourse and Society* 4. 249–283.
- FAIRCLOUGH, Norman, 1995: *Critical Discourse Analysis: The critical study of language*. New York: Routledge.
- FORCEVILLE, Charles, 2009: *Multimodal metaphor*. Berlin, New York: Mouton de Gruyter.
- GIBBS, Raymond W., 1999: Researching Metaphor. Lyanne Cameron, Graham Low (ur.): *Researching and applying metaphor*. Cambridge: Cambridge University Press.
- GIBBS, Raymond W., 2008: *The Cambridge handbook of metaphor and thought*. New York: Cambridge University Press.
- Gigafida 2.0: Korpus pisne standardne slovenščine*. <https://viri.cjvt.si/gigafida> (dostop 15. 4. 2020)
- 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: The University of Chicago Press.
- LOW, Graham, 1999: Validating metaphor research projects. Lyanne Cameron, Graham Low (ur.): *Researching and applying metaphor*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Pragglejaz Group, 2007: MIP: A method for identifying metaphorically used words in discourse. *Metaphor and Symbol XXII/1*. 1–39.
- Slovar slovenskega knjižnega jezika*. Druga, dopolnjena in deloma prenovljena izdaja. [www.fran.si](http://www.fran.si) (dostop 17. 2. 2020)
- STEEN, Gerard J., DORST, Aletta G., HERRMANN, Berenike J., KALL, Anna A., KRENNMAYR, Tina, PASMA, Tryntje, 2010: *A method for linguistic metaphor identification. From MIP to MIPVU*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- VERTESEN, Dieter, LANDTHSHEER, Christ, 2008: Political Impression Management: How Metaphors, Sound Bites, Appearance Effectiveness, and Personality Traits Can Win Elections. *Journal of Political Marketing VII/3–4*. 217–238.