

# LIETUVOS POLITINIŲ PARTIJŲ LEGITIMIZACIJA IR DELEGITIMIZACIJA METAFORIŠKAI KONCEPTUALIZUOJANT EKONOMINĘ KRIZĘ

DOC. DR. JURGA CIBULSKIENĖ

*Lietuvos edukologijos universitetas  
Lithuanian University of Educational Sciences  
Studentų g. 39, Vilnius LT-08106  
El. paštas jurga.cibulskienė@leu.lt*

## Santrauka

*Kognityvinėje lingvistikoje metafora yra suvokiama ne tik kaip patogus būdas kalbėti apie kasdienius realaus gyvenimo reiškinius, bet ir kaip mąstymo bei komunikacijos priemonė, t. y. metafora susieja mintis, paaiškina abstrakčius ir sunkiai suvokiamus reiškinius, perteikia esmę, emocijas ir kt. Gausūs politinio diskurso metaforų tyrimai rodo, kad metafora yra suvokiama kaip ideologinė priemonė, kuria bando paveikti, įtikinti ir manipuliuoti žmonėmis. Kaip teigia Jonathanas Charteris-Blackas, politikai bando kuo geriau pateikti save, t. y. legitimizuoti, parodydami esantys charizmatiški lyderiai, kurie geba sėkmingai valdyti šalį. Legitimizacija yra glaudžiai susijusi su delegitimizacija, t. y. neigiamu kito pristatymu. Metafora, kaip ideologijos kognityvinis mechanizmas, tampa teigiamo savęs ir neigiamo „kito“ pateikimo įrankiu. Straipsnyje bandoma pažvelgti, kaip dvi Lietuvos politinės jėgos – 2008–2012 m. valdančioji partija (Tėvynės sąjunga-Lietuvos krikščionys demokratai) ir opozicinė koalicija (Lietuvos socialdemokratų, Darbo ir*

„Tvarkos ir teisingumo“ partijos) – legitimizuoja save ir delegitimizuoja kitas politines jėgas per JĖGOS metaforą, konceptualizuojant 2008 metų ekonominę ir finansinę krizę. Tyrimas atliktas taikant kritinės metaforos analizės metodą (KMA) (Charteris-Black, 2005), kurio esmę sudaro trijų žingsnių procedūra: 1) kalbinis lygmuo – lingvistinės metaforos yra identifikuojamos tekste; 2) mąstymo lygmuo – lingvistinės metaforos interpretuojamos, siejant jas su konceptualiomis metaforomis; 3) retorinis lygmuo – metaforos aiškinamos, siejant jas su legitimizacijos ir delegitimizacijos procesais.

**Reikšminiai žodžiai:** ekonominė ir finansinė krizė; kritinė metaforos analizė; JĖGOS metafora; legitimizacija; delegitimizacija.

## 1. Įvadas

Politiniai ir ekonominiai procesai yra neabejotinai nulemti buvusio ir esamo politinio diskurso, kuris, Michelio Foucault<sup>1</sup> teigimu, ne tik atskleidžia, bet ir nuslepia intencijas, motyvus ir troškimus. Politinis diskursas, turėdamas gana specifinių komunikavimo ypatumų, kartu yra ir vienu ar kitų politinių tikslų siekimo priemonė. Bandant atsakyti į klausimus, kokiais būdais siekiama politinių tikslų, kaip politinės intencijos, motyvai ir troškimai yra atskleidžiami ar nuslepiami, yra taikomos įvairios tyrimų metodologijos. Šiame tyrime taikoma kognityvinės lingvistikos konceptualiųjų metaforų teorija, kurios pradžią sąlyginai žymi 1980-ieji, kai George'as Lakoffas ir Markas Johnsonas perkėlė metaforą, kuri anksčiau buvo laikoma tik kalbos puošmena, vartojama poetų ir oratorių, iš kalbinio lygmens į mąstymo lygmenį, teigdami, kad „mūsų įprastinė konceptualioji sistema, kurios terminais

<sup>1</sup> Foucault, M. The order of discourse. *Social science information*. Translated by R. Swyer. 1977, no. 10(2), p. 7.

mes kalbame ir veikiame, yra metaforinės prigimties“<sup>2</sup>. XXI amžiuje metaforos tyrimai realiame diskurse tampa vis svarbesni, nes kognityvistai suvokia metaforą ne tik kaip patogų kalbėjimo apie realaus gyvenimo įvykius būdą, bet ir kaip mąstymo būdą: analogijų konstravimą, minčių siejimą, abstrakčių ir sudėtingų idėjų aiškinimą, minties, emocijų perteikimą ir kt. Metafora, kaip komunikacijos priemonė, tapo pagrindiniu tyrimų objektu įvairiuose diskursuose: akademiniame-educaciniame<sup>3</sup>, ekonominiame<sup>4</sup>, literatūros<sup>5</sup>, mokslo<sup>6</sup>, reklamos<sup>7</sup>, religiniame<sup>8</sup>, sporto<sup>9</sup>, sveikatos<sup>10</sup> ir kt. Itin didelį susidomėjimą kelia

<sup>2</sup> Lakoff, G., Johnson, M. *Metaphors we live by*. Chicago: University of Chicago Press, 1980, p. 3.

<sup>3</sup> Cameron, L. *Metaphor in educational discourse*. London: Continuum, 2003; Littlemore, J., Low, G. *Figurative thinking and foreign language learning*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2006.

<sup>4</sup> Charteris-Black, J, Ennis, T. A comparative study of metaphor in Spanish and English financial reporting. *English for specific purposes*. 2001, no. 20, p. 249–266; Charteris-Black, J., Musolff, A. ‘Battered hero’ or ‘innocent victim’? A comparative study of metaphors for euro trading in British and German financial reporting. *English for specific purposes*. 2003, no. 23, p. 153–176; Skorczynska, H., Deignan, A. Readership and purpose in the choice of economics metaphors. *Metaphor and symbol*. 2006, no. 2(12), p. 87–104; Urbonaitė, J., Šeškauskienė, I. Health metaphor in political and economic discourse: a cross-linguistic analysis. *Studies about languages*. 2007, Nr. 11, p. 98–74.

<sup>5</sup> Semino, E. *Metaphor in discourse*. Cambridge: Cambridge University Press, 2008; Semino, E., Short, M. *Corpus stylistics: speech, writing and thought presentation in a corpus of English writing*. London: Routledge, 2004; Dorst, A.G. *Metaphor in fiction: language, thought, communication*. Oisterwijk: Uitgeverij BOXPress, 2011.

<sup>6</sup> Lakoff, G., Johnson, M. *Philosophy in the flesh: the embodied mind and its challenge to Western thought*. New York: Basic Books, 1999.

<sup>7</sup> Forceville, C. *Pictorial metaphor in advertising*. London: Routledge, 1996; Cook, G. *The discourse of advertising*. London: Routledge, 2001.

<sup>8</sup> Jäkel, O. Hypotheses revisited: the cognitive theory of metaphor applied to religious texts”. *metaphorik.de*. 2002, no. 2, p. 20–42; Shokr, M. The metaphorical concept “Life is a Journey” in the Qur’an. *metaphorik.de*. 2006, no. 10, p. 94–132.

<sup>9</sup> Simó, J. Chess metaphors in American English and Hungarian. *Metaphor and symbol*. 2009, no. 22, p. 42–59; Shields, D., Bredemeier, B. Contest, competition, and metaphor. *Journal of the philosophy of sport*. 2011, no. 38, p. 27–38.

<sup>10</sup> Semino, E. *Metaphor in discourse*. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.

metafora politiniame diskurse<sup>11</sup>, kur ji yra suvokiama kaip ideologinė priemonė, skirta paveikti ir įtikinti žmones bei jais manipuliuoti. Kognityvistai tiria, kaip pasitelkiant metaforas yra perteikiamos politinės idėjos, t. y. kaip jos koduojamos ir iškoduojamos. Jie laikosi nuomonės, kad politinė kalba, būdama sudėtinė politinio diskurso dalis, yra metaforiška, o metaforos paverčia sudėtingus politinės komunikacijos įvykius lengvai suprantamais ir valdomais modeliais, kuriais lengva manipuliuoti.

## 2. Metafora ekonominiame politiniame diskurse

Straipsnyje pateikiamą metaforų tyrimą galima įvardyti kaip dviejų diskursų – ekonominio ir politinio – analizę, nes tyrimo tikslas plačiąja prasme yra atskleisti ir aprašyti, kaip metaforiškai politikai suvokia ir kalba apie ekonominę ir finansinę 2008 m. krizę.

Trumpai pateikiant kognityviąją sampratą apie metaforą, reikia pasakyti, kad kognityvistai skiria du metaforos lygmenis: metaforinius pasakymus, arba lingvistinę metaforą, ir konceptualiąją metaforą. Metaforiniai pasakymai yra kalbinis lygmuo, t. y. jie yra kalboje ir rodo konceptualiosios metaforos, kuri reiškia formule A YRA B, egzistavimą mūsų mąstyme. Pavyzdžiui, kasdienėje mūsų kalboje yra daug metaforinių pasakymų (*pratrūko* juokais, *prapliupo* kvatotis, *išliejo* susikaupusį pyktį, *tryško* neapsakomu džiaugsmu, emoci-

<sup>11</sup> Lissan, E. *Дискурс власти и инакомыслия в СССР: когнитивно-риторический анализ*. Vilnius: Vilniaus universitetas, 1995; Lissan, E. *Лингвистика ставит диагноз...*. Vilnius: Vilniaus universitetas, 2011; Chilton, P. *Analysing political discourse: theory and practice*. London: Routledge, 2004; Musolff, A. *Metaphor in political discourse: analogical reasoning in debates about Europe*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2004; Charteris-Black, J. *Politicians and rhetoric: the persuasive power of metaphor*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2005; Charteris-Black, J. Metaphor and political communication. *Metaphor and discourse*. Edited by A. Musolff ir J. Zinken. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2009, p. 97–115; Cibulskienė, J. The development of the journey metaphor in political discourse. Time-specific changes. *Metaphor and the social world*. 2012, no. 2(2), p. 131–153.

jos *veržiasi* per kraštus ir t. t.), kurie yra konceptualiosios metaforos EMOCIJOS YRA SKYSTIS raiška. Ekonominės krizės metaforinė konceptualizacija įgauna formulę KRIZĖ YRA X, kur pirmasis formulės elementas KRIZĖ yra suvokiamas kaip tikslo sritis, o antrasis formulės elementas X – kaip šaltinio sritis. Kitaip tariant, bandoma atskleisti, kaip politikai suvokia ekonominę krizę ir kaip jie bando paveikti rinkėjų sąmonę ir sprendimus.

Įvairios metaforos studijos, kuriose analizuojama, kaip ekonomika ir ekonominiai procesai (tikslo sritis) yra perteikiami metaforiškai, rodo, kad labai dažnos šaltinio sritys yra KARAS, SVEIKATA, ŽMOGAUS GYVENIMAS, KELIONĖ. Hanna Skorczynska ir Alice Deignan<sup>12</sup> atliko verslo diskurso metaforų tyrimą ir nustatė, kad konceptualiosios metaforos priklauso nuo analizuojamo ekonominio diskurso žanro. Taikydamos tekstynų metodą, mokslininkės teigia, kad populiarusis verslo diskursas yra daug metaforiškesnis nei mokslinis verslo diskursas ir jame dominuoja KARO, GYVŪNO / ŽMOGAUS / AUGALO GYVENIMO, MECHANIKOS konceptualiosios metaforos, o moksliniam verslo diskursui labiau būdingos ŽMOGAUS GYVENIMO, MECHANIKOS ir KELIONĖS metaforos<sup>13</sup>.

Konceptualiosios metaforos studijos dažnai tampa metodologiškai platesnio tyrimo dalimi. Pavyzdžiui, Laurent'as Nicaise'as<sup>14</sup>, taikydamas kritinio diskurso metodą, analizuoja metaforą ekonominiame diskurse. Jis naudoja loginės regresijos modelį, kad nustatytų santykių tarp metaforos ir jos ekonominio konteksto vartojimo. Mokslininkas teigia, kad metaforos vartojimas priklauso nuo tokių nepriklausomų kintamųjų kaip teksto produkuotojas (ideologija, priemonės, lytis), recipientas (specialistas ar nespecialistas), tikslas (įtikinti, informuoti

<sup>12</sup> Skorczynska, H., Deignan, A. Readership and purpose in the choice of economics metaphors. *Metaphor and symbol*. 2006, no. 2(12), p. 87–104.

<sup>13</sup> *Ten pat*, p. 93.

<sup>14</sup> Nicaise, L. Metaphor and the context of use: a multidimensional approach. *Metaphor and symbol*. 2010, no. 25, p. 63–73.

ir t. t.) ir turinys (konceptai)<sup>15</sup>. Visų šių kintamųjų veikimas priklauso nuo vietos ir laiko apibrėžtos aplinkos, kuri apima kalbą, bendruomenę, metų laiką ir kt. Taikydamas loginės regresijos modelį, L. Nicaise'as analizuoja KARO, SPORTO, ORO, SVEIKATOS, MOBILUMO, MECHANIKOS šaltinio sritis, kuriomis remiantis yra konceptualizuojama ekonomika.

Nemažai atlikta kontrastinių metaforos ekonominiuose diskursuose tyrimų. J. Charteris-Blackas ir Timothy Ennisas<sup>16</sup> lygina lingvistines ir konceptualiąsias metaforas angliškose ir ispaniškose finansiniuose pranešimuose. Jie teigia, kad nors šiose kalbose yra daug metaforų vartojimo panašumų, pavyzdžiui, ekonomika suvokiama kaip organizmas, rinkos pokyčiai – kaip fiziniai judesiai ir stichinės nelaimės, vis dėlto minėti diskursai ganėtinai skiriasi: ispaniškajame daug metaforų, kurios grindžiamos psichologinėmis nuotaikomis ir asmenybe, o angliškasis pasižymi su jūra susijusių metaforų gausa. Panašų kontrastinį tyrimą atliko J. Charteris-Blackas ir Andreasas Musolffas<sup>17</sup>, kuriame jie lygino, kaip metaforiškai kalbama apie eurą angliškame ir vokiškame diskursuose. Jų tyrimo rezultatai rodo, kad abiejuose diskursuose euras dažniausiai konceptualizuojamas kaip JUDĖJIMAS AUKŠTYN ir ŽEMYN bei per SVEIKATOS metaforą. Vis dėlto J. Charteris-Blackas ir A. Musolffas nustatė, kad nagrinėtuose diskursuose yra nemažai skirtumų: angliškame finansiniame diskurse gausu KOVOS metaforų, kurios suponuoja eurą kaip aktyvų agentą<sup>18</sup>, o vokiškame finansiniame diskurse euras suvokiamas kaip pasyvus valdžios institucijų veiksmų beneficiantas<sup>19</sup>.

Lietuvos ekonominio diskurso metaforiškumo tyrimai patvirtina vakarietiškąją kultūrinę tendenciją konceptualizuoti ekonominius

<sup>15</sup> *Ten pat*, p. 65.

<sup>16</sup> Charteris-Black, J., Ennis, T. A comparative study of metaphor in Spanish and English financial reporting. *English for specific purposes*. 2001, no. 20, p. 249–266.

<sup>17</sup> Charteris-Black, J., Musolff, A. 'Battered hero' or 'innocent victim'? A comparative study of metaphors for euro trading in British and German financial reporting. *English for specific purposes*. 2003, no. 23, p. 153–176.

<sup>18</sup> *Ten pat*, p. 164–167.

<sup>19</sup> *Ten pat*, p. 171–173.

procesus tam tikromis metaforomis. Justina Urbonaitė ir Inesa Šeškauskienė<sup>20</sup> atliko kontrastinį konceptualiosios SVEIKATOS metaforos tyrimą Lietuvos ir Didžiosios Britanijos ekonominiuose diskursuose. Jų tyrimas rodo, kad abiejuose diskursuose konceptualioji SVEIKATOS metafora dažniausiai realizuojama per šias metaforas: PROBLEMA YRA LIGA ir EKONOMINIS GERĖJIMAS YRA GYDYMAS. Liudmilos Arcimavičienės<sup>21</sup> atliktas Lietuvos ekonominio ir verslo diskurso tyrimas rodo, kad personifikacija, būdama viena iš dažniausių metaforų, patenka į SVEIKATOS, STATYBOS, KELIONĖS konceptualiųjų metaforų kontekstą. Kaip teigia autorė, minėtos konceptualiosios metaforos rodo esamo ekonominio ir verslo diskurso vertybių sistemą.

### 3. Tyrimo problema ir duomenys

Dauguma minėtų tyrimų analizuoja, kokiomis metaforomis yra konceptualizuojama ekonomika. Šiame straipsnyje tiriamas tik pasirinktas ekonomikos aspektas – 2008 m. ekonominė ir finansinė krizė, stipriai paveikusi ne tik Lietuvą, bet ir visą pasaulį. Ekonominės ir finansinės krizės metaforiškumo tyrimu bandoma nustatyti ryšius tarp sociokultūrinės realybės, kalbos ir mąstymo. Pasirinktas tyrimo laikotarpis yra 2008–2011 metai, ir jis atskleidžia visą krizės raidą – pirmieji krizės požymiai, krizės pikas, krizės atoslūgis ir viešojoje erdvėje pasirodę pranešimai, kad krizė Lietuvoje įveikta. Šį tyrimą galima įvardyti kaip daugiadiskursį, t. y. ekonominį ir politinį, nes yra tiriamos ekonominės ir finansinės krizės metaforos, implikuotos ir eksplikiuotos politikų kalbose. Kitaip tariant, konceptualioji KRIZĖS metafora yra tirama iš skirtingų perspektyvų – valdančiųjų Tėvynės sąjungos-Lietuvos krikščionių demokratų (toliau – konservatorių) ir opozicinės

<sup>20</sup> Urbonaitė, J., Šeškauskienė, I. *Healt metaphor in political and economic discourse: a cross-linguistic analysis. Studies about languages.* 2007, Nr. 11, p. 98–74.

<sup>21</sup> Arcimavičienė, L. *Economy metaphors: what associated conceptions underlie Lithuanian business? Respectus philologicus.* Nr. 15(20) (2009), p. 143–153.

koalicijos (Lietuvos socialdemokratų, Darbo ir „Tvarkos ir teisingumo“ partijų). Atsižvelgiant į skirtingas perspektyvas, buvo sudaryti du tekstynai: konservatorių partijos – 111 170 žodžių, ir opozicinių partijų – 116 392 žodžiai (iš jų 68 870 sudarė Lietuvos socialdemokratų partijos tekstai, 34 821 – Darbo partijos, ir 12 701 – partijos „Tvarka ir teisingumas“). Tekstai buvo renkami iš oficialių partijų ir jų lyderių tinklalapių, o jų pasirinkimą lėmė straipsnyje nagrinėjama tema – ekonominė ir finansinė krizė. Nedidelis tekstynų dydis yra nulemtas objektyvių priežasčių – ekonominės krizės Lietuvoje laikotarpiu partijų tinklalapiuose pasirodžiusių tekstų.

#### 4. Tyrimo metodai

Pastaraisiais metais vis dažniau politinis diskursas yra tiriamas pasitelkus kognityvinius metaforos tyrimus ir sujungus juos su kritinio diskurso analize. J. Charteris-Blackas<sup>22</sup> šį metodą įvardijo kaip kritinę metaforos analizę (KMA), kurioje metafora suvokiama kaip ideologinė priemonė. Šio metodo esmė yra trijų etapų procedūra: pirmiausia tekste identifikuojami metaforiniai pasakymai (identifikacija), tada jie interpretuojami (interpretacija) ir galiausiai aiškinami (aiškinimas)<sup>23</sup>. Metaforinių pasakymų identifikavimas buvo atliktas naudojant kompiuterinę *Antconc* programą ir rankiniu būdu, taikant MIPVU<sup>24</sup> procedūrą<sup>25</sup>.

Antrajame etape (*interpretacija*) metaforiniai pasakymai buvo siejami su konceptualiosiomis metaforomis, t. y. buvo nustatyti dažniau-

<sup>22</sup> Charteris-Black, J. *Politicians and rhetoric: the persuasive power of metaphor*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2005.

<sup>23</sup> Angl. *Identified*→*Interpreted*→*Explained*

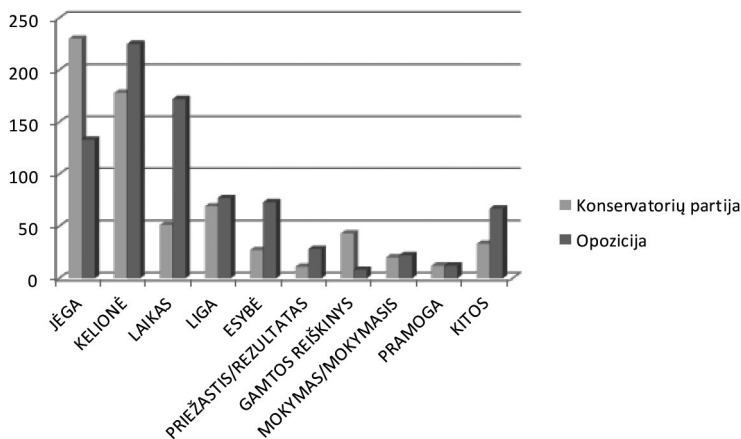
<sup>24</sup> Metaphor Identification Procedure Vrije University. Išsamiau apie tai: Steen, G., Dorst, A., Herrmann, B., Kaal, A., Krennmayr, T., Pasma, T. *A method for linguistic metaphor identification*. Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins, 2010.

<sup>25</sup> Išsamiau apie šio tyrimo metaforinių pasakymų nustatymą: Cibulskienė, J. Metaphors of economic and financial crisis: identified, interpreted and explained. *Respectus philologicus*. Nr. 22(27) (2012), p. 156–166.



siai pasikartojantys teminiai elementai, pasižymintys hiperoniminiu santykiu ir motyvuoti tam tikro metaforinio koncepto. Kaip teigia Zoltanas Kövecsesas<sup>26</sup>, metaforiniai pasakymai, būdami kalbos elementais, rodo konceptualiosios metaforos, kuri yra mąstymo dalis, egzistavimą mūsų sąmonėje. Tęsiant Z. Kövecseso mintį, metaforinių pasakymų dažnumas koreliuoja su tam tikros konceptualios metaforos stabilumu ir įsitvirtinimu mūsų sąmonėje. Taip pat akivaizdu, kad metaforiniais pasakymais yra konstruojami tam tikri KELIONĖS, KARO, LIGOS scenarijai. Kalbant techniniais terminais, yra nustatomi konceptualūs atitikmenys tarp tikslo srities (KRIZĖ) ir šaltinio srities (x).

Taigi interpretuojant KRIZĖS metaforinius pasakymus, jie buvo siejami su tam tikra šaltinio sritimi pagal tai, kokį scenarijų jie kuria. 1 grafike vertikali ašis rodo metaforinių pasakymų skaičių, o horizontali ašis – konceptualiąsias metaforas.



**1 grafikas. Konceptualiosios metaforos ir jas rodančių metaforinių pasakymų skaičius konservatorių ir opozicinių partijų diskursuose**

<sup>26</sup> Kövecses, Z. *Metaphor in culture: universality and variation*. Cambridge: Cambridge University Press, 2005, p. 8.

Pateikti rezultatai rodo, kad valdančioji konservatorių ir opozicinės partijos ekonominę ir finansinę krizę suvokia per JĖGOS, KELIONĖS, LIGOS, ESYBĖS, PRIEŽASTIES / REZULTATO, GAMTOS REIŠKINIO, MOKYMO / MOKYMOŠI, PRAMOGOS ir kitas konceptualiąsias metaforas.

Trečiasis tyrimo etapas (*aiškinimas*) yra susijęs su ideologine kalbos vartojimo funkcija, kai metafora suvokiama kaip persvazinė ir retorinė argumentacijos priemonė. Pagal J. Charterį-Blacką, „kritinės metaforos analizė leidžia mums identifikuoti, *kokios* metaforos yra pasirenkamos, ir paaiškinti, *kodėl* šios metaforos pasirenkamos iliustruojant, *kaip* jos kuria politinius mitus“<sup>27</sup>. Ši mintis glaudžiai susijusi su Eleonoros Lissan<sup>28</sup> pasiūlytu ideologizuoto teksto dekonstrukcijos modeliu, pagal kurį metaforą ji laiko kognityviniu ideologizuoto teksto kūrimo mechanizmu. Kitaip tariant, šiame etape mėginama pažvelgti, kaip politikai bando legitimizuoti save, kalbėdami ir mąstydami apie ekonominę ir finansinę krizę, ir kaip jie stengiasi delegitimizuoti kitas politines jėgas.

## 5. Konceptualioji JĖGOS metafora konservatorių ir opozicinių partijų diskursuose

Kadangi konceptualioji JĖGOS metafora yra viena iš labiausiai įsivertintusių metaforų analizuojamuose diskursuose, ji aptariama tolimesnėje straipsnio dalyje.

Konceptualioji JĖGOS metafora yra siejama su Leonardo Talmy<sup>29</sup> pasiūlyta konceptualiojo struktūravimo schema, pavadinta „jėgos-dinamikos sistema“. Šios koncepcijos esmę sudaro mintis, kad fiziniai

<sup>27</sup> Charteris-Black, J. *Politicians and rhetoric: the persuasive power of metaphor*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2005, p. 28.

<sup>28</sup> Lissan, E. *Дискурс власти и инкомыслия в СССР: когнитивно-риторический анализ*. Vilnius: Vilniaus universitetas, 1995.

<sup>29</sup> Talmy, L. *Toward a cognitive semantics*. Cambridge, Mass.: MIT Press, 2000.

kūnai santykiuoja vienas su kitu naudodami jėgą, bandydami jai atsisipirti, blokuodami ją ar pašalindami blokavimą. Tai susiję su mūsų patirtimi arba, kaip teigia L. Talmy<sup>30</sup>, su naiviaja fizika ir psichologija. Du fiziniai kūnai veikia vienas kitą – agonistas yra tas, kuris daro spaudimą, o antagonistas – tas, kuris patiria spaudimą jam atsisipirdamas arba pasiduodamas. Ši L. Talmy „jėgos-dinamikos sistemos“ koncepcija pirmiausia yra susijusi su kinestetiniu suvokimu, o jis yra neatšiejamas nuo vieno iš pagrindinių kognityvinės lingvistikos *įkūnijimo tezės* principų<sup>31</sup>. Jėgos dinamikos principai veikia ir diskurse, ypač jie pastebimi argumentacijos modeliuose. Andrew Goatly<sup>32</sup> teigia, kad kovos metafora, kurios esmę sudaro jėgos dinamikos schema, yra itin dažna galios metafora, vartojama tų, kurie nori pademonstruoti ekonominę, politinę ar asmeninę galią konceptualizuodami įvairių veiklą, argumentus ir ginčus.

220 metaforinių pasakymų, suponuojančių konceptualiąją jėgos metaforą, sudaro apie 30 proc. visų metaforinių pasakymų analizuojamame konservatorių partijos diskurse. Opozicijos diskurse 133 metaforiniai pasakymai sudaro tik 15,9 proc. visų opozicijos metaforinių pasakymų (žr. 1 lentelę). Svarbu yra tai, kad konceptualiosios jėgos metaforos metaforinių pasakymų skaičiaus skirtumas konservatorių ir opozicijos diskursuose yra statistiškai reikšmingas, t. y. atlikus *chi* kvadrato testą, gauta *p* vertė yra 60, o tai yra daug daugiau nei minimalus *p* vertės reikalavimas (3,841). Taigi rezultatai rodo, kad nors jėgos metafora yra būdinga konservatorių partijai, ji, nors ir labai svarbi, nėra pati reikšmingiausia opozicijos diskurse.

<sup>30</sup> *Ten pat*, p. 410.

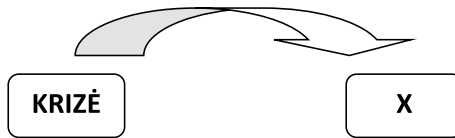
<sup>31</sup> Lakoff, G., Johnson, M. *Philosophy in the flesh: the embodied mind and its challenge to Western thought*. New York: Basic Books, 1999; Evans, V., Green, M. *Cognitive linguistics: an introduction*. Edinburgh University Press Ltd, 2006.

<sup>32</sup> Goatly, A. *Washing the brain: metaphor and hidden ideology*. Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins, 2007, p. 72.

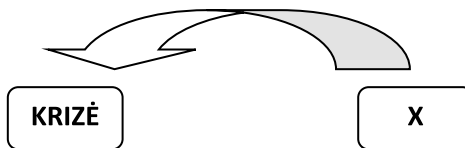
*1 lentelė. Metaforinių pasakymų, rodančių JĖGOS metaforą, skaičius*

Politinės partijos	JĖGOS metaforiniai pasakymai	Visi metaforiniai pasakymai	%
Konservatorių partija	220	674	33,1
Opozicinės partijos	133	835	15,9

Nustačius metaforinius pasakymus ir susiejus juos su atitinkamomis konceptualiosiomis metaforomis, buvo analizuojama, kaip kuriami metaforiniai scenarijai analizuojamuose diskursuose. Konceptualioji JĖGOS metafora, nors ir viena iš pagrindinių metaforų, kuriomis remdamiesi politikai konstruoja argumentaciją ir kuriomis mąsto, yra labai schematiška, t. y. nėra tiek daug konceptualiųjų atitikčių kaip, pavyzdžiui, KELIONĖS metaforoje. Jėgos koncepto vaizdo schema yra skeletiška, t. y. galimi tik du raiškos variantai analizuojamuose diskursuose – jėga, kuria krizė veikia kažką (šali, žmones, ekonomiką, visuomenę ir t. t.) (žr. 1 schemą), arba jėga, kuria krizė yra veikiamą (žr. 2 schemą). Taigi mes turime du jėgos veikimo vektorius, kalbant L. Talmy terminais, turime agonistą, kuris turi jėgą, ir antagonistą, kuris yra veikiamas šios jėgos.



*1 schema. Jėga, kuria krizė veikia kažką*



*2 schema. Jėga, kuria krizė yra veikiamą*

Konservatorių partijos diskursas rodo, kad 70,9 proc. metaforinių pasakymų yra modelio VEIKSMAŽODIS + KRIZĖ kolokacijos, o 29,1 proc. – KRIZĖ + VEIKSMAŽODIS kolokacijos (žr. 2 lentelę).

2 lentelė. JĖGOS metafora konservatorių partijos diskurse

Modeliai	%	Metaforinės kolokacijos	Vie- netai	%
Krizė yra veikia- ma jėgos VEIKSMAŽO- DIS + KRIZĖ ir jo daiktavardiniai variantai	70,9	<i>įveikti krizę</i>	113	72,5
		<i>krizės įveikimas</i>		
		<i>(su)valdyti krizę</i>	32	20,5
		<i>krizės (su)valdymas</i>		
		<i>apsaugoti / gelbėti šalį / vals- tybę / žmones nuo krizės</i>	6	3,8
		<i>nepasiduoti krizei</i>	3	1,9
		<i>kovoti su krize</i>	2	1,3
			<b>156</b>	<b>100</b>
Krizė veikia kažką KRIZĖ + VEIKS- MAŽODIS ir jo daiktavardiniai va- riantai	29,1	<i>krizė paveikė, lėmė, darė įta- ką, sukėlė, privertė, pavertė</i>	40	62,5
		<i>krizės įtaka</i>		
		<i>krizė smogė</i>	9	14
		<i>krizės smūgis</i>		
		<i>krizės grėsmė</i>	6	9,4
		<i>krizės iššūkiai, išmėginimai</i>	5	7,8
		<i>krizės žala, krizė – bomba</i>	4	6,3
			<b>64</b>	<b>100</b>

Pagal 1-ąjį modelį žodis *krizė* kolokuoja su veiksmažodžiu *įveikti* ir jo daiktavardiniu derivatyvu *įveikimas*, ir tai sudaro 72,5 proc. šio modelio. Kolokacija *(su)valdyti krizę* ir jos daiktavardinis derivatyvas *(su)valdymas* sudaro didelę visų šio modelio kolokacijų dalį – 20,5 proc. Kiti žodžiai, kolokuojantys su žodžiu *krizė*, yra susiję su šalies ir jos žmonių *saugojimu*, *gelbėjimu* nuo ekonominės krizės, *nepasidavimu jai* ir *kovojimu prieš ją*, jie sudaro nežymią šio modelio VEIKSMA-

ŽODIS + KRIZĖ dalį. Antrasis modelis KRIZĖ + VEIKSMAŽODIS sudaro 1/3 visų konceptualiosios JĖGOS metaforos metaforinių pasakymų. Produktiviausios *krizės* kolokacijos yra sudarytos iš veiksmožodžių, reiškiančių tam tikrą įtaką, poveikį. Pavyzdžiui, kolokacijos *krizė paveikė, lėmė, darė įtaką, sukėlė, privertė, pavertė* sudaro šio modelio 62,5 proc. Jei šie veiksmožodžiai yra gana neutralūs, tai kiti šios grupės veiksmožodžiai ir jų daiktavardiniai derivatyvai įgauną agresyvių atspalvį: *smogė, smūgis, grėsmė, žala, bomba*.

Nors opozicijos diskurse JĖGOS metafora yra trečia pagal metaforinių pasakymų skaičių, ji taip pat labai svarbi konceptualizuojant ekonominę ir finansinę krizę. Pirmasis modelis VEIKSMAŽODIS + KRIZĖ sudaro 58,6 proc., o antrasis modelis KRIZĖ + VEIKSMAŽODIS – 41,4 proc. visų konceptualiosios JĖGOS metaforos metaforinių pasakymų (žr. 3 lentelę). Pateikti apylygiai abiejų modelių kiekybiniai duomenys rodo, kad opozicija neteikia aiškaus prioriteto nė vienam modeliui.

3 lentelė. JĖGOS metafora opozicijos diskurse

Modeliai	%	Metaforinės kolokacijos	Vie-netai	%
Krizė yra veikiamą jėgos VEIKSMAŽODIS + KRIZĖ ir jo daiktavardiniai variantai	58,6	<i>įveikti krizę</i>	48	61,5
		<i>krizės įveikimas</i>		
		<i>pergalė</i>		
		<i>kovoti su krize</i>	13	16,7
		<i>(su)valdyti krizę</i>	7	9
		<i>krizės (su)valdymas</i>		
		<i>apsaugoti / gelbėti šalį / valstybę / žmones nuo krizės</i>	5	6,4
		<i>nepasiduoti krizei</i>	3	3,8
		<i>krizė – skydas</i>	2	2,6
			<b>78</b>	<b>100</b>

Modeliai	%	Metaforinės kolokacijos	Vie- netai	%
Krizė veikia kažką KRIZĖ + VEIKSMA- ŽODIS ir jo daiktavardiniai variantai	41,4	<i>krizė paveikė, lėmė, darė įtaką,</i>	25	45,5
		<i>sukėlė, privertė, pavertė</i>		
		<i>krizės įtaka</i>		
		<i>krizė smogė, smaugia, dusina</i>	12	21,8
		<i>krizės smūgis</i>		
		<i>krizės grėsmė</i>	12	21,8
		<i>krizės žala</i>	3	5,5
		<i>krizės iššūkiai, išmėginimai</i>	2	3,6
<i>krizės įkaitai</i>	1	1,8		
		<b>55</b>	<b>100</b>	

Taip pat akivaizdu, kad, panašiai kaip ir valdančiosios partijos dis-  
kurse, pirmajame modelyje vyrauja kolokacija *įveikti krizę*, kuri sudaro  
61,5 proc. visų šio modelio metaforinių pasakymų. Priešingai nei kon-  
servatorių partija, opozicija pabrėžia kovos prieš krizę procesą – *kovoti*  
*su krize* (16,7 proc.). Tokios kolokacijos kaip *(su)valdyti krizę, krizės*  
*(su)valdymas, apsaugoti / gelbėti šalį / valstybę / žmones nuo krizės,*  
*nepasiduoti krizei, krizė – skydas* sudaro tik nedidelę dalį šio modelio  
metaforinių pasakymų. Analizuojant antrąjį modelį KRIZĖ + VEIKS-  
MAŽODIS matyti, kad didžiausią dalį (45,5 proc.) sudaro kolokacijos  
*krizė paveikė, lėmė, darė įtaką, sukėlė, privertė, pavertė, krizės įtaka.*  
Gana reikšmingą dalį (12 proc.) sudaro agresyvios konotacijos veiks-  
mažodžiai: *krizė smogė, smaugia, dusina, krizės smūgis* ir *krizės grėsmė.*

Kaip minėta anksčiau, trečiasis KMA tyrimo etapas (*aiškinimas*) yra  
susijęs su bandymu paaiškinti metaforos persvazinę galią. Kaip teigia  
J. Charteris-Blackas, persvazija suvokiama kaip „interaktyvus komuni-  
kacinis procesas, kuriame žinios siuntėjas nori paveikti žinios gavėjo  
įsitikinimus, požiūrį ir elgesį“<sup>33</sup>. Politikoje politikai yra suprantami kaip

<sup>33</sup> Charteris-Black, J. *Politicians and rhetoric: the persuasive power of metaphor.*  
Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2005, p. 9.

žinios siuntėjai, o elektoratas – žinios gavėjai. Išsakydami savo nuomonę vienu ar kitu politiniu, ekonominiu, socialiniu, kultūriniu klausimu, politikai sąmoningai ar nesąmoningai bando paveikti elektoratą, kad balsuotų už juos ir suteiktų teisinę galią ir atsakomybę valdyti šalį. Ši įtaka reiškiamą per legitimacijos ir delegitimacijos procesus, t. y. politikai atitinkamai stengiasi pateikti save teigiamoje šviesoje ir atskleisti neigiamus savo oponentų bruožus. Pasiremdamas Aristotelio retorikos suvokimu, Charteris-Blackas<sup>34</sup> išskiria kelias pagrindines legitimacijos strategijas politiniame diskurse. Politikai legitimuojasi pateikdami save kaip esančius aukštos moralės (*ethos*); politikų argumentai turi būti paremti įrodymais (*logos*); tai, ką politikas sako ir kaip elgiasi, turi sukelti empatiją (*pathos*). Charteris-Blackas praplečia klasikinę retorikos teoriją, skirdamas metaforai itin svarbų vaidmenį. Jis teigia, kad politinėje argumentacijoje metafora „tarpininkauja tarp sąmoningai ir nesąmoningai vartojamų persvazijos priemonių – tarp *logos* ir *pathos*, arba, kitais žodžiais, tarp pažinimo ir emocijos – taip sukurdamą moralinį gyvenimo aspektą, arba *ethos*“<sup>35</sup>. Kitaip tariant, metafora yra tarsi tarpininkas tarp pažinimo ir ideologijos su savo sąmoningai susiformavusiomis idėjomis, tikėjimais ir vertybėmis iš vienos pusės, ir tarp emocijos, kuri kuria politinį mitą, iš kitos pusės.

Atlikto tyrimo rezultatai patvirtina, kad metafora yra galinga ir efektyvi legitimacijos ir delegitimacijos priemonė. Atsižvelgiant į faktą, kad konceptualiosios JĖGOS metaforos manifestacijos sudaro net trečdalį konservatorių partijos diskurso, galima teigti, kad šia metafora konservatoriai bando legitimizuotis. Christ’l De Landtsheer<sup>36</sup> teigia, kad metaforos turi skirtingą retorinę galią, ir ji jas suskirsto į šešias

<sup>34</sup> Charteris-Black, J. Metaphor and political communication. *Metaphor and discourse*. Edited by A. Musolff, J. Zinken. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2009, p. 99.

<sup>35</sup> Charteris-Black, J. *Politicians and rhetoric: the persuasive power of metaphor*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2005, p. 13.

<sup>36</sup> De Landtsheer, C. Collecting political meaning from the count of metaphor. *Metaphor and discourse*. Edited by A. Musolff, J. Zinken. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2009, p. 66–69.



kategorijas, stipriausią galią priskirdama šeštajai kategorijai. Pagal šį skirstymą JĖGOS metafora, kurią ji įvardija kaip *katastrofos / nelaimės ir smurto* metaforą, priskiriama ketvirtajai kategorijai ir pabrėžiama, kad šios metaforos grėsmingumas implikuoja žinios siuntėjo, šiuo atveju – politikų, ir žinios gavėjo – elektorato, stiprų emocinį įsitraukimą. Akivaizdu, kad yra ryšys tarp metaforinių JĖGOS pasakymų dažnumo, retorinės galios, kaip nurodo C. De Landtsheer, ir ekonominės krizės – kritinės ir didelės įtampos situacijos, kurios pasekmės yra nežinomos. Konceptualiosios JĖGOS metaforos eksplikacija konservatorių diskurse rodo jų bandymą pristatyti save kaip galinčius imtis reikiamų priemonių krizei įveikti ir kartu sukelti elektorato empatiją. Kaip teigia Murray Edelmanas<sup>37</sup>, tų pačių pasakymų ir formulių kartojimas yra politinio spektaklio dalis ir tai migdomai veikia adresatą. Analizuojamame diskurse dažnas tų pačių metaforinių pasakymų kartojimas turi įtikinamąją galią – priverčia rinkėjus prarasti budrumą, ir taip jie yra paveikiami. Taip pat itin dažnas JĖGOS metaforos vartojimas konservatorių diskurse rodo jų bandymą apeliuoti į moralę (*ethos*). Skelbdamiesi esantys šalies gelbėtojai, t. y. saugodami ją nuo besitęsiančios sunkios ekonominės ir finansinės krizės, jie mėgina pateikti save kaip moraliai atsakingus, pasiruošusius ir galinčius įveikti krizę. Tokiu būdu jie apeliuoja į elektorato emocijas ir bando įtikinti, kad rinkėjai žengė teisingą žingsnį 2008 m. rinkimuose į Seimą atiduodami balsus jiems. Pateikti pavyzdžiai yra bandymo legitimizuoti save iliustracija.

- 1) *Dabartinį ūkio nuosmukį įveiksime visomis priemonėmis skatindami eksportą, remdami eksportuojančias įmones.* (2009-11-11)
- 2) *Telkianti darbui lyderystė padės įveikti visas krizes.* (2008-11-08)
- 3) *Taip, mes galime įveikti ekonominį sunkmetį, taip, mes galime apsisvalyti ir išsišluoti, taip, mes galime eiti permainų keliu.* (2008-11-25)
- 4) *<...> turime intelektualinį potencialą įveikti labai gilią krizę <...>.* (2009-12-02)

<sup>37</sup> Edelman, M. *Constructing the political spectacle*. Chicago: University of Chicago Press, 1988.

- 5) Šitokia situacija valstybės finansų reikaluose galėtų virsti didžiule grėsme mūsų gyvenimui, jeigu naujoji Vyriausybė nesiimtų radikalių priemonių **krizės įveikimui**. (2008-11-08)
- 6) **Krizės įveikimo planas artimiausiam laikotarpiui ir visai tolesnei veiklai** – yra pamatinis dalykas. (2008-11-08)
- 7) **Įveikėme krizę** todėl, kad jos neišsigandome ir neišsigandome atsakomybės. (2010-04-15)

Tai tik keli iš 48 kitų pavyzdžių, kuriose vyrauja metaforinis pasakymas *įveikti krizę*. Daugiskaitos pirmojo asmens „mes“ vartojimas kartu su ateities laiku 1 ir 2 pavyzdžiuose rodo žinios siuntėjo moralinį įsipareigojimą įveikti ekonominę krizę, o akcentuotas veiksmožodžių *galime* ir *turime* vartojimas 3 ir 4 pavyzdžiuose pabrėžia gebėjimą tai padaryti. Nors 5 pavyzdyje kalbama apie ryžtingumą ir gebėjimą įveikti krizę, jis išsiskiria, nes yra grindžiamas antiteze – pagrindiniame sakinyje valdančioji partija pristato rimtas grėsmes, su kuriomis susiduria šalis, o šalutiniu sąlygos sakiniu pateikia save kaip kovotojus, kurie nebijo prisiišti atsakomybės. Panašiai 6 pavyzdyje konservatoriai legitimizuoja save teigdami, kad žino, kaip įveikti ekonominę krizę, nes turi planą, kuris yra konceptualizuojamas per PASTATO metaforą – jų planas yra krizės įveikimo *pamatas*. 1–6 pavyzdžiai yra paimti iš laikotarpio, kai ekonominė krizė Lietuvoje tik prasidėjo, o konservatorių partija buvo ką tik laimėjusi rinkimus į Seimą, todėl šiuose pavyzdžiuose gausu ateities veiksmu reiškiamų pažadų įveikti krizę. 7 pavyzdys, kuris yra paimtas iš vėlyvojo krizės laikotarpio, priešingai nei prieš tai esantys, demonstruoja užbaigtą veiksmą, t. y. valdančioji partija sėkmingai susidorojo su krize. Būtojo laiko vartojimas yra faktinis argumentavimas (*logos*), t. y. šalies ekonominiai rodikliai rodo ekonominės krizės pabaigą. Taip pat šiame sakinyje *logos* eina kartu su valdančiosios partijos *ethos*, arba atsakomybės moralinės vertybės, patvirtinimu – konservatorių partija sėkmingai įveikė krizę, nes jie yra atsakingi piliečiai.

Šio tyrimo rezultatai, rodantys itin dažną konceptualiosios JĖGOS metaforos raišką konservatorių diskurse, patvirtina anksčiau atliktą Lietuvos rinkimų į Seimą kampanijos konceptualiųjų metaforų tyrimą<sup>38</sup>, kuris nustatė, kad konservatorių partijos diskursas išsiskiria agresyvia ir kupina patoso KARO metaforika, palyginti su kitų partijų rinkimų diskursais. G. Lakoff<sup>39</sup> teigia, kad kognityvinėse konservatoriško mąstymo struktūrose vyrauja konceptualioji MORALINĖS STIPRYBĖS metafora. Jos esmę sudaro tai, kad blogis turi būti nugalėtas bet kokiomis priemonėmis. Jei nori būti moraliai tvirtas, negailestingas elgesys prieš blogį yra pateisinamas. Taigi dažna JĖGOS metaforos raiška analizuojamame diskurse rodo konservatorių partijos ryžtą įveikti ekonominę krizę bet kokiomis priemonėmis.

Santykis tarp dviejų modelių, t. y. *jėga, kuria krizė yra veikiama* (beveik 71 proc.), ir *jėga, kuria krizė veikia kažką* (apie 29 proc.) (žr. 2 lentelę), rodo pirmojo modelio vyravimą, o tai iliustruoja konservatorių bandymą pristatyti save kaip pakankamai stiprius įveikti ekonominę krizę. Kalbant apie metaforinių pasakymų originalumą akivaizdu, kad konceptualiosios JĖGOS metaforos raiška nėra originali – tai daugiausia konvencionalūs metaforiniai pasakymai, kurie yra itin dažnai kartojami. Pavyzdžiui, metaforinė kolokacija *įveikti krizę* ir jos derivatyvinė daiktavardinė kolokacija *krizės įveikimas* buvo atitinkamai pavartotos 41 ir 72 kartus. Nors originalios metaforos yra retos, jos išsiskiria savo įtaigumu ir scenarijaus išplėtojimu. Pavyzdžiui:

8) *Krizės perspektyva verčia jaustis, tarsi sėdėtume ant bombos su laikrodiniu mechanizmu, kuris jau yra paleistas. Kaip gerame trileryje, mes bandome rasti tą laidelį, kurį nukirpus laikrodinis mechanizmas išsijungtų. Be abejo, tai rizikinga, bet dar blogiau būtų nieko nedaryti.* (2008-11-17)

Čia pristatomas antrojo modelio *jėga, kuria krizė veikia kažką*, pavyzdys, kuris sutelkia dėmesį į krizės pavojingumą ir netikėtumą. Krizė

<sup>38</sup> Cibulskienė, J. The metaphorization of elections as war in the 2001 general election discourse of Great Britain. *Respectus philologicus*. Nr. 2(7) (2002), p. 102–116.

<sup>39</sup> Lakoff, G. *Moral politics*. Chicago: University of Chicago Press, 1995.

yra konceptualizuojama kaip bomba su laikrodiniu mechanizmu, o konservatoriai pateikia save kaip prisiimančius didžiulę atsakomybę išjungti laikrodinės bombos mechanizmą, kad ši nesprogtų. Ryškus kontrastas tarp pavojaus, kurį kelia bomba, ir herojiško partijos pasiaukojimo skirtas sukelti elektorato empatiją (*pathos*) ir implikuotas pasiruošimas pasiaukoti tam, kad apsaugotų šalį nuo ekonominės ir finansinės krizės, pateikia konservatorius kaip moraliai garbingus (*ethos*).

Opozicijos diskurso JĖGOS metaforinių pasakymų skaičius rodo, kad ši metafora, nors būdama ne pagrindinė, kuria jie siekia legitimizuotis, yra pakankamai svarbi. Dažniau legitimizacijos ir delegitimizacijos procesai vyksta per konceptualiąsias KELIONĖS ir LAIKO metaforas. Jei palygintume konservatorių JĖGOS metaforą su opozicijos, iš pirmo žvilgsnio pasirodytų, kad rezultatai yra panašūs (žr. 2 lentelę). Gilesnė analizė rodo, kad yra kiek kitaip. Pirma, santykis tarp dviejų modelių opozicijos diskurse yra kitoks nei valdančiosios partijos – opozicija mažiau remiasi pirmuoju modeliu *jėga, kuria krizė yra veikiama*. Nors šis skirtumas nėra didelis, vis dėlto jis statistiškai svarbus (*chi* kvadrato testas –  $p=5,72$ , o turi būti  $p>3,841$ ). Galima daryti preliminarią išvadą, kad opozicija telkia dėmesį ne tik į aktyvias priemones krizei įveikti (plg. 1 modelį), bet taip pat ji laikosi pasyvaus požiūrio – ekonominė ir finansinė krizė yra neišvengiama (plg. 2 modelį).

Antra, skirtumas yra ne tik kiekybinis, bet ir kokybinis – metaforiniai pavyzdžiai rodo, kad opozicija, priešingai nei valdančiųjų partija, kuri naudoja pirmąjį modelį legitimizacijai, daugiausia pirmuoju modeliu bando kaltinti valdančiąją partiją imantis netinkamų priemonių krizei įveikti. Kitaip tariant, opozicija naudoja pirmąjį modelį delegitimizacijai. Pavyzdžiui:

9) *Na, pasakykite man, kodėl Vokietija, Didžioji Britanija, siekdamos įveikti krizę, mažina pridėtinės vertės mokestį, o Lietuva, atvirkščiai – jį didina? Ar vadovaudamasi tokia buhalterine logika A. Kubiliaus Vyriausybė iš tiesų įveiks krizę? O gal atvirkščiai – ją dar pagilins?* (2010-01-14)

10) <...> būtina, kad būsimoji Vyriausybė iš tiesų norėtų **įveikti krizę**, o jos sprendimai ne gąsdintų mus visus, dar labiau stiprintų biurokratiją bei skurdintų Lietuvos žmones ar „dusintų“ verslą, bet padėtų jam ir visiems Lietuvos žmonėms išgyventi artėjantį sunkmetį. (2010-01-14)

Šie ir panašūs pavyzdžiai iliustruoja opozicijos abejones dėl Vyriausybės gebėjimų įveikti ekonominę krizę Lietuvoje. 9 pavyzdyje trys iš eilės einantys retoriniai klausimai su metaforiniu pasakymu *įveikti krizę*, sustiprinti keliančia abejonių fraze *iš tiesų*, yra skirti sukelti rinkto nepasitikėjimą Vyriausybės veiksmais. Taip pat pasakymas *iš tiesų norėtų įveikti krizę* 10 pavyzdyje meta abejonių šešėlių dėl partijos šalies valdymo esminių tikslų. Šiame pavyzdyje esantis metaforinis pasakymas *įveikti krizę* yra antitezės pozicijoje – iš vienos pusės, išvardijamos visos neigiamos konservatorių partijos bandymo įveikti krizę pasekmės (*gąsdinimas, biurokratijos stiprinimas, žmonių skurdinimas, verslo dusinimas*), iš kitos pusės, šioms neigiamoms pasekmėms yra priešinamas idealus valdymas, kuris toli gražu nesiejamas su dabartiniu. Antitezės ir retorinių klausimų vartojimas patvirtina J. Charteris-Blacko<sup>40</sup> mintį, kad politinėje argumentacijoje metaforos įgyja stipresnę retorinę galią, kai yra derinamos kartu su kitomis retorinėmis strategijomis.

Iš 11 ir 12 pavyzdžių matyti, kaip opozicijos diskurse metafora kartu su ironija yra vartojama delegitimizacijai.

11) *Maža to, Vyriausybės iššvaistyti dešimtys milijonų litų, skirti propagandai apie butaforinį pagerėjimą ir pasakėčioms apie tai, kaip gerai A. Kubiliaus komanda **susidoroja su krize**, gali išprovokuoti dar didesnę vidaus krizę, ypač žmonių kišenėse.* (2011-04-17)

12) *Visgi reikia pripažinti, jog konservatoriai meistriškai „išdūrė“ ir užliūliavo tautą bei privertė visus dar kartą patikėti, jog jie išlieka didžiausiais ir realiausias mesėjais, **išgelbėsiančiais mus nuo krizės** ir kitokių sunkumų. Deja, toli gražu...* (2009-06-19)

<sup>40</sup> Charteris-Black, J. *Politicians and rhetoric: the persuasive power of metaphor*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2005, p. 29.

Šiuose pavyzdžiuose akivaizdus neigiamas opozicijos požiūris į valdančiąją partiją. 11 pavyzdyje Ministras Pirmininkas Andrius Kubilius pateikiamas kaip pasakojantis nebūtus dalykus apie esamą ekonominį šalies pagerėjimą. *Pasakėčios*, kuri yra literatūros žanras, turintis moralą, konceptas aiškiai implikuoja ironiją. Žodis *butaforinis* taip pat kuria su realybe prasilenkiančio įvaizdžio naratyvą. 12 pavyzdyje ironija pereina į sarkazmą, kai gelbėtojo įvaizdis yra realizuojamas *mesijo* konceptu – akivaizdžia aliuzija į religinį diskursą. Sarkazmui sukurti didelės reikšmės turi *mesijo* koncepto kontrastinis derinimas su neigiamą konotaciją turinčiomis leksemomis *išdūrė* ir *užliūliavo*. Visa tai įgauna neigiamą konotacinę galią, kuria bandoma delegitimizuoti valdančiąją partiją.

Antrasis modelis kokybiškai realizuojamas panašiai kaip ir konservatorių partijos. Opozicija pateikia skaudžias krizės pasekmes, t. y. kaip krizė veikia Lietuvą, ekonomiką, žmones ir t. t. Vis dėlto galime pastebėti, kad šiame diskurse itin ryškus *grėsmės* konceptas. Tik šiuo atveju tai ne tiesiogiai ekonominės krizės keliamą grėsmę, o, kaip teigia opozicija, konservatorių eskaluojama krizės grėsmė. Pavyzdžiui:

13) *Lietuva gąsdinama krize. Kasdien ir metodiškai.* (2009-02-09)

14) *Visuomenei reikia daugiau pozityvios informacijos, o ne vien tik gąsdinimų vis nesibaigiančia krize ir niūriu rytojumi.* (2009-12-23)

Beje, atliktas tyrimas nerodo, kad konservatorių diskurse yra metaforinių grėsmės pasakymų.

## 6. Apibendrinamosios pastabos

Atlikto tyrimo rezultatai rodo, kad skirtingi politiniai „žaidėjai“ (valdančioji konservatorių partija ir opozicija (Lietuvos socialdemokratų, Darbo ir „Tvarkos ir teisingumo“ partijos) 2008–2011 metų ekonominę ir finansinę krizę Lietuvoje konstruoja skirtingai. Nors politinės grupės suvokia krizę konceptualiąja JĖGOS metafora, metaforiniai pasakymai konstruoja skirtingus scenarijus ir turi skirtingas retorines implikacijas.

JĖGOS metaforos raiškos dažnumas konservatorių partijos diskurse rodo jų bandymus legitimizuoti save kaip moraliai patikimus ir priimančius atsakomybę (*ethos*) bei gebančius įveikti ekonominę krizę (*pathos*). Konceptualioji MORALINĖS STIPRYBĖS metafora veikia kartu su JĖGOS metafora. Opozicijos diskursas išsiskiria konceptualiosios JĖGOS metaforos vartojimu priešingu tikslu – delegitimizuoti valdančiąją partiją. Kontekstinė ironijos, retorinių klausimų, antitezės ir kt. aplinka, supanti metaforinius pasakymus, rodo opozicijos neigiamą požiūrį ir kritiką, nukreiptą prieš krizės įveikimo priemones, siūlomas valdančiosios partijos.

Skirtingas kiekybinis santykis tarp dviejų modelių naudojimo analizuojamuose diskursuose leidžia daryti išvadą, kad konservatorių dėmesio sutelkimas į pirmąjį modelį rodo jų aktyvumą įveikiant ekonominę krizę, o opozicija labiau pabrėžia ne aktyvias priemones krizei nugalėti (1 modelis), bet pasyvią poziciją – krizė yra neišvengiama (2 modelis). Tokios pozicijos gali būti nulemtos esamos galios padėties – konservatoriai turi galią, nes yra valdančiojoje koalicijoje, o opozicija neturi tokios politinės galios.

Nors konceptualioji JĖGOS metafora vyrauja konservatorių partijos diskurse ir yra viena iš svarbiausių metaforų opozicijos diskurse, atliktas tyrimas rodo, kad yra kitų konceptualiųjų metaforų, kuriomis konceptualizuojama ekonominė ir finansinė krizė. Konceptualiosios KELIONĖS, LIGOS, GAMTOS REIŠKINIO metaforos pasižymi metaforinių pasakymų gausa ir jų scenarijai yra daug labiau išplėtoti nei JĖGOS metaforos. Todėl siekiant išsamaus ekonominės krizės metaforinio konceptualizavimo, svarbu atlikti ne tik kiekybinį minėtų metaforų tyrimą, bet ir kokybinį.

# THE CONCEPTUALIZATION OF ECONOMIC RECESSION BY LITHUANIAN POLITICAL PARTIES: LEGITIMIZATION AND DELEGITIMIZATION

JURGA CIBULSKIENĖ

## Summary

**Keywords:** economic recession; Critical Metaphor Analysis (CMA); FORCE metaphor; legitimization; delegitimization.

In cognitive linguistics, metaphor is thought to be not only as a convenient way of talking about real life events but also thinking about them: connecting ideas, explaining abstract and difficult to grasp ideas, conveying messages, emotions, etc. In political discourse, metaphor is seen as an ideological tool of deliberate attempts to influence, persuade and manipulate people. As Charteris-Black put it, politicians try to establish themselves in a positive light or legitimise themselves, i.e. presenting evidence that they are charismatic leaders who are capable of running their country efficiently. Legitimation goes hand in hand with delegitimation, i.e. negative

other-presentation. Metaphor being a cognitive mechanism of ideology may serve both as positive self-representation and as a tool for fault-finding in others. Thus, the study focuses on how Lithuanian two socio-political groups (the leading party and the Opposition) legitimize themselves and delegitimize the opponents using FORCE metaphor while conceptualizing the worldwide economic recession. The findings indicate that although the same conceptual metaphor is used for legitimization and delegitimization, its fulfilment scenario appears to be markedly different and it carries different rhetorical implications in the three discourses.

*Įteikta 2013 m. lapkričio 27 d.*