

METAFORŲ KAITOS DINAMIKA VOKIETIJOS PUBLICISTIKOJE: ŽURNALŲ „DER SPIEGEL“ LYGINAMOJI DISKURSO ANALIZĖ

Jurgita Lukienė

Kauno technologijos universitetas

Doc. dr. Nijolė Čiučiulkienė

Vytauto Didžiojo universitetas

Anotacija. *Metaforų kaita tiesiogiai susijusi su visuomenės socialine patirtimi. Patirtį skatina socialiniai stimulai – įvykiai, tiesiogiai veikiantys žmonių vaizduotę. Žmonės juos veikiančiam stimului suteikia apibrėžtą prasmę ir pirmiausia reaguoja būtent į tas prasmes arba simbolius, o ne į išorinio pasaulio stimulus. Simboliai, į kuriuos reaguoja žmonės, gali būti žodžiai, daiktai, atstumas tarp bendraujančių žmonių, veido išraiškos ar poelgiai. Kalbant apie žodžius, prasminga paminėti metaforą, kaip vieną išraiškingiausių verbalinės komunikacijos priemonių. Metaforų raiška, šios raiškos kaita geriausiai atspindi visuomenės reakcijas į vykstančius socialinius įvykius. Metaforų kaitą galima fiksuoti atliekant socialiai įtakingame Vokietijos žurnale „Der Spiegel“ pateiktų interviu lyginamąją diskurso analizę. Analizės objektas – metaforų turinio kaitos dinamika, kuri atskleidžiama analizuojant ir lyginant 2001–2002 ir 2017–2018 metų metaforas. Atlikus metaforų tematiškų lyginimo analizę išaiškėja, kad politikai ir ekonomistai duodami interviu 2017–2018 m. vartojo daug įvairesnę žodyną nei 2000–2002 m. Tai rodo, kad šie asmenys laisviau renka žodžius ir įtaigiau, įtikinamiau bei suprantamiau skaitytojui perteikia savo mintis.*

Pagrindiniai žodžiai: *metafora, keiksmažodis, diskurso analizė.*

Įvadas

Dalijimasis savo patirtimi yra glaudžiai susijęs su įprasminimu. Žmonės suteikia prasmę gestams, garsams, žodžiams. Šitai svarbus akcentas skiriamas kalbai, kaip pagrindinei žmonių bendravimo priemonei. Šiandieninių informacijos karų metu kalbos tyrėjų dėmesys krypsta į žiniasklaidos priemones, kur ypač gausu stilistinių priemonių. Santykis tarp kalbos ir politikos ar ekonomikos puikiai gali būti atskleistas metaforomis. Ši stiliaus figūra šiandieninėje spaudoje gali tapti politiniu ir ekonominiu įrankiu. Metafora įvairiais laikotarpiais buvo suvokiama vis kitaip. Šiandien metafora vartojama labai plačiai. Metaforai tenka ypatingas

vaidmuo, ji gali ryškiau iliustruoti sudėtingus įvykius socialiniuose kontekstuose. Suprasti metaforos reikšmę – tai tas pats, kaip iššifruoti kodą.

Straipsnyje nagrinėjamos komunikacinės ir kognityvinės metaforų funkcijos interviu tekste. Kalbėtojo tikslas – ne tam tikra metaforos reikšmė, o jos funkcija. Ji padeda pamatyti ir pažinti kažką nauja. Kadangi šiuolaikinė kalba geriausiai atsispindi laikraščiuose ir žurnaluose, todėl straipsnio dalyje, kurioje pristatomi tyrimo rezultatai, pateikiama politinio diskurso analizė, nagrinėta vokiečių politikos ir ekonomikos žurnalų *Der Spiegel* interviu tekstuose. Čia svarbus yra žodžių parinkimas, sakinio struktūra, tema, situacija. Nagrinėti tekstai šiomis temomis: finansai, rinkimai, aplinkosauga, darbas, užsienio politika, socialinės reformos, žmogaus teisės, globalizacija, technologijos, automobiliai, mechanika, medijos. Iš viso iš įvairių 2001–2002 m. žurnalo interviu surinkti 350 metaforų pavyzdžiai lyginami su 350 metaforų pavyzdžių, rastų 2017–2018 metais. Jie analizuoti substitucijos būdu. Tirta ne tik metaforos reikšmė, bet ir kalbėtojo tikslas, koks yra metaforos poveikis. Straipsnio autorės domino, kaip kito metaforų vartojimas per atitinkamą laikotarpį. Politikos ir ekonomikos ekspertų kalboje metaforų vartojimas yra labai informatyvus ir efektyvus. Jų kalboje atsiskleidžia vertinimas ir perdėtas situacijos sureikšminimas. Metaforų poveikis yra skirtingas, dažnai jį galima suprasti tik iš konteksto. Jos charakterizuoja, informuoja, išreiškia vertinimą, taip darydamos stiprų poveikį skaitytojui.

Tyrimo objektas – metaforų vartojimas Vokietijos medijose.

Tyrimo tikslas – išanalizuoti metaforų vartojimo medijų diskurse motyvaciją ir poveikį skaitytojui.

Tyrimo uždaviniai:

1. Atlikti teorinę metaforos apibrėžčių analizę, akcentuojant interakcinę metaforos esmę.
2. Siekiant atskleisti metaforų tematiką Vokietijos medijų diskurse atlikti žurnale *Der Spiegel* pateikiamų interviu turinio analizę, išskiriant metaforų vartojimo atvejus.

Tyrimo metodai: mokslinės literatūros analizė, diskurso turinio analizė.

Metodologinis pagrindimas, tyrimo rezultatai ir diskusija

Žmogaus mąstymą lemia jo fiziologinė, socialinė bei kultūrinė patirtis. Todėl patirties analizė leidžia spręsti apie žmonių mąstymo ypatumus ir padeda atskleisti jų priežastis, tikėtina, ir pasekmes (Arcimavičienė, 2010). Vienas iš būdų analizuoti žmonių patirtį yra diskurso analizė (Arcimavičienė, 2010). Kadangi diskursas yra daugiasluoksnis kalbos reiškiny, jį galėtume analizuoti įvairiais aspektais: pradedant konkrečiu pasakymu, baigiant vientisu tekstu. Vis daugiau dėmesio skiriama metaforai, metaforinėms frazėms, jų episteminei sandaros analizei (Arcimavičienė, 2010). Tiriant metaforos raišką, svarbu akcentuoti, kad šiuolaikinėje kalbotyroje metafora yra apibrėžiama kaip žmogaus fiziologinės, emocinės ir socialinės patir-

ties interakcinė priemonė, kuria remdamesi žmonės kuria naujas sąvokas, neatsisakydami senųjų, neignorudami ankstesnės patirties.

Lentelė. Metaforų dinamika Vokietijos medijose.
 Žurnalo *Der Spiegel* politinio interviu diskuso analizė

Eil nr.	Metaforų tematika 2002	Pavyzdžiai	Procentinė išraiška, %	Metaforų tematika 2018	Pavyzdžiai	Procentinė išraiška, %
1.	Gyvenimas	Ihr Ziel, die Staatsquote von heute knapp 48 Prozent auf unter 40 Prozent abzusenken, bedeutet nichts anderes als einen deutlich <u>schlankeren Staat</u> , der mit weniger Geld und Personal auskommen muss als heute. Nr.18/29.4.02, S.36	14,56	Gyvenimas	–	–
2.	Gamta	Was fehlt, ist ein <u>Wärmestrom</u> von der Politik in die Gesellschaft hinein. Nr. 33/14.8.00, S. 30	14,24	Gamta	Die politische Auseinandersetzung um neue Schnittmengen in einer veränderten <u>Parteienlandschaft</u> und damit neue Mehrheitskonstellationen hat noch gar nicht richtig begonnen. Nr. 22/26.5.2018 S.36	5,45
3.	Mūšis, karas	Kritiker sagen, Sharon habe nicht nur keinen Friedensplan, er würde sogar alles tun, um <u>Gesprächschancen zu torpedieren</u> . Nr. 52/22.1201, S. 132	10,68	Mūšis, karas	Das Resultat ist, dass <u>die politischen Ränder</u> gestärkt werden und die <u>Kräfte in der Mitte schrumpfen</u> . Nr. 37/8.9.2018 S. 20	10,9
4.	Teatras	„Wir haben alle möglichen <u>Krisenszenarien durchgespielt</u> , beispielsweise, dass Terroristen im Hafen von New York ein Frachtschiff, voll gepackt mit Sprengstoff, in die Luft jagen. Nr. 42/15.10.01, S. 134	10,68	Teatras	Haben Sie sich von der Kanzlerin <u>die Schau stehlen lassen?</u> Nr. 24/9.6.2018 S. 36,	4,55
5.	Eismas, transportas	Beim EU-Gipfel von Göteborg schienen viele Länder auf eine <u>Fahrplanverzögerung oder Notbremsung der Osterweiterung</u> aus zu sein. Nr. 27/2.7.01, S. 118	9,4	Eismas, transportas	Ist das die <u>neue Marschroute der Sozialdemokraten</u> : Geld spielt keine Rolle? Nr. 36/1.9.2018 S. 30	2,73
6.	Sportas	Wir verstehen unter Einzelfallgerechtigkeit, dass wir <u>im Schachspiel mit dem Finanzamt</u> eine Prämie bekommen, wenn wir besonders pffiffig und clever anstellen. Nr. 21/22.5.00, S. 91	8,41	Sportas	Aber für eine <u>Blutgrätsche gegen die Braunkohle</u> steht die SPD nicht zur Verfügung. Nr. 36/1.9.2018 S. 30	1,82
7.	Gyvūnai	Ich kann Rupert nicht böse sein, auch wenn er mich <u>fressen will</u> . Nr. 9/25.2.02, S. 98	6,8	Gyvūnai	Die Partei müsse lernen, ohne ihr altes <u>Schlachtross</u> Kohl in die Zukunft zu gehen, schrieb Merkel. Nr. 50/8.12.2018 S. 21	0,9

8.	Mistika	Bis vor kurzem waren wir noch die <u>Gallionsfiguren der New Economy</u> , jetzt sind wir die Prügelknaben der Nation. Nr. 27/2.7.01, S. 88	5,5	Mistika	Die Dienstleistungen des Überwachungskapitalismus bestehen aus Datenbasierten <u>Vorhersagen</u> über unser Verhalten, die dann an unsere Unternehmen verkauft werden. Nr. 40/29.9.2018 S. 68	0,9
9.	Medicina	Wie sieht ihr <u>Therapievorschlag</u> aus? Nr. 40/1.10.01, S. 24	5,0	Medicina	Was Sie betreiben, ist nicht Politik, sondern <u>Traumabewältigung</u> . Nr. 15/7.4.2018 S. 33	4,55
10.	Maistas	Bill Mechanic, Chef des Studios 20 th Centurz Fox und Ihr „Titanic“-Partner, warnt, Hollywood drehe sich in einem Teufelskreis: zu hohe Star-Gagen, <u>zu fette Etats</u> , zu wenig Kreativität. Nr. 6/7.2.00, S. 90	4,53	Maistas	–	–
11.	Statyba	Das heißt, wir mussten die <u>Architektur des Deals</u> im kleinsten Kreise diskutieren. Nr. 15/9.4.01, S. 138	2,6	Statyba, namai	Die Verhältnisse würden nur weiter <u>zementiert</u> . Nr. 15/7.4.2018 S. 33	3,64
12.	Mada	Ja, uns ist klar geworden, dass es viel wichtiger ist, diesen Geist zu erhalten, als die neue Firma mit aller Macht auf <u>Intel-Fasson</u> zurechtzustützen. Nr. 27/3.7.00, S. 103	1,94	Mada	–	–
13.	Muzika	Sie <u>haben nicht den Taktstock geschwungen</u> , aber die Noten <u>verteilt, nach denen andere spielen durften</u> . Nr. 15/9.4.01, S. 139	1,94	Muzika	Wenn die Stimme der 500 Millionen Europäer dann noch hörbar sein soll, geht das nur <u>im Chor der Europäischen Union</u> . Nr. 24/9.6.2018 S. 36	2,73
14.	Amatai	Die FDP wird es kaum hinnehmen, dass Sie <u>von Ihrem Glanzstück</u> – der Senkung des Solidaritätszuschlages – <u>den Lack abschmirgeln</u> . Nr. 25/16.6.00, S. 30	1,94	Amatai	Aber eine so lange <u>gemeinsame Zeit schweißst auch zusammen</u> . Nr. 50/8.12.2018 S. 21	1,82
15.	Menas	Wir sind ein demokratisches Land mit einem ebenso <u>bunten Meinungsbild</u> wie bei Ihnen in Deutschland. Nr. 15/9.4.01, S. 168	0,97	Menas	Sie haben versprochen, die SPD zu erneuern – und landen beim <u>Retro-Thema Rente</u> . Nr. 36/1.9.2018 S. 30	0,9
16.	Cirkas	Kennen Sie den hessischen <u>Schwarzgeld-Jongleur</u> Prinz Wittgenstein? Nr. 17/24.4.00, S. 28	0,32	–	–	–
17.	Profesija	Ich bin nicht nur ein <u>Schönwetterkapitän</u> , es macht sogar Spaß, bei hartem Wind zu segeln. Nr. 27/2.7.01, S. 88	0,32	Profesija	Müssten Sie als Ratspräsident nicht <u>ehrllicher Makler</u> sein und weniger PR für sich selbst machen? Nr. 37/8.9.2018 S. 83	0,9
18.	Jausmai, emocijos	–	–	Jausmai, emocijos	Schon jetzt <u>stöhnen</u> die Italiener über das Spardiktat aus Deutschland. Nr. 24/9.6.2018 S. 36	5,45

19.	Namų apyvokos reikmenys	–	–	Namų apyvokos reikmenys	Wir diskutieren außerdem <u>über einen zusätzlichen Finanztopf</u> für Investitionen. Nr. 24/9.6.2018 S. 36	3,64
20.	Fizikiniai reiškiniai	–	–	Fizikiniai reiškiniai	Die Steuereinnahmen <u>sprudeln</u> zwar, aber so sehr sprudeln sie nun auch wieder nicht.“ Nr. 36/1.9.2018 S. 30	3,64
21.	Mirtis	–	–	Mirtis	Parallelgesellschaften, organisiertes Verbrechen, Kleinkriminalität – das muss alles bekämpft werden, aber <u>es bringt den Staat nicht um</u> . Nr. 40/29.9.2018 S. 46	2,73
22.	Skonis	–	–	Skonis	Was war an der amerikanischen Erfahrung <u>bitter?</u> Nr. 40/29.9.2018 S. 46	1,82
23.	Substancija	–	–	Substancija	<u>Politik ist eine Droge</u> , sie ist nicht einmal gesundheitsschädlich. Nr. 50/8.12.2018 S. 21	1,82
24.	Vaikai, šeima	–	–	Vaikai, šeima	Damals stand in den Zeitungen, Merkel sei <u>>Kohls Mädchen<</u> . Nr. 50/8.12.2018 S. 21	0,9
25.	Fekalijos	–	–	Fekalijos, keiksmazodis	Das Motiv (monkey auf dem Kapuzenshirt, das ein schwarzer Junge trug) wurde im Januar dieses Jahres im Onlineshop der Modekette H&M veröffentlicht und <u>löste einen weltweiten Shitstorm</u> aus. Nr. 44/27.10.2018 S. 81	0,9
26.	Žemės ūkis	–	–	Žemės ūkis	Sie müssen ihre Benzin- und Dieselmotoren noch eine Zeit lang <u>wirtschaftlich ausmelken</u> , aber schon jetzt möglichst viele Ressourcen auf die E-Mobilität verschieben. Nr. 15/7.4.2018 S. 66	0,9
27.	Teisė	–	–	Teisė	Zusammenfassend kann man also sagen: Sie wollen <u>die SPD wieder stärker zum Anwalt der kleinen Leute machen</u> . Nr. 36/1.9.2018 S. 30	0,9
28.	Nevalingi veiksmai	–	–	Nevalingi veiksmai	Viele Bürger fangen schon an <u>zu gähnen</u> , wenn sie das Wort <u>>Grundsatzprogramm<</u> nur hören. Nr. 22/26.5.2018 S. 36	0,9

Pastaruoju metu kognityvinė lingvistika daug dėmesio skiria politinių metaforų analizei, nes būtent metafora įgalina atskleisti politikoje glūdinčias normas ir elgesio standartus, kuriais vadovaujamasi priimant politinius sprendimus. Čia reikėtų paminėti Chilton'o (2004), Fairclough (2001), o iš lietuvių autorių – Gudavičiaus (2000), Marcinkevičienės (2008), Arcimavičienės (2010) darbus. Ypatingo mokslininkų dėmesio sulaukia medijų diskurso analizė, ypač politikos ir ekonomikos sričių.

Tyrimo rezultatai pateikiami lentelėje „Metaforų dinamika Vokietijos medijose. Žurnalo *Der Spiegel* politinio interviu diskurso analizė“.

Metaforos sandarai vokiečių kalboje daro įtaką kultūriniai ypatumai, kurie padeda išryškinti ir apibendrinti visuomenės poreikius, interesus ir vertinimus, todėl lingvistinė metaforos analizė padeda geriau suvokti šiuolaikinės visuomenės vertybių sistemą, jos kaitą, priimamus svarbius politinius ir ekonominius sprendimus. Taigi, šiuo tyrimu norėta atskleisti medijų diskurso metaforiškumo ypatumus, metaforų vartosenos kaitą, charakterizuojančią Vokietijos visuomenėje vykstančius socialinius, ekonominius, politinius pokyčius.

Metaforų pasiskirstymas į homogeniškas temas analizuojamas remiantis diskurso turinio analize. Šiuo metu diskurso turinio analizė taikoma tyrinėjant žiniasklaidos kuriamą diskursą. Diskurso turinio analizė gali būti apibrėžiama kaip duomenų analizės metodas, akcentuojantis komunikuojamo turinio objektyvų, sistemiską ir kiekybinį aprašymą (Morkevičius, 2015). Šios analizės procese galima akcentuoti kiekybines ir kokybines procedūras. Kiekybinės procedūros leidžia suskaičiuoti ir išgryninti tiriamus leksinius darinius, o kokybinis aspektas yra išreiškiamas kokybinių kategorijų ir subkategorijų įvardijimu. Šių kategorijų nebūtina kaip nors tiesiogiai išmatuoti, pakanka jų suvokiamumo, kuris vėliau leidžia šias kategorijas klasifikuoti, sudaryti jų sistemas. Trumpai tariant, atliekant diskurso turinio analizę galima integruoti kiekybinius ir kokybinius teksto duomenų analizės aspektus.

Kartais tyrėjui yra svarbu tiriamas turinio kategorijas įvertinti kiekio aspektu, kai yra suskaičiuojama, kiek kartų analizuojamame turinyje pasireiškė tam tikra kokybinė kategorija.

Šiame darbe yra vadovaujama klasikine diskurso turinio analizės samprata, kuri teigia, kad šis teksto duomenų analizės metodas yra sisteminė teksto redukcija į galimų statistiškai suskaičiuoti vienetų visumą, išreiškiančią konkrečiam tekstui būdingų kategorijų buvimą, intensyvumą ar kiekį (Shapiro, Markoff, 1997, Kardeelis, 2007; Bitinas, Rupšienė, Žydžiūnaitė, 2008; Morkevičius, 2015).

Tyrimui sudarytas iš 2000–2002 m. *Der Spiegel* interviu tekstų tekstynas apima 350 metaforų pavyzdžių. Jis yra lyginamas su 2017–2018 m. analogiškos apimties ir tematikos interviu tekstais. Kadangi interviu sudaro ne tik asmens atsakymai, bet ir žurnalisto klausimai, tyrimui imamas ir nagrinėjamas visas tekstas. 2000–2002 m. apžvelgtuose interviu išryškėjo tokios temos: rinkimai, pinigai, reformos, pinigų politika, užsienio politika, reformos, aplinkosauga, darbo, žmogaus

teisės, pasaulio ekonomika, finansai, elektronika, automobiliai, mechanika, medijos, pabėgėliai. 2016–2018 m. temos: šiandieninė politika, migracija, partijų politika, užsienio politika (pabėgėliai), krizių politika, finansų politika (nedarbas, pabėgėliai, teisė, pensijos), šiandieninė ekonomika, įmonės ir vartotojai, automobilių industrija, skaitmenizavimas, mada. Iš viso 2000–2002 m. metaforos suskirstytos į 17 temų, o 2016–2018 m. – į 24 temas.

Atlikus metaforų tematikų lyginimo analizę išaiškėja, kad politikai ir ekonomistai, duodami interviu, vartoja kur kas įvairesnį žodyną 2017–2018 m., nei 2000–2002 m. Tai rodo, kad šie asmenys laisviau renka žodžius ir įtaigiau, įtikinamiau bei suprantamiau skaitytojui perteikia savo mintis. Tai, kad žodynas darosi laisvesnis, rodo ir faktas, kad 2018 m. *Der Spiegel* žurnale, interviu pavartoti keiksmažodžiai: „*Das Motiv (monkey auf dem Kapuzenshirt, das ein schwarzer Junge trug) wurde im Januar dieses Jahres im Onlineshop der Modekette H&M veröffentlicht und löste einen weltweiten Shitstorm aus.*“ (Nr. 44/27.10.2018 S. 81). 2000–2002 m. interviu tekstuose galima rasti nemažai panašių frazių, pvz., „... im allerschlechtesten Szenario“, „Traumszenario“ arba „Reform-Image“, „Schröders macher-Image“ ir t. t., tuo tarpu 2018 m. nėra tipišku metaforinių frazių. Atkreiptinas dėmesys į pirmumo temų pasiskirstymą. 2000–2002 m. vyrauja „gyvenimiškos“ frazės, iš būtinės srities, o jau 2018 m. daugiausia surinkta metaforų iš karo ir mūšio temos. Tai rodo politikų ir ekonomistų kovingumą, psichologinį nusiteikimą. Karo tema 2000–2002 m. yra tik trečia. Antroji, gausiausiai metaforomis reprezentuojama tema abiejose metų grupėse, yra gamtos tema. 2017–2018 m. interviu tokiu pat skaičiumi papildoma žodžiais iš emocijų, jausmų srities. Trečioji pagal intensyvumą 2000–2002 m. tema yra karo, mūšio tema. 2017–2018 m. trečioje ir ketvirtoje vietoje tiek pat procentų dalijasi teatro ir medicinos tematika.

Išvados

1. Metaforos atsiranda simbolinės sąveikos kontekste, kai sąveika tarp žmonių traktuojama kaip nepertraukiamas procesas, dialogas, kurio metu individai stebi vienas kitą, bando suvokti vienas kito ketinimus ir reaguoja į juos, ieško jų reikšmės. Nuolatinis reikšmės ieškojimas – tai kitų, grupės ir net didelės visuomenės įvaizdžiai, diskurse reiškiami metaforomis.

2. Metaforos episteminės – leksinės sandaros analizė leidžia nustatyti vyraujančią tematiką, metaforų vartosenos principus, kuriais vadovaujamosi Vokietijos medijų diskurse. Analizuojant socialinį Vokietijos diskursą politinėmis temomis, buvo nustatyta 2000–2002 m. 17 metaforų temų, o 2016–2018 m. – 24 temos.

3. Politinis 2016–2018 m. diskursas metaforų tematikos prasme yra emocingesnis, intensyvesnis. Politikai ir ekonomistai, duodami interviu, vartoja daug platesnį, mažiau formalų, emocingesnį žodyną, laisviau kuria metaforas, nei 2000–2002 m. Tai rodo, kad šie asmenys lengviau renka žodžius ir įtaigiau,

įtikinamiau bei suprantamiau skaitytojui perteikia savo mintis. Tai, kad žodynas darosi laisvesnis, rodo ir faktas, kad 2016–2018 m. *Der Spiegel* žurnale interviu pavartoti keiksmažodžiai. Tai liudija apie interviu davusių politikų ir ekonomistų kovingumą, psichologinį nusiteikimą, laisvesnius kalbos vartojimo moralinius nuostatus.

Literatūra

1. Arcimavičienė, L. (2010). *Morality Models through Metaphors in Public Discourse: A Cross-Linguistic Analysis* (Doctoral dissertation, Vilnius: Vilnius University).
2. Bertau, M. C. (2013). *Sprachspiel Metapher: Denkweisen und kommunikative Funktion einer rhetorischen Figur*. Springer-Verlag.
3. Bertau, M. C. (1999). Spuren des Gesprächs in innerer Sprache. Versuch einer Analyse der dialogischen. *Zeitschrift für Sprache & Kognition*, 18(1/2), 4-19.
4. Bitinas, B., Rupšienė, L., Žydzūnaitė, V. (2008). Kokybinių tyrimų metodologija.
5. Chilton, P. (2004). *Analysing Political Discourse: Theory and Practice*. Routledge.
6. Debatin, B. (1995). *Die Rationalität der Metapher: eine sprachphilosophische und kommunikationstheoretische Untersuchung*. Walter de Gruyter.
7. Fairclough, N. (2001). *Language and Power*. Pearson Education.
8. Gudavičius, A. (2000). Etnolingvistika. *Šiauliai: KJ Vasiliausko įmonė*.
9. Kardelis, K. (2007). Mokslinių tyrimų metodai ir metodologija. *Šiauliai: Liucilijus*.
10. Kohl, K. (2007). Metapher. In *Metapher* (pp. 19-72). JB Metzler.
11. Laser, B. (2005). Die kognitive Metapher als Werkzeug des Denkens. Zur Rolle der Analogie bei der Gewinnung und Vermittlung wissenschaftlicher Erkenntnisse. *Informationen Deutsch als Fremdsprache*, 32(2–3), 144–146.
12. Lau, D. (2006). Metapherntheorien der Antike und ihre philosophischen Prinzipien. Ein Beitrag zur Grundlagenforschung in der Literaturwissenschaft. Frankfurt (Main) ua.
13. Lukas, D. (2002). Kauno įvaizdis šalies žiniasklaidoje. Įvaizdžio tyrimas dienraščiuose „Kauno diena“ ir „Lietuvos rytas“. (Magistro darbas, Kaunas: Kauno technologijos universitetas).
14. Lukienė, J. (2002). Komunikacinės ir kognityvinės metaforų funkcijos publicistikoje (pvz. interviu). (Magistro darbas, Kaunas: Vilniaus universitetas Kauno humanitarinis fakultetas).
15. Marcinkevičienė, R. (2008). *Žanro ribos ir paribiai. Spaudos patirtys: [vadovėlis]*. Vilnius: Versus Aureus.
16. Morkevičius, V. (2015). Terra incognita: kiekybinė viešosios politikos

diskurso turinio analizė.

17. Schmitt, C. (1988). Gemeinsprache und Fachsprache im heutigen Französisch. Formen und Funktionen der Metaphorik in wirtschaftsfachsprachlichen Texten. *Fachsprachen in der Romania, Tübingen*, 113-129.

18. Schneider, J. (2007). Metaphertheorien und Übersetzung.

19. Shapiro, G., & Markoff, J. (1997). "A matter of definition": Text analysis for the social sciences: Methods for drawing statistical inferences from texts and transcripts, (red.) Carl W. Roberts.

20. Sowinski, Bernhard, Stil, in: Gert Ueding/Gregor Kalivoda (ed.), *Historisches Wörterbuch der Rhetorik*, Vol. 8, Darmstadt 2007, 1393–1419).

THE DYNAMICS OF THE CHANGE OF METAPHORS IN GERMAN JOURNALISM: A COMPARATIVE ANALYSIS OF THE DISCOURSE IN THE MAGAZINE “DER SPIEGEL”

Jurgita Lukienė

Kaunas University of Technology

Assoc. Prof. Dr. Nijolė Čiučiulkienė

Vytautas Magnus University

Summary

The change of metaphors is directly related to the social experience of the society. The experience is developed by the social stimuli, i.e. the events that directly affect people's imagination. People attach to those stimuli that have a definite meaning and turn a stimulus into a symbol, which, on its turn, becomes a priority for human response to the surrounding world. The symbol may be an object, facial expression, attitude or word. When it comes to the latter, it is reasonable to mention a metaphor as one of the most expressive means of verbal communication. The expression of metaphors and its change reflect the society's reactions to the ongoing social events.

The change of metaphors can be captured by the comparative discourse analysis of the interviews in the socially influential German magazine *Der Spiegel*. The object of the analysis is the dynamics of the content change of metaphors which is revealed by analyzing and comparing metaphors of 2001/2002 and 2017/2018. The analysis of the comparisons of metaphors revealed that politicians and economists used a much more varied vocabulary in the interviews of the period of 2017-2018 than those of 2000-2002. It shows that the participants of the interviews were more free in their choice of words and conveyed their thoughts to the reader in a more persuasive, convincing and understandable way.

Keywords: metaphor, swearword, discourse analysis.

AUTORIAUS LYDRAŠTIS

Autoriaus vardas, pavardė: Nijolė Čiučiulkienė

Mokslo laipsnis ir vardas: docentė, socialinių mokslų daktarė

Darbo vieta ir pareigos: Vytauto Didžiojo universitetas, Švietimo akademija

Autoriaus mokslinių interesų sritys: socialinė ir tarpkultūrinė komunikacija, komunikavimo emancipavimas, mokytojų rengimas, mentorstė / reversinė mentorstė, probleminis mokymasis (PBL), profesinis rengimas, pameistrystė.

Telefonas ir el. pašto adresas: nijole.ciuciulkiene@vdu.lt

AUTORIAUS LYDRAŠTIS

Autoriaus vardas, pavardė: Jurgita Lukienė

Mokslo laipsnis ir vardas: Erfurto universiteto (Vokietija) doktorantė

Darbo vieta ir pareigos: Kauno technologijos universitetas, lektorė

Autoriaus mokslinių interesų sritys: pedagogika, aukštojo mokslo didaktika, lingvistika.

Telefonas ir el. pašto adresas: jurgita.lukiene@ktu.lt

AUTHORS' COVER LETTER

Author's name and surname: Nijolė Čiučiulkienė

Academic degree and name: Doctor of Social Sciences, Associate Professor

Workplace and position: Vytautas Magnus University Education Academy

Author's research interests: social and cross-cultural communication, emancipation of communicating, teacher training, mentoring/reverse mentoring, problem-based learning, vocational education, apprenticeship

Telephone and e-mail address: nijole.ciuciulkiene@vdu.lt

Author's name and surname: Jurgita Lukienė

Academic degree and name: PhD student, Erfurt University (Germany)

Workplace and position: Lecturer, Kaunas University of Technology

Author's research interests: pedagogy, didactics of higher education, linguistics

Telephone and e-mail address: jurgita.lukiene@ktu.lt