

Metaforas dzeltenajā presē: kognitīvais aspekts *Metaphor in the Yellow Press: the Cognitive Aspect*

Gita Juhņēviča

SIA "Mediju nams"
Cēsu iela 31/2, Rīga, LV-1012
juhnevica@gmail.com

Rakstā "Metaforas dzeltenajā presē: kognitīvais aspekts", balstoties uz kognitīvās semantikas pētījumiem, aplūkoti daži biežāk sastopamie metaforu tipi latviešu dzeltenajā presē. Kognitīvajā semantikā metafora (saukta arī par jēdzienisko jeb konceptuālo metaforu) sastāv no diviem jēdzieniskajiem laukiem – sākotnējā un rezultējošā, un starp šiem laukiem pastāv noteiktas sistēmiskas saistības, kas balstītas pieredzē, kultūrā, iepriekšējās zināšanās. Specifiskā rakstura dēļ dzeltenajā presē visbiežāk metaforizēts cilvēka un attiecību jēdziens, turklāt katra konceptuālā metafora izgaismo kādu atsevišķu aprakstītā jēdziena aspektu, vienlaikus slēpjot citus. Lai tēlaini raksturotu cilvēku, tā rīcību, emocijas, izskatu utt., visbiežāk izmantots salīdzinājums ar dzīvniekiem (*vilku bars, pelēkā pele*), augiem (*mākslas zieds*), mitoloģiskiem un pasaku tēliem (*oranžais zombijs, džinsu karalis*), ēdienu (*žurnālistu kārumis*) u. c., savukārt mīlestības un attiecību raksturošanai tiek izmantota celtniecības leksika (*stabilas, sašķobījušās, izjukušas attiecības*) un militārā leksika (*ielenkt, iekarot, uzvara*), arī augi (*uzplaukst jūtas*), ūdenstilpe (*sekla mīla*). Plaši izplatīts metaforu tips ir personifikācija, kas ļauj paust pozitīvu vai negatīvu emocionālo vērtējumu (*sirsnīgi rūtots kostīms, skumjais pikets, vārga valsts vara*), kā arī metaforai radniecīgā metonīmija, kurā starp abiem pieredzes laukiem pastāv tiešas asociācijas, nevis līdzība, un tas ļauj izteikties īsāk vai arī izcelt kādu aspektu, kam īpaši pievērst uzmanību (*TV sejas, radio balsis, Ērglis remiksēts*).

Atslēgvārdi: metafora, kognitīvā semantika, dzeltenā prese, sākotnējais pieredzes lauks, rezultējošais pieredzes lauks.

Viens no populārākajiem un valodas līdzekļu lietojuma ziņā daudzveidīgākajiem plašsaziņas līdzekļiem ir t. s. dzeltenā prese. Bez vispārējās informatīvās funkcijas dzeltenās preses (sauktas arī par bulvārpresi un tabloīdu) mērķis visbiežāk ir izklaidēt, stāstīt par populāru mākslinieku, politiķu privāto dzīvi, nodarbošanos brīvajā laikā u. tml., kā arī, no otras puses, parādīt šos cilvēkus vai atspoguļot notikumus citā, visbiežāk iesaistītajiem dalībniekiem nevēlamā gaismā. Šai presei raksturīgs bagātīgs fotoattēlu lietojums, un teksts bieži vien ir tikai kā pielikums ilustratīvajam materiālam. Lai vēstījums būtu iedarbīgāks, saprotamāks, tiek lietoti gan stilistiski pazemināti, gan paaugstināti valodas līdzekļi.

Viens no biežāk lietotajiem tropu veidiem dzeltenajā presē ir metafora, ko tradicionāli (vairāk gan runājot par daiļliteratūru) skaidro kā slēptu salīdzinājumu, t. i., metafora tiek definēta kā vārds vai vārdu savienojums, ko lieto pārnestā nozīmē, lai apzīmētu kādu parādību, priekšmetu vai personu uz līdzības pamata. Jauna pieeja metaforu skaidrojumā radās 20. gs. 80. gados, un teorētiski tā tika formulēta lingvистa Džordža Leikofa (*George Lakoff*) un filozofa Marka Džonsona (*Mark Johnson*) sarakstītajā populārajā darbā *Metaphors we live by* (1980), kas

lika pamatus kognitīvajai semantikai (Šķilters 2008, 103). Šajā konceptuālajā darbā metafora vairs netiek skaidrota tikai kā valodiska parādība, bet uzsverts, ka cilvēka domāšanas process ir metaforisks, t. i., cilvēka jēdzieniskā sistēma ir strukturēta metaforiski, un metaforas kā lingvistiska parādība ir iespējamās tikai tādēļ, ka pastāv cilvēka jēdzieniskajā sistēmā (Lakoff, Johnson 2003, 6). Metaforas būtība ir kādu priekšmetu vai parādību izpratne, nosaukšana, lietojot cita veida jēdzienus (Lakoff, Johnson 2003, 5), un līdzība starp dažādajiem jēdzieniem balstās cilvēka pieredzē.

Metaforizācijas mehānisms gan šajā, gan sekotāju darbos aprakstīts, lietojot jēdzienus *source domain* un *target domain*, ko latviski iespējams tulkot kā ‘sākotnējais un rezultējošais pieredzes lauks’¹ vai arī kā ‘avotjoma’ un ‘mērķjoma’.² Kognitīvajā semantikā metafora (kas tiek saukta arī par konceptuālo jeb jēdzienisko metaforu) sastāv no diviem jēdzieniskajiem laukiem, no kuriem rezultējošais pieredzes lauks tiek saprasts ar sākotnējā pieredzes lauka jēdzieniem, un starp šiem laukiem pastāv noteiktas sistēmiskas atbilstības (Kövecses 2002, 4–6), kas balstītas pieredzē, zināšanās, kultūrā. Metaforu jeb rezultējošo pieredzes lauku tātad var izprast tikai tad, ja ir saprotams sākotnējais pieredzes lauks. Konceptuālās metaforas tādējādi ir balstītas nevis uz līdzību starp divām parādībām vai priekšmetiem u. tml., bet gan uz savstarpēji saistītiem elementiem, kas pastāv starp sākotnējo un rezultējošo pieredzes lauku (Knowles, Moon 2006, 33, 34). Te jāpiebilst, ka izšķir divu veidu metaforas – individuālās (*creative metaphors*), kas sastopamas daiļliteratūrā, un konvencionālās metaforas, no kurām daļa ikdienas valodā ir tik pierastas, ka bieži vien nemaz netiek atpazītas kā nozīmes pārnēsums un tādēļ dažkārt tiek dēvētas arī par mirušām metaforām (Knowles, Moon 2006, 5–6), tomēr kā vienā, tā otrā gadījumā pastāv divi pieredzes lauki. Rakstā sīkāk tiks aplūkota konvencionālo jeb, kā tās tiek dēvētas kognitīvajā semantikā, konceptuālo metaforu izpausme dzeltenajā presē.

Saskaņā ar ungāru lingvistu Zoltānu Kevečešu (*Zoltán Kövecses*) daži visbiežāk sastopamie jēdzieni, ar ko salīdzina priekšmetus, personas un parādības, jeb sākotnējie pieredzes lauki, ir šādi: cilvēka ķermenis (*ģimenes galva*), dzīvnieki (*viltīga lapsa*), augi (*uzplaukst jūtas*), celtnes un konstrukcijas (*ekonomisks sabrukums*), nauda un biznesa darījumi (*šķiest laiku*), kulinārija un pārtika (*veiksmes recepte*), karsts un auksts (*karsta ziņa*), kustība un virzība (*inflācija pieaug*) (Kövecses 2002, 16–20). Tie lielākoties ir universāli un galvenokārt konkrēti pieredzes lauki. Savukārt visbiežāk sastopamie jēdzieni, kas tiek izteikti metaforiski, jeb rezultējošie pieredzes lauki, ir abstrakti jēdzieni, piemēram, emocijas, sabiedrība, politika, ekonomika, attiecības, laiks, dzīve un nāve, notikumi un darbība u. tml. (Kövecses 2002, 20–25).

Pēc pieredzes lauku teorijas iespējams klasificēt arī tās metaforas, kas sastopamas dzeltenajā presē. Kā sākotnējie pieredzes lauki jeb jēdzieni, ar ko salīdzina priekšmetus, parādības un personas, visbiežāk konstatēti:

1) dzīvnieki

“Viņš jau nav lācis, bet stirna!” komponista [Kārļa Lāča] ātrumu komentēja kolēģi. (VZ)

¹ Termini lietoti Jurgā Šķiltera rakstā *Metafora kognitīvajā semantikā* (*Kentaurs XXI*, Nr. 45, 104. lpp.) un izmantoti arī šajā rakstā.

² Sk. Sīlis, J. Metaforisko terminu nākotne zinātnes valodā. *Valodas kvalitāte*. Rīga : Valsts valodas komisija, 2006, 107.–111.

Ļoti simpātisks gulbītis VIP pīļu dīķī. (VZ)

Grūtups ar tāda .. ievainota lauvas rēcienu gaiņā tās hiēnas .. (VZ)

Arī es pats esmu viens no šādiem zaķiem, kas baidās .. (SDz)

2) **augi**

Iedomājieties, ir pienākuši laiki, kad inteliģences zieds atbalsta ideoloģiju. (VZ)

Skat, arī šī ēka jau plaukst un zeļ. (SDz)

Un, lūk, sieviete jau atplaukst. (SDz)

3) **kulinārija un pārtika**

Žurnālistu kārums; viss vienā putrā; trekna piebilde.

4) **garšas sajūtas (salds un rūgts)**

LTV ziņās, protams, bija cukursalds sižets par šo puķaino notikumu. (VZ)

Joprojām bauda saldus brīvības priekus. (VZ)

Rūgtu atziņu pauž Ķesteris. (SDz)

5) **uguns**

Annas kundze esot aizsvilusies ne pa jokam. (VZ)

Gadās .. mocīties ar pēkšņi uzliesmojušiem mazvērtības kompleksiem. (VZ)

Kad fluīdi sprēgā un gribas to cilvēku gandrīz apēst, esot jābēg. (SDz)

Neesmu šādu pārraižu kvēls cienītājs. (VZ)

6) **temperatūras svārstības (karsts un auksts)**

[Viņi] labprāt demonstrēja karstu skūpstīšanos. (VZ)

Karstā moču sezona klāt. (VZ)

Ar siltām jūtām katrā ziņā neatceros. (SDz)

Ar vēsu prātu. (VZ)

7) **ūdens, ūdenstilpe**

Šampanieša jūra varēja konkurēt ar to otro – auksto un nemīlīgo. (SDz)

Laba vēlējumi spēja saviļņot puisī no Vecumniekiem. (VZ)

Pāris momentā pašķīrās un atsevišķi iejuka ļaužu straumē. (PDz)

8) **krāsa**

Melnā ikdiens. (VZ)

O, dzeltenajiem nu būs vāka bilde! (SDz)

Nav jābūt praktizējošam zilajam, lai zili domātu. (VZ)

Lai arī samērā skaidri izšķirami vairāki t. s. sākotnējās pieredzes lauki, arī šī klasifikācija nav bez pretrunām, jo “metaforai piemīt pat vairāki konotāti, notiek semantisko lauku krustošanās un pārklāšanās. Tāpēc arī metaforas skaidrojums ar pamatvārdu pilnībā nespēj atklāt asociāciju dziļumu ..” (Druvieta 1992, 108). Tā, piemēram, var apvienot fiziskās sajūtas, īpaši karstumu, ar uguni un dažkārt arī ar ēdiena gatavošanu, un tādi piemēri kā *Aktrise dusmās vārījusies* vai *Jaunizceptā mūzikas zvaigzne* var vienlīdz iederēties visās trijās grupās. Cieši saistīti ir arī ēdiena un garšas sajūtu jēdzieni (sal. *Saldo runu glazūra*), turklāt jēdziens *salds*, lietots metaforiski, var paust gan pozitīvu, gan negatīvu attieksmi. Piemēros *saldo runu*

glazūra vai *cukursaldais sižets* uzsvērtas nozīmes ‘glaimīgs’, ‘iztapīgs’, turpretī metaforas *salda dzīve*, *salds mirklis* izsaka patīkamu, bezrūpīgu dzīvi/mirkli.

Kā zināms, dzeltenajai preseī raksturīgs populāru mākslinieku, politiķu, šovbiznesa pārstāvju darba, atpūtas, attiecību, arī izskata atspoguļojums un iztirzājums, tādēļ visbiežāk šāda tipa plašsaziņas līdzekļos metaforizēts cilvēka un attiecību jēdziens. Lai tēlaini raksturotu cilvēku un tā rīcību, pastāv vairāki jēdzieni, ar ko salīdzināt, jeb sākotnējie pieredzes lauki:

1) **dzīvnieki**

Tas vairoja vēlmi uzlikt iemauktus straujajam Vašingtonas kumeļam. (VZ)
Šova veidotāji aizmirsa pateikt, ka viņi būs nevis labās fejas vai izpalīdzīgie rūķīši, bet vilku bars. (VZ)

Ne tikai cilvēka īpašības, bet arī rīcība var tikt izteikta ar dzīvniekam raksturīgu uzvedību:

Telefonsarunā vīratēvs atrūcis, ka gan jau kāds tomēr uz tiesu aiziešot... (VZ)
Mūsu Helēnīte teleekrānā vien smaidīdama spurdza. (VZ)
Gājputns. Pa vasaru Rīgas rajonā, pa ziemu – Spānijā. (VZ)

2) **augi**

Skatuves mākslas zieds. (VZ)
Aktiera skaistās “mīlas margrietiņas”. (SDz)
Karaļnama atvase. (VZ)

Augu raksturīgās īpašības arī tiek pārnestas uz cilvēku:

Un, lūk, sieviete jau atplaukst. (SDz)

3) **mitoloģiski un pasaku tēli**

Šie tēli galvenokārt tiek izmantoti, lai raksturotu gan īpašības, gan statusu, turklāt, kā redzams no piemēriem, attiecīgie priekšstati ir universāli, ienākuši no citām kultūrām:

Šova veidotāji aizmirsa pateikt, ka viņi būs nevis labās fejas vai izpalīdzīgie rūķīši, bet vilku bars. (VZ)
[Skatītājiem] patīk pelnrušķītes un neglītie pīlēni. (VZ)
[Viņš ir] pēdējais pirāts un baltais zvirbulis. (VZ)
Tāds jauks cilvēks, kurš ir ar mieru žņaugt tos oranžos zombijus. (VZ)

Līdzība pēc ārējā izskata:

Vienīgais no Baltijas cikstoņiem, kurš piekrita doties ringā pret kanādiešu milzi. (VZ)

Šajā grupā var ietilpināt arī salīdzinājumu ar valdniekiem:

Sapņu princis; mediju karalis; džinsu karalis.

4) **priekšmeti un mehānismi**

Tie raksturo uzvedību

MTV nevar strādāt robotiņi. (SDz)

vai ārējo izskatu.

Meitene nav nekāda adatiņa. (VZ)

5) **mēbeles**

Zinu, no kādiem augstiem plauktiem nāca komandas. (VZ)

6) **ēdiens**

Žurnālistu kārums. (VZ)

Rezultējošais pieredzes lauks jeb jēdziens *cilvēks* tiek saprasts ar vairākiem sākotnējā pieredzes lauka jēdzieniem. Kognitīvajā semantikā uzskata, ka ikvienu jēdzienu var skaidrot no dažādiem aspektiem, resp., katra konceptuālā metafora izgaismo kādu atsevišķu aprakstītā jēdziena aspektu, vienlaikus slēpjot citus (Kövecses 2002, 80, 84, Lakoff, Johnson 2003, 10–11). Tā, piemēram, runājot par cilvēku kā par dzīvnieku, tiek akcentētas kādas īpašības, uzvedība vai attieksme, ar pasaku tēliem var norādīt uz cilvēka statusu vai ārējo izskatu, monarhu metafora ietver ietekmi, statusu u. tml. Lietojot priekšmetus, augus vai citus nedzīvus objektus kā cilvēka metaforu, galvenokārt uzsvērta to funkcijas vai formas līdzība. Taču kā gan dzīvnieki, pasaku tēli iegūst savu metaforisko nozīmi? Kognitīvajā semantikā tas skaidrots tādējādi, ka sākotnēji tiek personificēti dzīvnieki, t. i., tiem tiek piedēvētas cilvēka īpašības un rīcība, bet pēc tam šis raksturojums, nu jau lietojot dzīvnieka metaforu, atkal attiecināts uz cilvēku (Kövecses 2002, 125). Var uzskatīt, ka līdzīgi personificēti arī pasaku un mitoloģiskie tēli. Lai arī šiem tēliem bieži vien piemīt pārcilvēciskas spējas vai to ārējais izskats ir pārdabisks, tie tomēr saglabā līdzību ar cilvēka izskatu vai uzvedību un ļauj precīzāk un iedarbīgāk raksturot cilvēku – piemēram, sakot, *doties ringā pret kanādiešu milzi*, tiek īpaši izcelts, ka pretinieks ir ļoti spēcīgs, liels, teju neuzvarams.

No vairākiem aspektiem, kā iespējams novērot dzeltenajā presē, var aplūkot arī attiecību un mīlestības jēdzienu. Lai tēlaini raksturotu mīlestību, tiek lietoti šādi sākotnējās pieredzes lauki:

1) **celtne, konstrukcija**

Mums ir pamatīgas, stabilas attiecības. (SDz)

Attiecības pavisam sašķobījušās. (KJ)

Attiecības manāmi sašūpojās. (VZ)

Laulība izjuka. (VZ)

2) **cīņa, karš**

Literatūras profesors vienmēr bijis .. studentu ielenkts. (SDz)

Vai aktrisi ir izdevies iekarot? (VZ)

Viņš bieži lielījās ar savām uzvarām gultā. (VZ)

3) **ūdenstilpe**

Mīla kļuvusi sekla. (SDz)

4) **augi**

Viņam uzplaukušas jūtas pret .. bekvokālisti. (KJ)

Aplūkotās cilvēka un attiecību metaforas kognitīvajā semantikā, sīkāk datot, tiek dēvētas par strukturālajām metaforām, jo kāds mērķjomas jēdziens tiek izteikts, izmantojot avotvalodas nozīmju struktūru (Lakoff, Johnson 2003, 15, Knowles, Moon 2006, 40). Tā, piemēram, strukturālā metafora *CILVĒKS IR DZĪVNIEKS* ir vispārīgs apzīmējums tiem metaforiskajiem izteicieniem, kuros cilvēks (arī tā

rīcība, īpašības, izskats) izteikts ar jēdzienu *dzīvnieks*, un tie, kā norādīts iepriekš, cilvēku raksturo no dažādiem aspektiem.

Bez strukturālajām metaforām kognitīvajā semantikā izšķir arī ontoloģiskās metaforas, kas ļauj runāt par parādībām, procesiem – abstraktiem jēdzieniem – tā, it kā tiem piemistu fizikālas īpašības, resp., garīgi procesi tiek izteikti ar fiziskiem procesiem (Knowles, Moon 2006, 40). Ontoloģiskās metaforas ir neatņemama sarunvalodas sastāvdaļa un tādēļ ļoti bieži sastopamas dzeltenajā presē, kur lietota sarunvalodas leksika. Daži piemēri: **smags** ‘mokošs; nepatīkams’, ‘grūti paciešams’ (*smaga problēma, smagākā epizode, smagas attiecības*), **ass** ‘skarbs; nesaudzīgs’ (*ass konflikts*), **karsts** ‘intensīvs; spraigs’, ‘aktuāls’ (*karsta ziņa, karstā sezona, karstās asinis*), **salds** ‘patīkams; mierīgs’, bet arī ‘liekulīgs’ (*saldā dzīve, salds mirklis; saldās runas*), **dārgs** ‘panākts ar grūtībām’ (*dārgs prieks*), **sauss** ‘lakonisks; neizteiksmīgs’ (*sausā ziņa*).

Šā tipa metaforas bieži nemaz netiek atpazītas kā metaforas, tās ir ikdienišķa valodas sastāvdaļa, bet vārdnīcās minētās nozīmes tiek dotas pēdējās un atzīmētas kā pārnestās.

Plaši izplatīts ontoloģisko metaforu tips ir personifikācija jeb cilvēka rīcības, emociju u. tml. piedēvēšana lietām, priekšmetiem, abstraktām parādībām (Kövecses 2002, 35, Lakoff, Johnson, 2003, 33–34). Piemēri:

Nauda paver tik daudzas durvis un arī sirdis. (SDz)

Tērps nesadzīvo ar ķermeni. (VZ)

Filmas veidotājiem vai nu naudas bija par maz, vai nu izdoma kliboja. (VZ)

Ontoloģiskās metaforas ir bieži lietots paņēmieni viegla rakstura plašsaziņas līdzekļos, lai paustu savu, resp., žurnālista, attieksmi pret notikumiem, cilvēkiem. Pozitīvs vai negatīvs emocionālais vērtējums vērojams šādos piemēros:

No kura kolhoza kluba aizmirstības lādes bija izvilkti viņas vājprātīgā fasona kleita? (VZ)

Taču, kā smeijies, šai plikajai propagandai ir auglīga augsne, kurā dzīt saknes. (VZ)

[Uzvilktis] *sirsnīgi rūtots kostīms Pasaules hokeja čempionātā Rīgā.* (SDz)

Skumjais pikets. (VZ)

Bankas ir resnas jau tagad. (VZ)

Jebkurš saldaiss ēdiens liks jūsu mēles kārpiņām gavilēt. (VZ)

Citas bieži lietotas ontoloģiskās metaforas: *bēdīga pieredze, sāpīgs process, sāpīgs ceļš uz panākumiem, trakas lietas, traka greizsirdība, lēna domāšana, vārga valsts vara.*

Aplūkotās metaforas – gan strukturālās, gan ontoloģiskās – funkcionē kā ikdienišķa valodas sastāvdaļa, tās nav jāatsifrē, ja lasītājiem ir zināmi un saprotami sākotnējie pieredzes lauki. Taču dzeltenajā presē, kurā sastopami ne tikai sarunvalodas, bet arī daiļliteratūras stila elementi, vērojamas arī t. s. individuālās jeb kreatīvās metaforas, kurās jo īpaši izpaužas žurnālistu radošais gars un kuras, lai atvieglotu to uztveramību, dažkārt tiek atšifrētas. Vienlaikus tie ir arī jaunas izteiksmes meklējumi. Daži piemēri:

Apmēram pēc 15 minūtēm no tās [krāsns] pretī smaida maigi kraukšķīgs pustumēness jeb franču mēlē – kruasāns. (SDz)

AIDS izplatība Parīzē, kas atgādina lielu civilizācijas kuņģi, ir biedējoša. (SDz)

Situācija, kādā nokļuvusi šī kādreiz tik populārā partija, raksturojama it prasti un zemnieciski – sivēns, kas iesprūdis žoga šķirbā. Mazais lopēns kviec, spīrinās un ripina pār šņukuru karstas as'ras, bet ne uz priekšu, ne atpakaļ netiek. (VZ)

Dažkārt, lai izteiksmi padarītu īpaši tēlainu, dzeltenajā presē tiek lietots daiļliteratūrai raksturīgs stilistisks izteiksmes līdzeklis oksimorons – parādības raksturojums ar vārdu, kas pamatnozīmē ietver īpašību, kura nevar piemist apzīmējamai parādībai. Piemēri:

Tagad, atceroties šo skaisto murgu, jāteic, ka katrs no mums tika izmalts riktīgās emocionālās dzirnavās. (SDz)

Maigais zvērs. (SDz)

Mīlīgā mežone. (VZ)

Nobeigumā jāpiemin metaforai radniecīgs nozīmes pārnese, proti, metonīmija, ko definē kā priekšmetu, parādību, personu apzīmējumu ar citu priekšmetu vai parādību nosaukumu uz to sakara pamata. Tāpat kā metaforas, arī metonīmiski nozīmes pārnese sakņojas cilvēku pieredzē un zināšanās, turklāt tie ir pašsaprotamāki, jo starp abiem pieredzes laukiem pastāv tiešas asociācijas (Lakoff, Johnson 2003, 39).

Daži biežāk sastopami metonīmiski pārnese tipi, kas konstatēti dzeltenajā presē:

1) **trauks un saturs**

Godmanis uzsver, ka viņa kabineta lēmums nākamgad iesaldēt algas valsts sektorā strādājošiem nav ultimāts, bet gan valdības pozīcija! (VZ)

Viņa viņas garderobe ir pelēkā un melnā krāsā. (KJ)

2) **apgērbs un tā valkātājs**

Uz politisko zilsvārču vai pelēksvārču fona Latvijas pārstāve izcēlās kā puķe. (SDz)

Nu, vadošo lomu var atdot arī sievietei, bet ar vienu noteikumu – ja viņa prot dejot. Sarkanā kleita to neprata. (VZ)

Visi vīrieši ir vienādi – parādi tikai jaunus brunčus! (SDz)

3) **priekšmets un tā lietotājs**

Kur tad jūs, dārgie lietussargi, bijāt, kad vajadzēja balsot Saeimas vēlēšanās? (VZ)

4) **jūtas un jūtu objekts**

Nav grūti iedomāties, ko viņi teiktu, ja lepnums [jahta] pagājušās piektdienas vakarā tā vienkārši būtu aizgājis pa burbuli. (VZ)

Ik pa laikam viņš izgājis sabiedrībā kopā ar vairāk vai mazāk populārām blondīnēm, tajā pašā laikā neslēpdams, ka aizvien ir īstās mīlestības meklējumos. (KJ)

5) **autors un darbs**

Bjorku palaidis garām. (VZ)

[Andris] Ērglis remiksēts. (RV)

6) **daļas lietojums veselā vietā** (sinekdoha)

“Latvijas Radio 2” sejas un balsis; TV sejas.

Krūtis ir klāt. (VZ)

Metonīmiski nozīmes pārnēsumi dzeltenajā presē nereti tiek lietoti, lai izteiktos īsāk, lakoniskāk, kas sevišķi svarīgi ir virsrakstos, apakšvirsrakstos, fotogrāfiju parakstos. Tāpat kā metaforas, arī metonīmijas lieto, lai paustu attieksmi vai izceltu kādu īpašu aspektu. Sevišķi tas novērojams sinekdohas gadījumā, jo, izvēloties, kāda daļa stājas veselā vietā, tiek arī norādīts, uz ko [lasītājam] galvenokārt jāfokusējas (Lakoff, Johnson 2003, 37) (sal., piem., *Krūtis ir klāt*).

Secinājumi

Dzeltenajā presē blakus informatīvajai un popularizējošajai pamatfunkcijai vienlīdz būtiska ir izklaidējošā funkcija, tādēļ tekstiem raksturīga brīva, neformāla izteiksme, sarunvalodas un dažkārt arī daiļliteratūras stila elementi. Lai paustu attieksmi un precīzāk raksturotu kādu aspektu, dzeltenajā presē tiek bagātīgi lietotas konvencionālās jeb konceptuālās metaforas, bet, lai panāktu lielāku tēlainību, tiek radītas arī individuālas metaforas (*Parīze – civilizācijas kuņģis*).

Specifiskā satura dēļ visbiežāk sastopamo konceptuālo metaforu paveids strukturālās metaforas dzeltenajā presē saistītas ar cilvēka un attiecību jēdzienu, un, lai šos jēdzienus raksturotu no dažādiem aspektiem, visbiežāk cilvēks salīdzināts ar dzīvnieku, augiem, mitoloģiskiem vai pasaku tēliem, arī priekšmetiem, mēbelēm, savukārt attiecības salīdzinātas ar celtni, konstrukciju, cīņu, augiem, ūdenstilpi. Lai paustu attieksmi pret notikumiem un cilvēkiem, tiek lietotas ontoloģiskās metaforas un jo īpaši personifikācija (*sirsnīgi rūtots kostīms, skumjais pikets*), savukārt, lai panāktu koncentrētu izteiksmi un/vai izceltu kādu aspektu, dzeltenajā presē, tāpat kā sarunvalodā, tiek lietoti metonīmiski nozīmes pārnēsumi (*Ērglis remiksēts, TV sejas*).

Avoti un to saīsinājumi

SDz – *Saldā Dzīve*

KJ – *Kas Jauns*

RV – *Rīgas Viļņi*

PDz – *Privātā Dzīve*

VZ – *Vakara Ziņas*

Literatūra

1. Druviete, I. Metafora sarunvalodā. *Valodas aktualitātes – 1991*. Rīga : Zinātne, 1992, 102–110.
2. Knowles, M., Moon, R. *Introducing metaphor*. Routledge, 2006.
3. Kövecses, Z. *Metaphor*. Oxford : Oxford University Press, 2002.
4. Lakoff, G., Johnson, M. *Metaphors we live by*. Chicago : Chicago University Press, 2002 (orig. 1980).
5. Šķilters, J. Metafora kognitīvajā semantikā. *Kentaurs XXI*. Nr. 45, Rīga : SIA Miner-va, 2008, 99–113.

Summary

On the basis of research of cognitive semantics, the article “Metaphor in the Yellow Press: the Cognitive Aspect” reviews some of the most frequently used types of metaphors in Latvian yellow press. In cognitive semantics, a metaphor (also called the conceptual metaphor) consists of two conceptual domains – source domain and target domain, and there are specific systematic correspondences between these domains which are based on experience, culture, and prior knowledge. Due to its specific character, the notion of human and relationship is metaphorized in the yellow press most of all; in addition, each conceptual metaphor highlights a separate aspect of the described notion, at the same time hiding others. In order to characterize a person, his/her actions, emotions, appearance, etc. in a figurative manner, comparison with animals (*a pack of wolves, grey mouse*), plants (*flower of art*), mythological and fairy-tale images (*orange zombie, the king of jeans*), food (*the pie of journalists*), a.o. is used the most often, while in characterization of love and relationship, the construction vocabulary (*stable, contorted, broken relationship*) and military vocabulary (*enclose, conquer, victory*) as well as plants (*feelings blossom*) and water reservoirs (*shallow love*) are used. A widespread type of metaphor is personification which allows to express positive and negative emotional evaluation (*heartily squared suit, the sad piquet, fragile state power*) as well as metonymy, which relates to metaphor where there are direct associations between both domains of experience instead of similarity, and which allows to shorten expressions or to highlight a particular aspect which should be paid especial attention to (*TV faces, radio voices, Eagle (Ērglis) remixed*).