

POLITIČKI MITOVI U KOMUNIKACIJI NA DRUŠTVENIM MREŽAMA TOKOM ZDRAVSTVENE KRIZE U REPUBLICI ITALIJI 2020. GODINE: ANALIZA POJMOVNIH METAFORA

Ana LALIĆ

University of Sarajevo, Faculty of Philosophy
Franje Račkog 1, 71 000 Sarajevo, B&H
E-mail: ana.lalic@ff.unsa.ba

ABSTRACT

U ovom radu analiziramo pojmovne metafore upotrijebljene u komunikaciji na društvenim mrežama. Koncentrisemo se na pojmovne metafore vezane za epidemiju virusa Covid-19 u *Facebook* statusima ministra vanjskih poslova Republike Italije Luigija de Maia. Upotrebljavajući kognitivnolingvistički pristup tekstu i pozivajući se na teoriju pojmovne metafore (eng. *Conceptual Metaphor Theory*), analiziramo pet metafora i to orijentacijske metafore, te metafore LIJEČENJE VIRUSA JE RAT, DRŽAVA JE MAŠINA, DRŽAVA JE ZAŠTITNIK i BORBA PROTIV VIRUSA JE UTAKMICA. Glavni cilj nam je da analiziramo način na koji se manifestuju pojmovne metafore i koja je njihova politička svrha. Pretpostavljamo da su pojmovne metafore, budući da se analizira specifična vrsta političkog diskursa, dio političke mašinerije koja ima za cilj promociju jedne političke opcije. Istraživanje pokazuje da pojmovne metafore imaju ideološku i političku svrhu te da u potpunosti odgovaraju stvaranju političkih mitova. Rezultati ovog istraživanja se dalje mogu koristiti u istraživanjima vezanim za analizu (političkog) diskursa, specifične analize pojmovnih metafora, te u detaljnijim istraživanjima vezanim za komunikaciju o izbijanju epidemije korona virusa 2020. godine.

Ključne riječi: pojmovne metafore, analiza diskursa, italijanski jezik, pandemija, društvene mreže

In this paper we analyze conceptual metaphors used in social network communication. We focus on conceptual metaphors regarding the Covid-19 epidemics in *Facebook* status updates of the Italian minister of foreign affairs Luigi de Maio. Using a cognitive linguistics approach to text and based on the *Conceptual Metaphor Theory* we analyze five metaphors: orientational metaphors, as well as the CURING THE VIRUS IS WAR, THE STATE IS A PROTECTOR, and FIGHTING THE VIRUS IS A GAME metaphors. Our main goal is to analyze the ways in which conceptual metaphors manifest and what their political goal is. We hypothesize that conceptual metaphors, seeing as we analyze a specific type of political discourse, are a part of a political machinery whose goal is the promotion of a single political party. Our research shows that conceptual metaphors have an ideological and a political purpose; further more they are completely adequate for the creation of political myths. The results of this paper can be further used in research on the analysis of (political) discourse, specific analysis of conceptual metaphors, and in more detailed research on the communication about the 2020 Coronavirus outbreak.

Key words: conceptual metaphors, discourse analysis, Italian, pandemics, social media

1.0 Uvod

Godinu 2020. je zasigurno obilježila pandemija virusa korona koji je od samog početka godine počeo dominirati javnim i privatnim diskursom. U vezi s tim, željeli smo ispitati kako se manifestuje javni diskurs vezan za spomenuti virus i na koji način pojmovne metafore u italijanskom jeziku dolaze do izražaja u takvom diskursu. Kao korpus za analizu uzimamo *Facebook* objave ministra vanjskih poslova Republike Italije Luigija di Maia objavljene u periodu od 9. marta do 4. maja 2020. godine. Simbolički smo se ograničili na ovaj period zato što je 9. marta proglašeno potpuno zatvaranje zemlje dok je njeno postepeno otvaranje započelo 4. maja.

Koncentrišemo se na upotrebu medicinskog i, prvenstveno, političkog diskursa u komunikaciji, a posebnu pažnju obraćamo na ideološku funkciju pojmovne metafore. S tim ciljem koristimo kognitivnolingvistički pristup ispitivanja pojmovne metafore koji metaforu shvata kao svakodnevnu pojavu u jeziku, a ne kao ukras pjesničkog stila. Analiziramo metaforička preslikavanja koja uređuju odnose u pet pojmovnih metafora: u orijentacijskim metaforama, te metaforama LIJEČENJE VIRUSA JE RAT, DRŽAVA JE MAŠINA, DRŽAVA JE ZAŠTITNIK, BORBA PROTIV VIRUSA JE UTAKMICA.

Kako bismo postigli cilj takve analize, rad je podijeljen u tri dijela. U prvom prikazujemo teoretsko-metodološki okvir istraživanja o pojmovnim metaforama, dajemo pregled istraživanja o metaforama u političkom i medicinskom diskursu te objašnjavamo na kojim se teoretskim postulatima zasniva naše istraživanje. U drugom dijelu dajemo kratak opis korpusa na kojem smo radili dok u trećem i centralnom dijelu radimo kvalitativnu analizu već navedenih pojmovnih metafora.

2.0 Teoretsko-metodološki okvir

2.1 Pojmovna metafora u okviru kognitivne lingvistike

Prema *Rječniku književnih termina* (Cuddon, 2013), metaforu, u tradicionalnom shvatanju tog pojma, možemo definisati kao „stilsku figuru kojom se jedna stvar opisuje pojmovima koji se povezuju s drugom. To je osnovna figura u poeziji.“ (Cuddon, 2013, 432). Prema ovoj definiciji očito je da se metafora, u teoriji književnosti, shvata kao pojam koji

je isključivi domen književnog, odnosno, još preciznije, pjesničkog stila. Mnogi autori (Goldberg, 2003; Charteris-Black, 2005; Grady, 2007; Dalla Libera, 2017) ističu kako je upravo Aristotel otac metafore u tradicionalnom smislu. U prijevodu Aristotelovog djela *O pjesničkoj umetnosti* iz 2015. godine (40-41) možemo vidjeti da Aristotel metaforu definiše kao „pjesnički ukras“ koji označava „prenošenje izraza s jednog predmeta na drugi, i to ili s roda na vrstu, ili s vrste na rod, ili s vrste na vrstu ili, najzad, na osnovu analogije“. Takvo shvatanje metafore mijenja se osamdesetih godina dvadesetog vijeka uz istraživanje Lakoffa i Johnosna (1980) objavljenim u knjizi *Metafore naše nasušne*¹ (eng. *Metaphors We Live By*). Lakoff i Johnson (1980) su pokazali da veliki dio metaforičkih izraza nastanjuje našu svakodnevicu te da se ne mogu smatrati isključivo domenom pjesničkog stila. Odnosno, metafore u jeziku postoje kao odraz metaforičkog načina na koji funkcioniše naš um.

Spomenuta studija se zbog povezanosti jezika sa načinom funkcionisanja uma i razmišljanja može smjestiti u okvir istraživanja kognitivne lingvistike. Kognitivna lingvistika je pristup analizi jezika koji nastaje krajem sedamdesetih i početkom osamdesetih godina i fokusira se na jezik kao na instrument za organizovanje, obrađivanje i prenošenje informacija (Geeraerts & Cuyckens, 2007, 3). Iako u okviru kognitivne lingvistike opstaje mnogo različitih pravaca, svi se zasnivaju na istoj temeljnoj pretpostavci: u centru jezika se nalazi značenje u najširem mogućem smislu koje podrazumijeva da je značenje fleksibilno i dinamično, da je enciklopedijsko i neautonomno, da je zasnovano na upotrebi i iskustvu i da suštinski zavisi od perspektive (Geeraerts, 2010, 72). Što se tiče pojmovne metafore, ta teorija spada u domen kognitivne semantike (npr. Talmy, 2011).

Unutar takvog naučnog okvira, pionirska studija Lakoffa i Johnsona (1980) osamdesetih godina daje pregled metafora u svakodnevnom jeziku i predstavlja ih, ne kao alat kićenog proznog ili poetskog stila, već kao svakodnevnu jezičku pojavu koja je oblikovana načinom na koji pojmimo svijet oko sebe. Ovakvo viđenje metafore, koje se naziva *teorija pojmovne metafore* (eng. *conceptual metaphor theory*) potvrđuju i produbljuju i dalja istraživanja koja su proveli, između ostalih, Johnson (1987), Lakoff (1987), Lakoff i Turner (1989), Gibbs (1994: 120-264), Lakoff i Johnson (1999) te Kövecses (2010).

¹ Prijevod pojmova i naslova preuzimamo iz Rasulić i Klikovac (2014).

Ta dva autora (Lakoff i Johnson, 1980) pojmovnu metaforu definišu kao preslikavanja između pojmovnih domena koji daju strukturu našem razmišljanju, iskustvu i svakodnevnom jeziku. Takođe, radi se i velikom sistemu primarnih metafora koje usvajamo automatski i nesvjesno od najranijeg djetinjstva (Lakoff & Johnson, 1999, 47). Osnova pojmovnih metafora se nalazi u pojmu utjelovljenosti (eng. *embodiement*) što znači da se pojmovi u jeziku metaforički iskazuju zahvaljujući tjelesnom iskustvu koje se preslikava u jeziku i time motiviše njegovu semantičku strukturu (Gibbs, 2006, 90-96; Talmy, 2011). Zapravo, Lakoff (1993, 205) predlaže da „čim se odmaknemo od konkretnog fizičkog iskustva i počnemo govoriti o apstraktnim konceptima, emocijama ili domenama koje se ne mogu direktno iskusiti, metaforički procesi postaju norma“. Drugim riječima, osnova za pojmovnu metaforu u jeziku su čovjekovo tjelesno iskustvo i kulturološki okvir u kojem on živi i djeluje (Lakoff & Johnson, 1980). Zapravo, osnovna karakteristika pojmovne metafore je u preslikavanju (eng. *mapping*), odnosno u sistematskom metaforičkom podudaranju između dvije bliske ideje (Grady, 2007, 190)

Nakon ovog djela, i Lakoff i Johnson su se nastavili baviti pojmovnom metaforom te tvrde da o subjektivnim iskustvima, kao što su važnost, sličnost, poteškoća ili moralnost, razmišljamo i rasuđujemo upotrebljavajući koncepte iz drugih, uglavnom čulno-motornih, iskustava (Lakoff & Johnson, 1999, 45). Pa autori (Lakoff & Johnson, 1999, 45) tako navode primjer čulno-motornog iskustva mentalne slike predmeta koji nam proljeće iznad glave koja se preslikava na subjektivno iskustvo čovjeka koji ne uspijeva nešto shvatiti.

Iako opstaju različite teorije² koje opisuju pojmovne metafore, mi smo se odlučili da u ovom radu primijenimo dvodomenski model zasnovan na studiji Lakoffa i Johnsona (1980). Suštinski se radi o međudomenskim preslikavanjima između jedne konkretne i druge apstraktne domene (Lakoff & Johnson, 1999, 48) s tim da se mentalne slike izvornih domena aktiviraju i preslikavaju na ciljni domen (Narayanan, 1997). Kövecses (2010, 4) domene definiše kao bilo koju koherentnu organizaciju iskustva. U vezi s tim, u nastavku rada ćemo pojmovne metafore navoditi na tradicionalan način, tj. u obliku izjavne rečenice u kojoj ciljni domen odgovara subjektu, a izvorni domen imeničkom dijelu predikata dok je preslikavanje označeno kopulativnim glagolom *biti* (Lakoff & Johnson,

² Pored ovog modela vrijedi spomenuti i višeprostorni model (Fauconnier i Turner, 1996) i model priključenja klasi (Glucksberg, 1991).

1999: 60-61). Kao ilustrativni primjer možemo uzeti uobičajenu metaforu VRIJEME JE NOVAC. U ovom slučaju izvorni domen „novac“ pomaže pri razumijevanju ciljne domene „vrijeme“. Zapravo se radi o preslikavanju iskustvenog domena i načina na koji razumijemo konkretnu pojavu kao što je novac na apstraktan pojam kao što je vrijeme. Samim time se široko uvriježena shvatanja o novcu kao što su njegova vrijednost, tendencija da ga štedimo, grižnja savjesti kada ga uzaludno trošimo preslikavaju na vrijeme i dodaju tom apstraktnom konceptu cijeli niz značenja koje već poznajemo. Prema ovom konceptu, metafora prizemljuje apstraktne koncepte tako što se izvorne domene pojmova koji su duboko vezani sa svakodnevicom i koji predstavljaju konkretne pojave ili pojmove, kao što su TIJELO, ŽIVOTINJE, BILJKE, SVJETLO, TOPLOTA, POKRET itd. primjenjuju na apstraktne i nematerijalne domene kao što su EMOCIJE, ŽELJA, MISAO, RELIGIJA, POLITIKA, AKCIJA, VRIJEME, ŽIVOT, SMRT itd. (Evola, 2008, 59). Uz to, hrišćanska kultura na temelju odnosa BOG JE GORE naspram ĐAVO JE DOLJE utiče na orijentacijsku metaforu da je DOBRO GORE, a LOŠE DOLJE (Evola, 2008: 69).

Dalje, Grady (1997) predlaže da se složena metaforička razmatranja subjektivnih iskustava sastoje od primarnih atomskih jedinica u vidu primarnih metafora, odnosno, da složene metafore nastaju pomoću uklapanja manjih metaforičkih dijelova u veće cjeline. Na sličnom tragu su i Lakoff i Johnson (1999, 61) koji tvrde da se čulno-motorna sposobnost za zaključivanje znatno uvećava kada se udruže dvije ili više primarnih metafora s ciljem stvaranja složene pojmovne metafore. Tako da ti autori (Lakoff & Johnson, 1999, 73) izdvajaju tri karakteristike primarnih metafora:

1. Utjelovljene su kroz tjelesno iskustvo koje veže čulno-motorna iskustva sa subjektivnim doživljajima;
2. Logika izvornog domena potiče od strukture zaključivanja čulno-motornog sistema;
3. Primarna metafora se ostvaruje na nivou neurona.

Lakoff i Johnson (1980) pojmovne metafore dijele u više klasa. Radi se o strukturalnim, orijentacijskim i ontološkim metaforama. Strukturne metafore predstavljaju one slučajeve pojmovnih metafora zahvaljujući kojima se jedan koncept metaforički strukturira zahvaljujući drugom (Lakoff & Johnson, 1980, 15). U takve slučajeve možemo svrstati već spomenutu metaforu kao što je VRIJEME JE NOVAC (Lakoff &

Johnson, 1980, 8-10). Metaforu VRIJEME JE NOVAC lako primjećujemo u svakodnevnim izrazima kao što su npr. *uložiti vrijeme, trošiti vrijeme* ili *štediti vrijeme*. S druge strane, orijentacijske metafore se ne odnose na strukturu metaforičkog izraza nego organizuju koncepte u prostoru jedan u odnosu na drugi i prostornu smještau dati koncept (Lakoff & Johnson, 1980, 15). Većina se oslanja na orijentaciju u prostoru kao što su odnosi između gore-dolje, unutra-vani, ispred-iza, duboko-plitko, centralno-periferno (Lakoff & Johnson, 1980, 15). Neki od metaforičkih izraza koji se oslanjaju na shvaćanje SRETNO JE GORE, TUŽNO JE DOLJE se očituju u izrazima kao što su *podići se* ili *potonule su mi lađe*. Konačno, ontološke metafore služe da se iskustva identifikuju kao bića ili tvari te da se tako lakše kategorizuju, grupišu ili prebroje (Lakoff & Johnson, 1980, 26). Neki od tih slučajeva su metafore UM JE LOMLJIV koja upravlja izrazima kao što su *ego mu je krhak* ili NEVOLJA JE POSUDA zahvaljujući kojoj imamo izraz *izaći iz nevolje* (Lakoff & Johnson, 1980, 29-32).

Budući da puni značaj složenih metafora proističe iz njihovih implikacija (Lakoff & Johnson, 1999, 66), u ovom radu ćemo analizirati implikacije metafora upotrijebljenih u političkom diskursu u *Facebook* statusima italijanskog ministra vanjskih poslova i objasnićemo njihove implikacije i politički značaj. Način na koji ćemo analizirati metafore se zasniva na modelu koji predlaže Charteris-Black (2004, 34; 2005, 26). Taj model se naziva kritička analiza metafora (eng. *critical metaphor analysis*) i služi za identifikovanje namjera i ideologija koji se kriju iza jezika. Ovaj pristup se odvija u tri koraka: metafore se identifikuju, zatim interpretiraju i konačno objašnjavaju. Upravo će se na taj način odvijati naša analiza pojmovnih metafora u četvrtom poglavlju, a u sljedećem potpoglavlju ćemo ukratko predstaviti karakteristike upotrebe pojmovnih metafora u specijalističkom diskursu.

3.0 Pojmovna metafora u specijalističkom diskursu

Budući da su tema ovog rada *Facebook* statusi vezani za virus korona italijanskog ministra vanjskih poslova, smatramo da je bitno predstaviti osnovne karakteristike komunikacije na društvenim mrežama, osnovne karakteristike političkog diskursa te odrediti koje mjesto zauzima pojmovna metafora u medicinskom i političkom diskursu.

Društvene mreže se mogu definisati kao „grupa aplikacija na internetu koje se zasnivaju na ideološkim i tehnološkim osnovama *Web 2.0* i koje dopuštaju stvaranje i razmjenu sadržaja koje proizvode korisnici“ (Kaplan & Haenlein, 2010, 61). Nesumnjivo je da društvene mreže već duže vremena predstavljaju značajnu platformu za razmjenu informacija i dopiranje do ciljne publike, tako da su zadnjih godina bile i predmet naučnih istraživanja (Wigand et al., 2010; Stieglitz & Dang-Xuan, 2012).

Društvene mreže sve se više koriste za političku komunikaciju i to ih koriste i građani i političari, stranke ili organizacije (Stieglitz & Dang-Xuan, 2012), a njihova velika prednost u odnosu na komunikaciju preko drugih vidova kanala je u tome što se mogu koristiti za direktnu komunikaciju između političara i potencijalnih glasača i građana (Hong & Nadler, 2011). Društvene mreže, pogotovo *Twitter* i *Facebook*, imaju potencijal da povećaju učešće građana u političkim diskusijama te da pomažu pri širenju informacija i političkih stavova (Stieglitz & Dang-Xuan, 2012). Golbeck, Grimes i Rogers (2010) i Ammann (2010) pokazuju da američki kongresmeni i kandidati za kongres *Twitter* koriste sa ciljem političke kampanje. Kada se uzme u obzir rečeno, logično je da su društvene mreže upotrijebljene i za komunikaciju tokom zdravstvene krize.

Nakon Lakoffa i Johnsona (1980) koji su analizirali metafore u svakodnevnom govoru, mnoga istraživanja su za predmet imala metafore u specijalističkom diskursu. Sami Lakoff i Johnson (1999) pokazuju da je metafora filozofski koncept koji se može uređivati odnose u diskursu ekonomije, prava, politike pa i religije i filozofije. Istraživanja takođe pokazuju da pojmovna metafora igra ulogu i u razumijevanju nauke (Brown, 2003). U vezi s tim, Navarro i Ferrando (2016) istražuje upotrebu metafora u medicinskom diskursu i iznosi tezu da su metafore u takvoj vrsti diskursa još uvijek relativno neistražen teritorij te da su rijetka istraživanja koja se bave metaforičkim domenama koje organizuju semantičke aspekte medicinskog diskursa. Navarro i Ferrando (2016) istražuje upotrebu pojmovnih metafora u različitim vrstama medicinskog diskursa i zaključuje da je metafora oblika LIJEČENJE JE RAT češća u štampi koja je namijenjena široj publici nego u istraživačkim člancima čija je ciljana publika struka. Pokazaće se da je ta metafora zapravo i najdominantnija u korpusu koji smo istraživali.

Međutim, istraživanja pojmovnih metafora su mnogo češća u političkom diskursu nego u naučnom. Connolly (1993, 2) tvrdi da se pod pojmom politički diskurs smatra rječnik koji se često koristi u političkoj misli, način na koji se utjelovljuju značenja i zaključci do kojih se dolazi

kada se koristi takav rječnik. Van Dijk (1995, 139) ističe da je podjela na *mi protiv njih* jedna od osnovnih karakteristika političkog diskursa. Istraživanja o metafori već duže vrijeme imaju svoja mjesta u analizi političkog diskursa. Metafore u političkom diskursu služe da opišu vodstvo (Charteris-Black, 2005, 197). Naime, Otieno, Rew Owino i Miguda Attyang (2016) smatraju da se analiza političkog diskursa zasniva na ideji da metafore u političkom diskursu igraju ključnu ulogu zato što imaju značajnu retoričku ulogu. Pojmovna metafora u političkom diskursu ima zadatak da ubijedi slušaoca u ispravnost stavova govornika i da naglasi mane političkih protivnika (Neagu, 2013, 33). Charteris-Black (2005) analizira diskurs šest političara, troje iz Sjeverne Amerike i troje iz Velike Britanije, iz dvadesetog vijeka i ukazuje na metafore koje koriste u svojim govorima. Taj autor (Charteris-Black, 2005, 13-20) ističe upravo metaforu kao odliku političkog diskursa zato što ona ima moć da utiče i na kogniciju i na emocije te samim time ubijedi slušaoca u određeni politički stav.

Charteris-Black (2005, 21) izdvaja upravo ideologiju kao ključnu stavku političkog diskursa i definiše je kao sistem vjerovanja kroz koji društvena grupa pravda svoje postojanje sama sebi i predlaže da je politička metafora jedan od najbitnijih načina na koje se u političkom diskursu manifestuje ideologija. Dalje, najčešći način na koji se manifestuje ideologija je kroz politički mit (Charteris-Black, 2005, 22). Vrste političkih mitova identifikuju Edelman (1977, 71-81) i Geis (1987, 26)³:

1. Urota neprijatelja (eng. *The Conspirational Enemy*): radi se o mitu koji pretpostavlja postojanje vanjskog i drugačijeg neprijatelja koji spletkari kako bi nam učinio nešto nažao;
2. Hrabri vođa (eng. *The Valiant Leader*): mit koji cilja na ideju da postoji jedan jedini vođa koji je dovoljno hrabar, agresivan i vješt da spasi narod od opasnosti;
3. Ujedinjeni smo jači (eng. *United We Stand*): vjerovanje da grupa može pobijediti neprijatelje samo kroz rad, žrtvu i ugledanje na vođe.

U nastavku rada analiziramo one metafore koje se tiču stvaranja gorenavedenih mitova.

³ Prijevod terminologije koja slijedi je naš.

3.1 Opis korpusa

Kao korpus za ovo istraživanje uzimamo *Facebook* statuse koje je objavio ministar vanjskih poslova Republike Italije u periodu od 9. marta do 4. maja. Razmatramo upravo taj period zato što je 9. marta država u potpunosti zatvorena, a 4. maja je započelo postepeno popuštanje mjera (*Gazzetta ufficiale*, Anno 161, numero 108). U tom vremenskom periodu, ministar vanjskih poslova Republike Italije Luigi di Maio je na svom *Facebook* profilu objavio 152 statusa od kojih je 141 za temu imalo korona virus. Analizirali smo samo statuse koji su se direktno bavili pandemijom koronavirusa, a ne i one koji su se ticali drugih tema. Ipak, iz broja statusa koji se tiču koronavirusa, jasno je da se radi o dominantnoj temi u italijanskoj vanjskoj politici tokom rečenog perioda.

Kroz analizu 141 statusa koji su uzeti u razmatranje, došli smo do sljedećih pojmovnih metafora: DOBRO JE GORE, LOŠE JE DOLJE (u analizi ćemo ove dvije metafore objediniti u potpoglavlju *Orijentacijske metafore*), LIJEČENJE VIRUSA JE RAT, DRŽAVA JE MAŠINA, DRŽAVA JE ZAŠTITNIK, BORBA PROTIV VIRUSA JE UTAKMICA. Klasifikovali smo ih u dvije grupe, proste i složene. U proste metafore svrstavamo orijentacijske metafore dok ostale spadaju u složene. Statuse prenosimo vjerno kako su objavljeni i za svaki primjer navodimo i datum objave.

4.0 Analiza pojmovnih metafora

Kao što je već rečeno u teoretskom dijelu, proste metafore su one metafore koje se ne mogu dalje raščlanjivati i koje su atomske (v. i Grujić, 2018, 32). Unutar korpusa smo analizirali dvije proste metafore – DOBRO JE GORE i LOŠE JE DOLJE – koje smo objedinili pojmom orijentacijske metafore. Upravo o njima će biti riječi u sljedećem potpoglavlju.

Kao što je već spomenuto u teoretskom dijelu, orijentacijske metafore su one metafore koje se sastoje od pojmova vezanih za orijentaciju u prostoru (Lakoff & Johnson, 1980, 15). Ovi metaforički izrazi nisu proizvoljni, već potiču iz kulture i odražavaju način na koji se doživljava svijet. Kao dvije krovne orijentacijske metafore možemo izdvojiti DOBRO JE GORE i LOŠE JE DOLJE. Unutar prve, u našem korpusu se pokazalo da se orijentacijske metafore doživljavaju kao PONOS JE GORE, ŽIVOT JE GORE. U suprotnosti sa tim metaforama su one koje

spadaju u grupu LOŠE JE DOLJE kao što su PORAZ JE DOLJE, PONIZNOST JE DOLJE, KUKAVIČLUK JE DOLJE.

Najprije analiziramo metafore koje spadaju u domen DOBRO JE GORE. Radi se o sljedećim slučajevima:

1. Un popolo che nella sua storia **si è sempre rialzato, a testa alta**, senza mai smettere di sventolare il tricolore. (4. maj)
2. Siamo affrontando insieme questa crisi e siamo tutti consapevoli dei problemi che ci affliggono, ma vi assicuro che ne usciremo **a testa alta**. (20. april)
3. Sono certo che presto **ci rialzeremo**. Tutti insieme, come una grande nazione. (19. april)
4. L'Italia **si rialzerà**. (15. april)
5. Nella sua dichiarazione del 9 maggio 1950, quando le nazioni europee cercavano ancora di **risollevarsi** dalle conseguenze devastanti della Seconda guerra mondiale, Robert Schuman disse, testualmente: /.../ (13. april)
6. Siamo dando il massimo per ottenere l'accordo migliore in Europa. Un accordo che possa darci strumenti concreti per aiutare i nostri cittadini **a rialzarsi**. (10. april)
7. Forza, **ci rialzeremo** anche stavolta. (8. april)
8. Siamo dimostrando di essere un Paese unito, una Nazione che ha tanta voglia di **rialzarsi**. (1. april)
9. Da questa malattia si può guarire e dimostreremo di essere un grande popolo che ha saputo lottare. E **rialzare la testa**. (23. mart)
10. Dobbiamo **rialzarci**. E **ci rialzeremo**. (23. mart)

Ono što se primjećuje u izdvojenim primjerima je da se orijentacijska metafora GORE JE DOBRO manifestuje na tri načina i to kroz upotrebu sintagme *a testa alta* (bos. podignute glave, odnosno ponosno) te upotrebom galgola *rialzarsi* (spr. *opet ustati*) i *risollevarsi* (bos. *opet se podići*), oba, naravno, metaforički upotrijebljena sa značenjem „vratiti se u život”, odnosno „izaći iz velike nevolje”. Ministar ih upotrebljava sa ciljem podizanja morala javnosti i podizanja duha koji su neophodni da se može prebroditi kriza. Takođe, ove metafore se oslanjaju na mit „zajedno smo jači“ budući da se ministar stalno obraća narodu u množini i da se stalno implicira da će narod zajedno opet ustati i izvući se iz nevolje. Takvom upotrebom jezika ministar stvara ideju da se samo zajedništvom može pobijediti neprijatelj.

U suprotnosti sa navedenim primjerima su metafore koje spadaju u domen LOŠE JE DOLJE:

11. Ora la curva sta scendendo, ma non dobbiamo **abbassare la guardia**. (28. april)
12. Questo però non significa che possiamo **abbassare la guardia**. (20. april)
13. Nonostante tutto la gente **non si abbatte** e reagisce con dignità a questa emergenza. (18. april)
14. L'Italia **non china la testa**. (16. april)
15. Non molliamo e **non abbassiamo la guardia**, dimostriamo al mondo intero che siamo forti e che sapremo sconfiggere questo maledetto virus. (21. mart)
16. Non fermiamoci, non bisogna **abbassare la guardia**. (20. mart)

Najčešće upotrebljavana metafora iz grupe loše je dolje je *abbassare la guardia* (bos. spustiti stražu) koja poručuje da se ne treba dopustiti da se opusti misleći da je opasnost prošla. Druge dvije metafore koje su upotrijebljene su *abbattersi* (bos. klonuti) i *chinare la testa* (bos. pgnuti glavu), obje upotrijebljene u odričnoj formi. Time se takođe pokušava podići duh, odnosno održati ga. Istovremeno se primjećuje da se češće koriste metafore koje se odnose na DOBRO JE GORE od onih koje se odnose na LOŠE JE DOLJE. Potencijalni razlog možemo tražiti u činjenici da ministar svojim objavama pokušava podići moral građana što lakše može postići upotrebom metafora koje šalju pozitivne i optimistične poruke nego upotrebom onih koje odišu pesimizmom i oprezom.

Za razliku od prostih, složene metafore su molekulske (v. i Grujić, 2018, 33) možemo ih raščlaniti na više prostih metafora koje se udružuju u stvaranju jednog kompleksnog smisla. Odnosno, njihovo značenje je stvoreno iz više metafora koje se udružuju u stvaranju smisla. Unutar korpusa smo kao složene metafore izdvojili LIJEČENJE VIRUSA JE RAT, DRŽAVA JE MAŠINA, DRŽAVA JE ZAŠTITNIK, BORBA PROTIV VIRUSA JE UTAKMICA. U sljedećim potpoglavljima ćemo pojedinačno analizirati svaku od ovih metafora.

LIJEČENJE VIRUSA JE RAT

Analiza korpusa je pokazala da se najčešće upotrebljava metafora LIJEČENJE VIRUSA JE RAT, a ujedno se radi i o najsloženijoj metafori koju smo uspjeli izdvojiti u korpusu. Takva upotreba metafore je i logična

kada uzmemo u obzir da obrasci razmišljanja koje već poznajemo o ratu nam pomažu da razumijemo novu i drugačiju situaciju. Npr. pomažu nam da preslikamo ozbiljnost situacije, borbu ili strategiju. Ova složena metafora funkcioniše na bazi nekoliko prostih metafora koje nam sve pomažu da stvorimo potpunu sliku težine situacije u kojoj se država nalazi. Ova složena metafora sastavljena je od sljedećih prostih metafora koje se sve mogu identifikovati zahvaljujući upotrebi leksema koje pripadaju semantičkom polju rata: VIRUS JE NEPRIJATELJ, ZAŠTITNA OPREMA I LIJEKOVI SU ORUŽJE te MEDICINSKI RADNICI SU VOJNICI.

Što se tiče metafore VIRUS JE NEPRIJATELJ, izdvojili smo sljedeće slučajeve:

17. La Ferrari, una delle nostre eccellenze italiane, **ha messo in campo** le proprie competenze per **fronteggiare** il coronavirus e **salvaguardare la vita** degli italiani. (18. april)
18. In queste settimane presidenti di Regione e sindaci **stanno affrontando in prima linea** questa emergenza. (5. april)
19. Credo che in questo momento si debbano ricordare con i massimi onori tutte **le vittime di questa guerra** che stiamo portando avanti come Stato contro questo virus. (31. mart)
20. E non c'è solo la Ferrari, ci sono tanti altri marchi che rendono l'Italia grande nel mondo e che oggi sono **uniti nella battaglia contro** il Coronavirus: /.../ (29. mart)
21. Grazie a tutti voi di cuore, sapere che siamo tutti **uniti in questa battaglia** ci dà ancora più fiducia. (29. mart)
22. Perché se **stai combattendo una guerra** devi agire in maniera tempestiva difendendo con tutte le forze il tuo Paese. (27. mart)
23. Sono in videoconferenza al G7 con i ministri degli Esteri degli altri Paesi, ai quali ribadirò un concetto chiaro: **questa è una guerra contro un avversario** invisibile, ma comune. (25. mart)
24. Ma se c'è qualcuno, una piccola parte, che intende rallentare l'impegno di chi giorno e notte **sta lottando senza sosta contro il virus**, allora è giusto che vada incontro a sanzioni più severe. (24. mart)
25. È quello che stiamo facendo al Ministero degli Affari Esteri per **fronteggiare questa emergenza**, per reperire materiale sanitario, per supportare i nostri connazionali in Italia e all'estero. Nessuna medaglia, è semplicemente il nostro lavoro. (21. mart)
26. C'è stato un tempo in questo Paese in cui ai nostri nonni è stato ordinato di **andare in guerra, a rischiare la propria vita**. A tutti noi

oggi viene semplicemente chiesto di stare a casa per proteggere la salute dei nostri cari. (10. mart)

27. Rispettiamo le regole e **sconfiggiamo il virus** il prima possibile! (9. mart)

U primjeru (25) i može primijetiti i pozivanje na mit o „hrabrom vođi” koji jedini može spasiti narod. Međutim, unatoč tom mitu, ipak je iz primjera (21), (26) i (27) jasno da se više upotrebljava mit „zajedno smo jači” i „urota neprijatelja“. Ti mitovi se manifestuju kroz upotrebu leksema vezanih za leksičko polje rata kao što su *combattere* (bos. boriti se), *mettere in campo* (bos. uvesti u bojno polje), *guerra* (bos. rat), *fronteggiare* (bos. suočiti se sa), *lottare* (bos. boriti se), *rischiare* (bos. rizikovati), *sconfiggere* (bos. pobijediti). Upotrebom ove metafore, vanredno stanje uzrokovano virusom se izjednačava sa vanrednim stanjem koje uzrokuje rat; trud pojedinaca, firmi i ustanova u borbi se izjednačava sa vojnom strategijom ili regrutovanjem vojnika i proizvodnih kapaciteta; žrtve uzrokovane bolešću se izjednačavaju sa ratnim žrtvama dok se napredak u borbi protiv virusa poistovjećuje sa ratnim pobjedama.

Na metaforu LIJEČENJE VIRUSA JE RAT se naslanja i metafora ZAŠTITNA OPREMA I LIJEKOVI SU ORUŽJE:

28. **Stiamo affrontando** l'emergenza sanitaria **mettendo in campo tutti gli strumenti** ordinari e straordinari, recuperandoli anche all'estero. (29. mart)
29. Ci stiamo **attrezzando** nel migliore dei modi per **fronteggiare** questo maledetto virus. (19. mart)

U ova dva primjera ispostavlja se da se glagol *attrezarsi* (bos. naoružati se) iz primjera (29) odnosi na nabavku zaštitne opreme koja je potrebna za sprečavanje širenja i za liječenje bolesti na isti način na koji se naoružava oružjem za bormu protiv neprijatelja. U primjeru (28) upotrebom sintagme *mettere in campo* (bos. uvesti u bojno polje) označava se ideja da će se zaštitna oprema koristiti u bolnicama na isti način na koji se oružje koristi u bojnom polju tako što se ta dva pojma izjednačavaju.

Treća metafora unutar složene metafore LIJEČENJE VIRUSA JE RAT je ujedno i najčešća prosta metafora koja se upotrebljava u analiziranom korpusu, a radi se o metafori MEDICINSKI RADNICI SU VOJNICI. U pitanju su sljedeći primjeri:

30. Bisogna onorare chi **in prima linea** ha combattuto e sta continuando a combattere contro il virus. (4. maj)
31. Medici, infermieri, operatori sociosanitari **stanno lottando** notte e giorno contro il coronavirus, in tutta Italia. Hanno salvato tante vite, ma **hanno anche visto colleghi morire**. (29. april)
32. Ci sono tante persone che **hanno sacrificato la propria** vita per quella del prossimo. La loro memoria va onorata, lavorando seriamente e facendo cose di buon senso. (28. april)
33. Medici, infermieri e operatori sociosanitari stanno facendo turni **massacranti** in queste settimane per salvare vite umane. (22. april)
34. E dobbiamo pensare che la priorità di questo tempo, oggi, è innanzitutto proteggere la vita. Lo dobbiamo a chi dall'inizio della crisi **sta combattendo in prima linea**, soprattutto **negli ospedali**. (18. april)
35. Anche il giornale americano The New York Times ha realizzato un reportage sulle nostre **forze bianche** che con turni massacranti stanno salvando vite umane in tutti gli ospedali italiani. (16. april)
36. Ieri a Torino è arrivata **la task force** proveniente da Cuba, composta da 21 medici e 16 infermieri, per aiutare le nostre **forze bianche** che stanno faticando da settimane senza sosta nei nostri ospedali. (14. april)
37. Sempre più numerosi i rinforzi che arrivano dall'estero in aiuto alle nostre **forze bianche**: /.../ (5. april)
38. La vita non serve, se non si serve. Guardate ai veri **eroi** che in questi giorni vengono alla luce: non sono quelli che hanno fama, celebrità e soldi, bensì coloro che danno tutti sé stessi per servire gli altri. Pensiamo al bene che possiamo fare, prendiamoci cura dei più deboli. La mia preghiera in queste giornate drammatiche va a medici, infermieri e tutti gli altri servitori dello Stato che **stanno salvando vite altrui a costo della propria**. (5. april)
39. La solidarietà di molti Paesi esteri ci sta permettendo di dare supporto a medici, infermieri e operatori sanitari **in trincea nei nostri ospedali**. (4. april)
40. Sono **in trincea** notte e giorno, migliaia e migliaia di medici, infermieri e operatori sociosanitari, per aiutare ogni singolo cittadino. (1. april)
41. Un pensiero a chi sta **in trincea** in questo momento e trascorrerà la nottata in ospedale o in strada. (27. mart)
42. /.../ ci sono centinaia di morti ogni giorno e Dio solo sa quanti di più ce ne sarebbero se non fosse per **gli eroi** che abbiamo nella nostra sanità, che **stanno resistendo** nonostante tutto. (25. mart)

43. Dobbiamo concentrare le nostre energie sul contenimento di questo virus, sull'aiuto ai nostri medici e infermieri che **stanno sacrificando la propria vita** per quella degli altri. (23. mart)
44. Medici, infermieri, operatori socio sanitari, forze dell'ordine, amministratori locali, tutti **in trincea** in queste dure settimane. /.../ Ma **in prima linea** ci sono anche altre categorie, fondamentali per il funzionamento del nostro Paese, come i commercianti con i loro dipendenti, i farmacisti e stasera vorrei rivolgere un pensiero particolare anche agli autotrasportatori. (20. mart)
45. E come Governo abbiamo il dovere di dare risposte concrete, soprattutto verso medici, infermieri e operatori sociosanitari che 24 ore su 24 sono **in prima linea** a combattere l'emergenza Coronavirus. (17. mart)

Način na koji ova metafora funkcioniše je sljedeći. Medicinski radnici se opisuju izrazima kao što su *task force* (bos. borbena jedinica) ili *forze bianche* (bos. vojnici u bijelom). Takođe, posao koji obavljaju medicinski radnici je u primjerima (31) i (42) opisan kao borba i otpor koji podrazumijevaju i fizičku žrtvu vojnika, odnosno ljekara koji žrtvuje sam sebe ili gleda kako se žrtvuju kolege kao u primjeru (31) ili (38). Zahvaljujući ovoj metafori možemo zaključiti i da su ljekari i zdravstveni radnici heroji zato što su vojnici heroji. A samo bivanje herojem implicira da se radi o teškom i neophodnom poslu koji ne može obavljati svako te da im je samim time potrebna pomoć, ali i da zaslužuju divljenje svih ostalih. Unutar metafore MEDICINSKI RADNICI SU VOJNICI možemo izdvojiti i potkategoriju BOLNICE SU BOJNO POLJE što je vidljivo iz primjera (30), (34), (39), (40), (41), (44) i (45) u kojima se posao medicinskog osoblja opisuje da se odvija *in trincea* (bos. u rovu) ili *in prima linea* (bos. na frontu). Ova metafora se poziva i na mit *mi* protiv *njih* tako što „nama“ daje ulogu onih koji pomažu vojnicima i poštuju ih, a virus preuzima ulogu „njih“, to jeste vanjskog neprijatelja.

Konačno, na osnovu rečenog međudomenska preslikavanja unutar ove složene metafore mogu se predstaviti na sljedeći način:

Tablica 1 - međudomenska preslikavanja izvornog domena "rat" na pojam "virus"

Izvorni domen	Ciljni domen
Vojnici	Zdravstveni radnici
Oružje	Lijekovi, zaštitna oprema
Neprijatelj	Virus
Bojno polje	Bolnice

DRŽAVA JE MAŠINA

Grujić (2018, 40) argumentuje da se poimanje društva kao mašine može povezati sa koncepcijom svijeta kao džinovskog sata kojim upravlja nevidljivi časovničar. Implikacije ove metafore su u tome da država ima svoje mehanizme funkcionisanja, da država može da se pokvari, da je treba održavati, da može da stane, ali i da može opet da se pokrene. Na osnovu takvog shvatanja odnosa između mašine i države u sljedećim primjerima se primjećuje metafora DRŽAVA JE MAŠINA:

46. L'Italia inizia ad **accendere i motori**. (4. maj)
47. Ogni singolo **componente** di questo governo vuole tornare alla normalità. (30. april)
48. Oppure l'alternativa era quella di agire con prudenza, intelligenza, **calibrando** bene le riaperture per testare anche l'evoluzione del virus. (30. april)
49. Da lunedì alcune aziende riapriranno. Sempre con prudenza e intelligenza, ma **ricominciamo ad accendere i motori** del nostro Paese. □ (26. april)
50. È stato doloroso **spegnere i motori** dell'Italia, chiudere le aziende, imporre incredibili sacrifici agli italiani. (21. april)
51. Da giorni ripeto che dobbiamo lavorare per **rimettere in moto** l'economia del nostro Paese e per farlo bisogna sostenere lavoratori e imprese. (6. april)

U ovim primjerima se život u društvu izjednačava sa pokretanjem motora u državi u primjerima (46) i (49), skladno funkcionisanje društva poistovijećeno je sa sastavnim dijelovima mašinerije koji se moraju uklapati jedan uz drugi kako bi mašina funkcionisala u primjerima (47) i (48).

Primjer (50) govori da je ekonomija motor koji pokreće zemlju i da je gašenje ekonomske aktivnosti zapravo gašenje motora pokretača društva. Sličan je i primjer (51) u kojem se pokretanje ekonomije izjednačava sa stavljanjem mašine u pokret.

Na osnovu ovih primjera, međudomenska mapiranja unutar ove metafore možemo predstaviti na sljedeći način:

Tablica 2 - međudomenska preslikavanja pojma "mašina" na pojam "država"

Izvorni domen	Ciljni domen
Motor	Ekonomija
(Kompleksna) mašinerija	Država
Mašina	Država, ekonomija

DRŽAVA JE ZAŠTITNIK

Složena metafora DRŽAVA JE ZAŠTITNIK funkcioniše na međudomenskom mapiranju u kojem ulogu zaštitnika preuzima država, dok ulogu šticećenika preuzima društvo ili pojedinac u njemu. Ovu metaforu smo izdvojili u dva primjera:

52. Questa è una società che deve **poter pensare ai giovani**, alle famiglie, ai lavoratori, alle imprese, al futuro. (28. april)
53. davanti alla prudenza di questo governo che **pensa a tutelare la vita** dei cittadini /.../ (28. april)

U oba primjera glagol *pensare* (bos. msiliti) prenosi poruku da se država brine i skrbi za one koji ovise od nje. Same implikacije te metafore su da je građanin slab, ili barem slabiji od države, država zna (naj)bolje, država donosi odluke, država je zaštitnik. I ova metafora etablira mit „ujedinjeni smo jači” tako što implicira da građani ujedinjeni pod zaštitom moćne države koja razmišlja o dobrobiti svakog pojedinca mogu pobijediti neprijatelja. Međudomenska mapiranja možemo prikazati na sljedeći način:

Tablica 3 - preslikavanja izvornog domena "roditelja" na domen "države"

Izvorni domen	Ciljni domen
Motor	Ekonomija
(Kompleksna) mašinerija	Država
Mašina	Država, ekonomija

BORBA PROTIV VIRUSA JE UTAKMICA

Posljednja složena metafora koju analiziramo je metafora oblika OTPOR JE SPROT. Uspjeli smo je identifikovati u sljedećim primjerima:

54. **Stiamo giocando tutti la stessa partita.** Nessuno escluso. E in questa partita non si gioca per la vittoria di una o dell'altra squadra, di un partito piuttosto che un altro. In campo c'è l'Italia e si lavora per il futuro degli italiani. Dovremmo **fare tutti il tifo** per il nostro Paese. (26. april)
55. Basta polemiche mentre la gente muore ed è in grande difficoltà. Non può ridursi tutto a **un tifo da stadio.** (23. april)
56. Qui ci **stiamo giocando la partita della vita, la finale** più importante della nostra storia. **Il match** è ancora in corso /.../ (23. april)
57. Da questa crisi ne usciremo solo **facendo squadra**, solo **collaborando**, solo mettendo da parte le polemiche. (21. april)
58. /.../ l'Europa finora non ha saputo mostrare sufficiente solidarietà. Non ha saputo **giocare da squadra**, anzi non ha voluto (13. April)
59. Lavorare insieme significa vincere insieme. **Giochiamo da squadra.** (13. april)

Zaključujući iz ponuđenih primjera, ova metafora se može raščlaniti na metafore: DRŽAVA JE EKIPA, PODRŠKA JE NAVIJANJE, ŽIVOT JE SPORT, ŽIVOT JE UTAKMICA, SARADNJA JE TIMSKI SPORT. To zaključujemo na osnovu izraza *giocare la partita* (bos. igrati utakmicu) koja izjednačava život sa utakmicom koja može imati pozitivan ili negativan ishod po onog koji igra. Dalje, izrazi *fare squadra* (bos. biti ekipa) i *giocare da squadra* (bos. igrati kao ekipa) pokazuju da se i ova metafora se oslanja na mit *mi* protiv *njih*, odnosno samo ujedinjeni kao ekipa u sportu možemo pobijediti u životnim utakmicama. Konačno, navijanje

poprima i pozitivan i negativan kontekst. U primjeru (54) je pozitivan zato što se navijanje za državu (it. *fare il tifo per il nostro Paese*) može interpretirati kao podrška koju navijači daju svom timu, dok je u primjeru (55) negativan jer se izraz *un tifo da stadio* (bos. navijanje na stadionu) koristi kako bi se opisala deklarativna podrška koja u stvarnosti ne donosi rezultat.

Na osnovu rečenog, međudomenska mapiranja ove pojmovne metafore predstavljamo kako slijedi:

Tablica 4 - međudomenska preslikavanja izvornog domena "sport" na domen "otpor"

Izvorni domen	Ciljni domen
Sport	Otpor, život
Ekipa	Društvo
Navijanje	(Deklarativna) podrška
Utakmica	Timski rad

5.0 Zaključak

Istraživanje pojmovnih metafora u političkom diskursu na društvenim mrežama pokazalo je da pojmovne metafore prenose ozbiljnost situacije i određeno gledište koje takođe odražava i ideološku pozadinu. Za potrebe ovog istraživanja analizirali smo orijentacijske metafore (u sklopu njih metafore DOBRO JE GORE, LOŠE JE DOLJE) te metafore LIJEČENJE VIRUSA JE RAT, DRŽAVA JE MAŠINA, DRŽAVA JE ZAŠTITNIK, BORBA PROTIV VIRUSA JE UTAKMICA.

Došli smo do zaključka da upotreba metafore za opisivanje borbe protiv epidemije odgovara karakteristikama koje su izdvojili Edelman (1977) i Geis (1987). U analiziranom korpusu smo uspjeli izdvojiti sva tri mita, međutim njihova upotreba nije ravnomjerna. Radi se o mitovima „urota neprijatelja“ i „ujedinjeni smo jači“. Svih pet analiziranih metafora oslanja se na mit „ujedinjeni smo jači“, dok se mit „urota neprijatelja“ najviše odnosi na metaforu LIJEČENJE VIRUSA JE RAT. Najčešće upotrebljavana ideja je *mi* protiv *njih* u kojoj u kontekstu diskursa o epidemiji *mi* postajemo „mi narod“ a virus preuzima ulogu *njih*. Konačno, mit o

„hrabrom vođi“ smo uspјeli izdvojiti u samo dva primjera unutar metafore LIJEČENJE VIRUSA JE RAT iz čega zaključujemo da se politički diskurs u datom trenutku više oslanja na mit o zajedništvu nego na mit o vođi koji može spasiti državu.

Metafore takođe funkcionišu i na principu implikacija koje treba da djeluju na građane. Tu prvenstveno mislimo na metaforu DRŽAVA JE ZAŠTITNIK koja građanina smješta u položaj djeteta, a državnim strukturama daje ulogu zaštitnika i staratelja. Osim toga, metafore LIJEČENJE VIRUSA JE RAT, DRŽAVA JE MAŠINA i BORBA PROTIV VIRUSA JE UTAKMICA imaju ulogu da djeluju na kolektivnu svijest građana i da stvore sliku ujedinjene borbe prema zajedničkom cilju.

Došli smo do zaključka da način komunikacije više odgovara političkom diskursu nego medicinskom, što je bilo i očekivano zato što uz komuniciranje želje za optimalnim načinom borbe protiv virusa, upotrijebljene metafore djeluju i na konsolidaciju političke moći i vlastitu promociju. Rezultati i implikacije ovog istraživanja se mogu dalje koristiti za analizu političkog diskursa, medijskog i pri svim budućim analizama diskursa vezanog za period mart-maj 2020. godine. Takođe se otvara polje potencijalnih komparativnih istraživanja vezanih za upotrebu pojmovnih metafora u istom periodu u drugim državama i na drugim jezicima.

BIBLIOGRAFIJA:

1. Amman, S. L. (2010). Why Do They Tweet? The Use of Twitter by U.S. Senate Candidates in 2010. Dostupno na: <https://ssrn.com/abstract=1725477>
2. Aristotel (2015). *O pesničkoj umetnosti*. Preveo i uredio: Đurić, M. N. Beograd: Dereta.
3. Charteris-Black, J. (2004). *Corpus Approaches to Critical Metaphor Analysis*. London: Palgrave Macmillan.
4. Charteris-Black, J. (2005). *Politicians and Rhetoric: The Persuasive Power of Metaphor*. London: Palgrave Macmillan.
5. Chiasson, D. (2020). The Pandemic is Remaking What Performance Can Be. *The New Yorker*. Dostupno na: <https://www.newyorker.com/culture/culture-desk/the-pandemic-is-remaking-what-performance-can-be>
6. Connolly, W. E. (1993). *The Terms of Political Discourse*. Princeton: Princeton University Press.

7. Cuddon, J.A. (2013). *A Dictionary of Literary Terms*. Hoboken: Wiley-Blackwell.
8. Dalla Libera, C. (2017). Le metafore concettuali in un approccio comunicativo nell'apprendimento delle lingue straniere. *El.Le* 6(1). 25-40.
9. Edelman, M. (1977). *Political Language: Words That Succeed and Policies That Fail*. Cambridge, MA: Academic Press.
10. Evola, V. (2008). La metafora come carrefour cognitivo del pensiero del linguaggio. U: Casadio, C. (Ur.). *Vie della metafora: linguistica, filosofia, psicologia* (55-80). Chieti: Editore Prime Vie.
11. Fauconnier, G. & Turner, M. (1996). Blending as a central process of grammar. U: Goldberg, A. (Ur.). *Conceptual Structure, Discourse and Language* (113-130). Cambridge: Cambridge University Press.
12. Gazzetta ufficiale, Anno 161, Numero 108. Dostupno na: <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/gu/2020/04/27/108/sg/pdf>
13. Geeraerts, D. (2010). Recontextualizing Grammar: Underlying trends in thirty years of Cognitive Linguistics. U: Tabakowska, E. et al. (Ur.). *Cognitive Linguistics in Action: From Theory to Application and Back* (71-102). Berlin/New York: Mouton de Gruyter.
14. Geeraerts, D. & Cuyckens, H. (2007). Introducing Cognitive Linguistics. U: Geeraerts, D. i Cuyckens, H. (Ur.). *The Oxford Handbook of Cognitive Linguistics* (3-21). Oxford: Oxford University Press.
15. Geis, M. L. (1987). *The Language of Politics*. New York: Springer Publishing.
16. Gibbs, R. W. (1994). *The Poetics of Mind: Figurative Thought, Language, and Understanding*. Cambridge: Cambridge University Press.
17. Gibbs, R. W. (2006). *Embodied and Cognitive Science*. Cambridge: Cambridge University Press.
18. Glucksberg, S. (1991). Beyond literal meanings: The psychology of allusion. *Psychological Science* 2, 146-152.
19. Golbeck, J., Grimes, J. M. & Rogers, A. (2010). Twitter use by the U.S. Congress. *Journal of the American Society for Information Science and Technology* 61(8), 1612-1621.

20. Goldberg, A. E. (2003). Constructions: a new theoretical approach to language. *Trends in Cognitive Sciences* 7(5), 219-224.
21. Grady, J. E. (2007). Metaphor. U: Geeraerts, D. i Cuyckens, H. (Ur.). *The Oxford Handbook of Cognitive Linguistics* (188-213). Oxford: Oxford University Press.
22. Грујић, Т. (2018). Појмовне метафоре засноване на изворном домену машине у енглеском и српском језику (необјављена докторска дисертација. Београд: Филолошки факултет. Доступно на:
<https://uvidok.rcub.bg.ac.rs/bitstream/handle/123456789/2707/Doktorat.pdf?sequence=1>
23. Hong, S. & Nadler, D. (2011). Does the early bird move the polls? Proceedings of the 12th Annual International Digital Government Innovation in Challenging Times, 182-186.
24. Johnson, M. (1987). *The Body in the Mind: The Bodily Basis of Meaning, Imagination, and Reason*. Chicago: The University of Chicago Press.
25. Kaplan, A. M. & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons* 53(1), 59-68.
26. Kövecses, Z. (2010). *Metaphor: A Practical Introduction*. Oxford: Oxford University Press.
27. Lakoff, G. (1987). The death of dead metaphor. *Metaphor and Symbolic Activity* 2, 29-46.
28. Lakoff, G. (1993). The contemporary theory of metaphor. U: Ortony, A. (Ur.). *Metaphor and Thought* (202-251). Cambridge: Cambridge University Press.
29. Lakoff, G. & Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live By*. Chicago: University of Chicago Press.
30. Lakoff, G. & Johnson, M. (1999). *Philosophy in the Flesh: The Embodied Mind and Its Challenge to Western Thought*. New York: Basic Books.
31. Lakoff, G. & Turner, M. (1989). *More Than Cool Reason. A Field Guide to Poetic Metaphor*. Chicago: University of Chicago Press.
32. Narayanan, S. (1997). Talking the Talk is Like Walking the Walk: A Computational Model of Verbal Aspect. U: Shafto, M. G. i Langley, P. (Ur.). *Proceedings of the Nineteenth Annual*

- Conference of the Cognitive Science Society* (548-553). London: Lawrence Erlbaum Associates.
33. Navarro i Ferrando, I. (2016). *Metaphorical Aspects in Cancer Discourse*. Dostupno na: https://www.academia.edu/36557355/Metaphorical_Aspects_in_Cancer_Discourse
 34. Neagu, M-I. (2013). *Decoding Political Discourse: Conceptual Metaphors and Argumentation*. London: Palgrave Macmillan.
 35. Otieno, R. F., Owino, F. R. & Attyang, J. M. (2016). Metaphors in political discourse: A review of selected studies. *International Journal of English and Literature* 7(2), 21, 26.
 36. Расулић, К. и Кликовац, Д. (2014, ур.). *Језик и сазнање: Хрестоматија из когнитивне лингвистике*. Београд: Филолошки факултет.
 37. Stieglitz, S. & Dang-Xuan, L. (2012). Social media and political communication: a social media analytics framework. *Social Network Analysis and Mining* 3, 1277-1291.
 38. Talmy, L. (2011). Cognitive semantics: An overview. U: Maienborn, C. et al. (Ur.). *An International Handbook of Natural Language Meaning* (622-642). Berlin/New York: Mouton de Gruyter.
 39. Van Dijk, T. A. (1995). Ideological Discourse Analysis. U: Ventola, E. i Solin, A. (Ur.). *Interdisciplinary Approaches to Discourse Analysis* 4 (135-161). Helsinki: New Courant.
 40. Wigand, R. T. et. al. (2010). Taming the Social Network Jungle: From Web 2.0 to Social Media. *AMCIS 2010 Proceedings*. 416. Dostupno na: a. <https://aisel.aisnet.org/amcis2010/416>