

# METAFORY, BEZDOMOVCI A MÉDIA

## METODOLOGICKÝ NÁSTIN VYUŽITÍ ANALÝZY METAFOR A PODPŮRNÉHO SOFTWARE (MAXQDA A ANTCONC)

Jiří Mertl<sup>†</sup> – Ondřej Hejnal<sup>‡</sup>

*Katedra politikologie a mezinárodních vztahů, Filozofická fakulta, Západočeská univerzita v Plzni*  
*Katedra antropologie, Filozofická fakulta, Západočeská univerzita v Plzni*  
*jir.mertl@gmail.com*

### *Metaphors, Homeless, and Media: A Methodological Outline Consisting of the Use of Metaphor Analysis and Computer Software (MAXQDA and AntConc)*

**Abstract**—The main goal of the methodological text is to characterize the multidisciplinary applied inductive analysis of large textual corpora with the stress on metaphor analysis. Metaphors could serve two purposes in the text: (1) conceptualization of the discussed issue and (2) persuasive offering of the specific metaphors that should help the recipients to understand the issue in the desired way as well as to put aside the alternative metaphors and interpretations. In this regard, metaphor analysis is a suitable instrument for the interpretation of public, political, and media discourses, especially in the context of the so-called social problems. We offer an analytical-methodological approach based on corpus analysis and implementation of the computer software (MAXQDA and AntConc), and apply it to the homelessness issue.

**Keywords**—CAQDAS, homelessness, media, metaphor analysis, methodology

#### ÚVOD: METAFORY, BEZDOMOVCI A MÉDIA

**P**ROBLEMATIKA metafor a jejich analýzy se v lingvistice i dalších sociálních vědách dostala do popředí vydáním knihy *Metaphors, kterými žijeme* (1980) amerických kognitivních lingvistů George Lakoffa a Marka Johnsona, kteří se systematicky zabývali otázkou, co je to metafora a jakou hraje roli v komunikaci a myšlení. Obecně lze metaforu definovat jako do určité míry sociálně sdílené uvažování, které je výsledkem vědomé či nevědomé konceptualizace či mapování, jak píše Andrew Goatly (2007: 11), (podstaty) jedné věci (A) v intencích (podstaty) jiné věci (B). Takto vzniklou konceptu-

alizaci, resp. konceptuální metaforu, můžeme zachytit pomocí modelu „A JE B“, ale není to podmínkou, protože metaforu lze zapsat i ve formě SLOVA či SOUSLOVÍ.<sup>1</sup> Nicméně podle Lakoffa a Johnsona není metafora pouze jakýmsi jazykovým jevem, či dokonce ozdobou, ale má specifickou a významnou funkci jak v jazyce, tak i lidském myšlení. Metafory pomáhají uchopit, konceptualizovat a klasifikovat realitu soudobých komplexních společností. Kromě toho se metafory podílí na ovlivňování myšlení a jednání každého jednotlivce. Pokud je svět (přinejmenším částečně) konceptualizován za pomoci metafor, pak také příslušné metafory reprezentují, čemu lidé věří a podle čeho jsou ochotní jednat (Lakoff a Johnson 1980: 3). Analýzou vědomě či nevědomě používaných metafor v daných sděleních lze v tomto ohledu porozumět, jak různí aktéři symbolicky konstruují vlastní představu světa, včetně sebe sama. Podle Lakoffa a Johnsona (1980: 3–4) je společnost definována sdílenými praktiky, ale i stejným nebo velmi podobným konceptuálním systémem. Navzdory nepopiratelné rozmanitosti sociálních konstrukcí různých aktérů lze předpokládat, že členové určité společnosti sdílí do jisté míry velmi podobný pohled na některé aspekty fungování společnosti. Tento pohled lze následně vyjádřit skrze (konceptuální) metafory.

Někteří badatelé pocházející z prostředí USA uvádějí jako typický příklad konceptuální metafory „vyspělého“ západního světa připodobnění DEBATA JE VÁLKA. Na tomto příkladu ukazují, že se aktéři nejenom vyjadřují o debatě jako o válce,<sup>2</sup> ale že podle toho také jednají a konceptualizují danou situaci. Pokud aktér

1 Konceptuální metafory se standardně zapisují formou kapitálek (verzálék), aby se odlišily od zbytku textu.

2 Důvodem by mohla být skutečnost, že debata nahradila skutečný fyzický konflikt.

narazí na někoho s odlišným názorem, často je traktován coby *protivník*, jehož argumentaci je třeba pomoci vlastních argumentů *napadnout*, *narušit* nebo *zničit*. Dalším příkladem může být metafora MYŠLENÍ JE MATEMATICKÁ KALKULACE (Goatly 2007: 16). Představa myšlení jakožto matematického procesu proniká skrze mapování a vytváření analogií i do dalších oblastí spojených s myšlením (resp. představou myšlení): nápady jsou čísla, výroky jsou matematické operace, sčítání je spojování myšlenek dohromady, suma je závěr atd.<sup>3</sup> Obecně pak Lakoff a Johnson (1980: 19, 23) tvrdí, že v podstatě neexistuje konceptuální metafora, která by nebyla spojená s lidskou zkušeností ovlivněnou sociokulturní realitou.

Nicméně metafory neslouží pouze k zachycení určité sociální reality, ale jsou rovněž prostředkem k jejímu vytváření. Pomocí metafor lze vytvářet nové konceptualizace reality, reinterpretovat různé skutečnosti, rámovat (nebo nově zarámovat) dané události atd. Metafora totiž vždy odkazuje pouze na určitou část konceptu B, nikoli na koncept jako celek. Tím se některé kvality konceptu B upřednostňují (ty pak slouží k charakterizaci konceptu A) a některé upozadují. Prostřednictvím metafor je konstruováno to, co vnímáme jako „pravdu“ či „fakt“. V případě využití, resp. prosazení jiné metafory se tato přesvědčení mohou měnit. Příkladem může být „westernizace“ (hegemonizace) vnímání času pomocí (dnes běžné) metafory ČAS JSOU PENÍZE, která nahradila pojmání času v jiných kulturách, například v Číně či Indii (Lakoff a Johnson 1980: 145–146). Tímto způsobem se metafory podílí na konstruování sociální, kulturní a politické reality. Metafory jsou v tomto smyslu propojeny s ideologií – poskytují význam klíčovým pojmům (například svoboda, rovnost, moc atd.); (Lakoff a Johnson 1980: 236–237). Příkladem budiž metafora PRÁCE JE ZDROJ, v níž je obsažen aspekt snižování lidského úsilí a nakonec i samotných lidí na prostý zdroj, který lze vytěžít a upotřebit. Tato metafora má hlubší dehumanizující důsledky, než z ní na první pohled vyplývá a než si uvědomuje

většina mluvčích, kteří mluví například o LIDSKÝCH ZDROJÍCH.

Role metafor spočívající v konstruování sociální reality však implikuje možnost, že se celý proces neodehrává „přirozeně“, neboť sociální realita může být s pomocí metafor konstruována i účelově. Využití metafor v tomto procesu může být vědomé, kdy aktér sám s rozmyslem používá určité metafory, aby přesvědčil recipienty o „správnosti“ a „pravdě“ toho, co říká. Metafory lze však využít i nevědomě, kdy aktér při přesvědčování využívá určitou argumentaci, která obsahuje nebo z níž vyplývá specifická metafora. Tuto metaforu však aktér nepoužívá s rozmyslem jako v prvním případě, ale může být součástí jeho vidění světa nebo jím využívané argumentace (daná metafora se v rámci argumentace používala tak často, že už tvoří její jádro, takže s využitím argumentace aktér akcentuje i metaforu).<sup>4</sup> Na možný způsob a postup, jak lze metafory účelově využít poukazuje Donald Schön (1993: 144–147) v rámci svého konceptu generativních metafor. Všímá si procesu, pomocí něhož lze využít metafor k vygenerování specifického problému a zároveň jeho řešení. V této souvislosti uvádí dva pohledy na problematiku slumů: (a) v rámci prvního jsou slumy vykresleny jako nemoc (se všemi negativy – šíření, působení těžkostí a nakonec „smrt“, tedy zhroucení celého systému); (b) ve druhém pohledu jsou slumy charakterizovány jako přirozené komunity, kde může vzkvétat sociální koheze a důvěra. Na základě těchto dvou příkladů poté Schön poukazuje, že oba přístupy konstruují sociální realitu skrze specifické využívání rámování a přisuzování kvalit a vlastností. Tento proces je charakteristický postupem, kdy se skutečnost A (slumy) vylíčí způsobem, aby „zapadala“ nebo měla vlastnosti či kvality skutečnosti B (nemoc nebo přirozená komunita). Mluvčí už před tím, než celou věc charakterizuje, má v hlavě A i B a pokouší se vyložit A pomocí B. Toto rámování je v rámci komunikace zakrývá-

3 Často se při analýze metafor objevuje motiv personifikace, tj. zživotňování neživých věcí za pomoci přisuzování vlastností a jednání živých bytostí. Běžně se s takovou metaforou můžeme setkat v případě analýzy nebo charakterizace určité struktury či systému (Lakoff a Johnson 1980: 33).

4 Otázka ohledně účelového využívání metafor může být problematická, přičemž nikdy s jistotou nelze říci, zda daný aktér využívá metafory záměrně či nezáměrně. Nicméně tato možnost existuje a rozhodně by neměla být opomíjena, a to zejména v politické komunikaci. V tomto textu se však konkrétní otázkou, zda námi vybraní aktéři využívají metafory záměrně za určitým účelem, zabývat nebudeme, neboť vzhledem k námi vybranému korpusu, který obsahuje mediální diskurs, by byla jakákoliv odpověď pouze spekulací. Více o této problematice viz například Kövecses (2009) a Charteris-Black (2004 a 2011).

no, „objektivitou“, čili se zřídkakdy objeví sdělení ve smyslu „skutečnost A bychom měli chápat jako skutečnost B“. Na základě tohoto příkladu Schön definuje *generativní metafory*, které spojují dvě rozdílné roviny ve smyslu „A JAKO B“ (rámování skutečnosti A jako B). K tomu se nejčastěji využívá strategie, v rámci níž se cílová problematika charakterizuje za pomoci problematiky, která je známá širokému poli lidí (většinou to bývá nepolitická věc z každodenního života) a která se v dané společnosti považuje za „racionální“ a/nebo „normální“. Tím se daná rétorika legitimizuje: je-li cílová problematika rámována „racionální“ a „normální“ rovinou, je i daný pohled „racionální“, „normální“ a legitimní. Další strategií může být využití již existujících metafor ve veřejném diskursu a jejich reinterpretace nebo jejich nahrazení mírně pozměněnou verzí. Specifickou strategií také může být využití metafor jiného aktéra k jeho diskreditaci, například pomocí jednoduché reinterpretace metafor využívaných tímto aktérem (Charteris-Black 2011: 35–36).

Bezdomovci jsou ve veřejném diskursu zpravidla spojováni se sociální patologií, kriminalitou, mentální retardací, nebezpečím, leností, špinou atd. (srov. Vašát 2012b) – stručně řečeno, zapadají do představ *undeserving poor* (tzv. „nepotřebných chudých“, tj. jedinců, kteří si za svou situaci mohou sami a nevzbuzují lítost). Bezdomovectví slouží v některých kontextech jako synekdocha (Mitchell a Staeheli 2006: 154) či tropus (Wright 1997: 71), zastupující vše, co je ve městě vnímáno jako problematické a „špatné“ (Snow a Mulcahy 2001: 151). Bezdomovci jsou v amerických médiích prezentováni jako špinaví opilci, podivní šílenci či narkomani, kteří si nezaslouží sympatie ze strany „normální společnosti“ (Min 1999:ix; Whang a Danowski 1999: 126). R. A. Lind s J. A. Danowskim (1999: 114) analyzovali televizní a rozhlasové mediální zprávy v rozmezí květen 1993 až leden 1996 (35 000 hodin, cca 130 milionů slov). Zjistili, že přibližně 45 % ze všech sdělení týkajících se bezdomovců mělo stigmatizující charakter (srov. Power 1999: 67). V rámci stigmatizace převládala individualizace bezdomovectví, tj. akcent na individuální příčiny bezdomovectví za současného zamlčování strukturálně-ekonomických problémů, které jsou s bezdomovectvím nerozlučně spjaty (Power 1999: 67). Tímto způsobem se svaluje vina na samotné bezdomovce, což znamená, že televizní zprávy

v tomto smyslu přitakávají představě, že pokud se společnosti podaří vyřešit individuální potíže konkrétních jedinců, problém bezdomovectví přestane existovat (Campbell a Reeves 1999: 25, 29, 32; Marcuse: 1988). Média vytvářejí specifický *veřejný idiom*: bezdomovci jsou skrze něj lapeni do (re)produkovaného *common-sense* (Hall et al. 1978:61–62 in Campbell a Reeves 1999: 28–29).<sup>5</sup>

#### IDENTIFIKACE METAFOR A KORPUSOVÝ PŘÍSTUP

Metafory se tradičně rozpoznávají na základě kvalitativního úsudku výzkumníka, který po přečtení daného sdělení vytipuje metaforické výrazy, které jsou typické svojí anomálností vzhledem k textu. Nicméně podle Andree Musolffa (2004: 72–73) má tento postup přinejmenším dvě slabiny. První z nich je velký akcent na intuici výzkumníka – takový postup není ve smyslu jeho obecnosti, univerzálnosti a reprodukovatelnosti standardizovaný. Druhý problém se pojí s epistemologickými předpoklady – výzkumník se příliš spoléhá na specifické znalosti, které se pojí s problematikou daného zkoumaného diskursu, což může mít za následek cílené hledání určitých metafor. Jinými slovy je ovlivněn svým vlastním předporozuměním dané problematiky. Na základě tohoto předpokladu může výzkumník vidět metafory, které chce vidět, ačkoliv dané pasáže odkazují k jiným metaforám nebo nejsou metaforické vůbec (Low 1999: 49–50). Mimoto existují i praktické problémy – analyzovat čistě kvalitativně velké množství textu (řádově statisíce až milion slov) je takřka nemožné. Intuitivnost a „přidaná hodnota“ výzkumníka jsou nicméně jevy, které jsou součástí každého kvalitativního (a do jisté míry i kvantitativního) výzkumu. Identifikace metafor tak v posledku bude vždy záviset na (nestandardizovatelné) interpretaci výzkumníka, který má konečné slovo ohledně toho, jestli je dané sdělení metaforou, či ne (Cameron 1999: 21).

Systematickým řešením, jak (částečně) postup standardizovat a vyhnout se zmíněným problémům, je tzv. korpusový přístup k analýze metafor, který kombinuje kvantitativní a kvalitativní výzkum. Kvantitativní část se skládá zejména z většího množství analyzovaných dat a částečné automatizace a zpracování těchto dat počítačovým softwarem. Kvalitativní část se

5 Některé práce dílem nasvědčují, že ČR nebude výjimkou (Hejnal 2013a, 2013b, 2013c; Marek et al 2012; Šamánek 2011; Vašát 2012a).

skládá z (a) finálního rozpoznání metafor, které se díky postupu navrženým Pragglejaz Group (viz dále) také v určitém ohledu sjednotilo, a (b) interpretace metafor (Charteris-Black 2004: 34). Korpus můžeme charakterizovat jako (roz-sáhlou) kolekci elektronicky zpracovaných dat (textů a promluvy), kterou je možné analyzovat za pomoci specifického softwaru a/nebo také „ručně“ výzkumníkem. Obsahem takového korpusu může být v podstatě cokoliv, nicméně zpravidla se analyzují texty a promluvy, které vznikly v rámci určité sociálně-kulturní reality (nejedná se tudíž například o beletrii); (Deignan 1999: 177; Charteris-Black 2004: 31). Předmětem výzkumu však mohou být i národní korpusy daných zemí a příslušných jazyků, v nichž jsou uložena všechna využití jednotlivých slov v každodenním jazyce.<sup>6</sup> Software, který se používá na analýzu korpusu (existuje celá řada programů, například komerční WordSmith Tools či freewareové Antconc a Corsis, v naší analýze využíváme kombinace MAXQDA a AntConc), je užitečný zejména v tom, že umí provést frekvenční analýzu, která spočívá ve zjištění statistického a procentuálního rozložení slov, čímž zjistí, jaká slova jsou nejvíce používána a případně nadužívána. Podle frekvence lze vyselektovat určitá slova a analyzovat jejich kontextuální výskyt/význam (konkordanci) pro zjištění metaforičnosti. Výhodou tohoto polo-automatizovaného postupu je rychlejší analýza většího množství dat a menší důraz na intuici a „bdělost“ výzkumníka (Deignan, 1999: 177–178).

Samotná metaforičnost se určuje pomocí kvalitativního úsudku výzkumníka, který byl díky postupu zformulovaným lingvistickou skupinou Pragglejaz Group (2007: 2–3) částečně standardizován. Postup lze využít interdisciplinárně v nejrůznějších sociálně vědních oborech, přičemž zahrnuje následující body:

1. Přečtení celého textu/korpusu, tj. získání obecného představy o jeho obsahu a smyslu.
2. Určení lexikální jednotky (např. jednotlivá slova, ustálená slovní spojení atd.).
3. Určení kontextuálního a „základního“ významu lexikálních jednotek, tj. významu v daném textu/korpusu a „obecného/standardního“ významu. Základní

<sup>6</sup> Pro češtinu viz Český národní korpus (<http://www.korpus.cz>).

význam se nemusí shodovat s nejčastěji používaným. Pokud existuje pochybnost, je vhodné využít výkladový slovník, v němž je původní význam slova zachycen.<sup>7</sup> Významy lze poté porovnat.

4. Pokud se oba významy liší, daná lexikální jednotka je metaforická.

#### VÝZKUMNÝ DESIGN: MAXQDA A ANTCONC

Cílem naší analýzy je identifikace, interpretace a komparace různých metafor, které se objevují v mediálních sděleních z let 1996, 2004 a 2012.<sup>8</sup> Celkový datový soubor tvoří mediální sdělení (N = 20 221) ze všech hlavních typů médií (tj. televize, rozhlas, časopisy, celostátní a regionální deníky), které jsme získali přes službu Anopress IT. Z nich jsme se omezili pouze na televizi a celostátní deníky (viz Tabulka 1).<sup>9</sup> Přepisy článků a televizního vysílání byly vybrány na základě klíčového lemmatu „bezdomovec“.<sup>10</sup> Každý rok tvoří jeden subkorpus, který jsme zpracovali pomocí počítačových softwarů Antconc a MAXQDA (Kuckartz a Sharp 2011; Lupták a Hejnal 2012; Schönfelder 2011). Díky těmto programům lze subkorpusy komparovat. Metodologicko-analytický postup je rozdělen do čtyř kroků.

<sup>7</sup> V případě češtiny se zřejmě nejvíce hodí Český etymologický slovník od Jiřího Rejzka a *Slovník spisovného jazyka českého*, jež sestavili pracovníci Ústavu pro jazyk český (dostupný je elektronicky – <http://ssjc.ujc.cas.cz>).

<sup>8</sup> Roky 1996, 2004 a 2012 byly zvoleny z praktických důvodů. Anopress zpětně monitoruje pouze do roku 1996. Starší mediální sdělení nenabízí. Vybrali jsme pouze tři roky, jelikož přiřazením dalšího bychom značně prodloužili trvání analýzy. Zmíněné roky mají shodně rozestupy osm let (pochopitelně vyjma 1996 a 2012).

<sup>9</sup> K tomuto kroku nás vedlo několik okolností. (a) Předpokládáme, že televize a celostátní deníky mají na veřejnost největší dopad. (b) Regionální deníky mnohdy zcela doslovně přebírají články z celostátních deníků. (c) Přestože disponujeme relativně nadstandardně výkonným počítačem, komplexnost datových souborů/projektů MAXQDA pro jednotlivé roky značně zpomalovala analýzu.

<sup>10</sup> Termín „lemma“ označuje slovo, které reprezentuje všechny své tvary a časy.



Tabulka 1. Datový korpus dle roků a typu média

|                   | 1996 | 2004 | 2012 |
|-------------------|------|------|------|
| Televize          | 15   | 285  | 502  |
| Celostátní deníky | 664  | 1839 | 1699 |
| Celkem            | 679  | 2124 | 2201 |

Pozn.: N = 5004.

(1) *Příprava korpusu na analýzu a prvotní přiřazení proměnných.* Přepisy mediálních sdělení z Anopressu mají standardizovanou „hlavičku“, resp. tabulku, v níž jsou údaje o zdroji, oblasti, dataci, umístění v periodiku (tj. stránky) apod. MAXQDA umožňuje vyhledat určité řetězce písmen a automaticky kódovat (přiřadit proměnnou) např. celou větu. Poněvadž mají kategorie ve zmíněné hlavičce standardizovaný název, lze poměrně rychle přiřadit dokumentům proměnné. Chceme-li například vytvořit proměnnou zdroj, je možné vyhledat ve všech souborech řetězec „Zdroj:“ (zadáme možnost přesná shoda) a automaticky kódovat celou větu s tímto řetězcem. Získáme tím excelovou tabulku s názvy souborů a řetězcem „Zdroj:

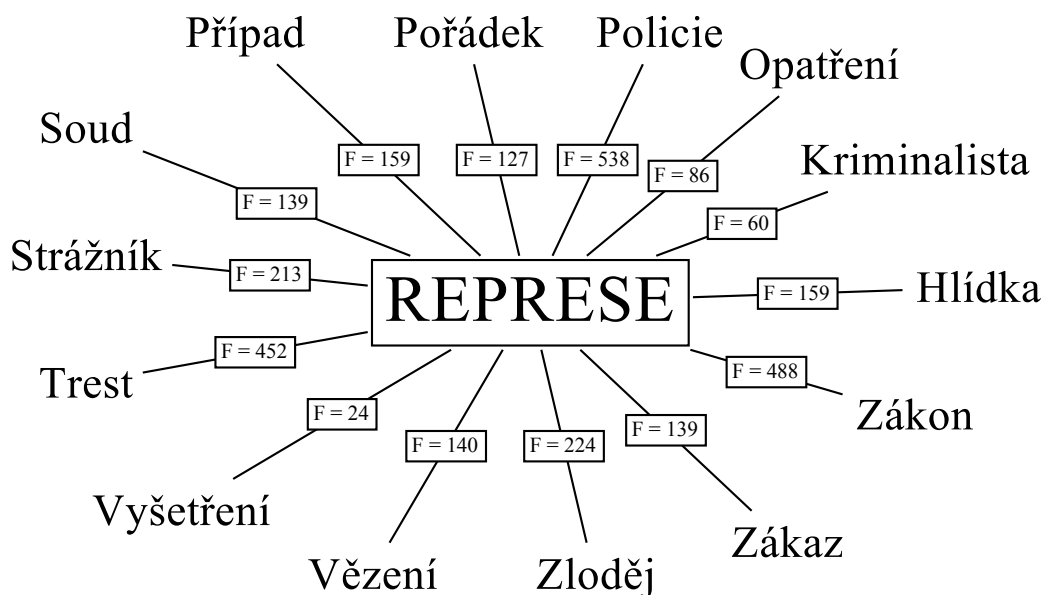
[název média]“. Zbavíme se zbytečného řetězce „Zdroj:“ a hodnoty můžeme importovat zpět do MAXQDA. To samé platí pro datum a oblast. V této chvíli je projekt připraven na komparativní analýzu díky některým dalším specifickým funkcím MAXQDA (zejména „Aktivace dle proměnných“). Během několik hodin je možné elementárně zpracovat desetitisíce mediálních souborů.

(2) *Frekvenční analýza.* Pomocí stejného programu, resp. modulu MAXDictio (lze nicméně použít i program Antconc), jsme zjistili frekvence slov v jednotlivých subkorpusech (tj. v jednotlivých letech). Získali jsme tři tabulky se slovy, která byla seřazena dle počtu výskytu (pro zkrácenou verzi viz Tabulka 2). Nepoužívali jsme lemmatický slovník (analýza tudíž obsahovala všechny tvary slov zvlášť), ale tzv. stop-list, tj. seznam slov, které program ignoruje.<sup>11</sup> Na základě frekvenční analýzy jsme z každého

<sup>11</sup> Stop-list se skládal zejména ze spojek, zájmen a lemmatu „bezdomovec“, podle něhož jsme korpus sestavovali a u kterého je jasné, že by se v korpusu vyskytoval nejčastěji.

Tabulka 2. Prvních 20 nejčastěji používaných slov dle roku a jejich frekvence.

| 1996     |           | 2004      |           | 2012      |           |
|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Slovo    | Frekvence | Slovo     | Frekvence | Slovo     | Frekvence |
| lidé     | 690       | lidé      | 3256      | lidé      | 6246      |
| korun    | 605       | korun     | 2418      | policie   | 4886      |
| města    | 563       | policie   | 2366      | domova    | 3667      |
| sociální | 551       | ulici     | 1999      | ulici     | 3656      |
| ulici    | 547       | peníze    | 1755      | korun     | 3442      |
| policie  | 539       | města     | 1704      | lidi      | 3418      |
| dům      | 408       | sociální  | 1562      | města     | 2987      |
| práce    | 402       | lidi      | 1537      | mrazy     | 2492      |
| nádraží  | 380       | práce     | 1523      | peníze    | 2414      |
| peníze   | 354       | nádraží   | 1465      | místo     | 2394      |
| život    | 325       | místo     | 1389      | město     | 2365      |
| pomoc    | 322       | město     | 1313      | práce     | 2361      |
| lidi     | 314       | policisté | 1232      | sociální  | 2330      |
| město    | 309       | práci     | 1230      | strážníci | 2220      |
| člověk   | 305       | člověk    | 1131      | domáci    | 2042      |
| divadlo  | 303       | dům       | 1127      | nádraží   | 1993      |
| práci    | 296       | život     | 1079      | městské   | 1984      |
| naděje   | 290       | městské   | 999       | pomoc     | 1927      |
| místo    | 280       | problém   | 998       | člověk    | 1901      |
| pomoci   | 269       | domova    | 984       | život     | 1900      |



Obrázek 1. Příklad sémiotického pole Represe se všemi frekventovanými slovy a jejich frekvencí v roce 1996.

subkorpusu vybrali nejpoužívanějších 300 slov (lexikálních jednotek). Tento krok byl problematický: jelikož jsme nepoužili lemmatický slovník, některá častěji se opakující slova (a témata) mohla být „roztříštěna“ v korpusu skrze své různé tvary. Abychom minimalizovali tuto možnost, využili jsme funkci keywords, která se běžně používá v mnoha výzkumech (například Gill 2009: 89; Koller a Semino 2009: 16; Semino a Koller 2009: 40). V rámci této funkce programu AntConc se porovnávají vždy dva korpusy, přičemž pomocí specifického algoritmu se určují nadužívaná slova v cílovém korpusu. Vždy jsme porovnali dva subkorpusy tak, aby na sebe navazovaly (vzájemně jsme tedy porovnávali po sobě jdoucí léta) a abychom zjistili vzájemně nadužívaná slova. Tím jsme získali další častěji využívaná slova a zároveň i představu, do jaké míry jsou subkurpusy rozdílné.

(3) *Sémiotická pole*. Nejčastěji užívaná slova a nadužívaná slova v rámci funkce keywords jsme shlukli do tematických, resp. sémiotických polí: např. Represe [sémiotické pole] obsahující „zloděj“, „krádež“, „trest“ [používaná slova] atd. (viz Obrázek 1). Sémiotických polí jsme identifikovali celkem 25 (kromě zmíněné Represe např. Rodina, Problém, Sociální pomoc, Substistence atd.). Prostřednictvím vyhledání slov (nyní již lemmat) a automatického kódování (viz bod 1) jsme nakódovali celé věty obsahující nadužívaná slova. MAXQDA umožňuje tyto segmenty

textu (věty) „vyvolat“. Chceme-li například analyzovat metaforičnost sémiotického pole Represe, konkrétně slova „zloděj“ v celostátních denících, lze aktivovat příslušná mediální sdělení (díky bodu 1) a slovo, resp. kód, „zloděj“. MAXQDA v jednom ze svých oken zobrazí pouze segmenty textu odpovídající zmíněnému příkazu, tj. věty z celostátních deníků v daném roce obsahující slovo „zloděj“. Z jednotlivých sémiotických polí jsme následně vybrali klíčová slova, která byla poplatná pro naši analýzu, přičemž tato slova jsme vybrali na základě tří kritérií. Prvním bylo vytyčení referenčních slov, která se vztahují k našemu výzkumu a u nichž jsme chtěli zjistit, zda jsou v korpusu metaforizována. Jelikož máme problematiku velmi úzce vytyčenou, je toto referenční sousloví pouze jedno (je v lemmatickém tvaru) – bezdomovec. V rámci druhého kritéria jsme vybrali slova, která se vztahují nebo by se mohla vztahovat k našemu výzkumu. Důvodem je skutečnost, že například slovo „lidi“, které bylo často využíváno (viz Tabulka 2) sice figuruje v sémiotickém poli, nicméně toto slovo je příliš obecné, a dá se proto předpokládat, že je pouze součástí „běžné mluvy“, a tudíž se k němu nebude pojit žádná relevantní metaforičnost. A konečně třetím kritériem byla „deviace“ lexikální jednotky, kdy jsme vybrali slova, která byla natolik zvláštní vzhledem k sémiotickému poli nebo celkovému tématu, že upoutala naši pozornost. Příkladem

může být slovo „divadlo“ (viz Tabulka 2), které bychom s problematikou bezdomovectví a *priori* nespojovali.

(4) *Identifikace metafor*. Po přečtení vět, popř. delšího úseku (panovala-li nejistota), jsme určili, jestli se v nich nachází metafora, anebo odkazují k nějaké metafoře, či jsou doslovným vyjádřením svého autora (a nejsou tudíž metaforická). Takto jsme postupovali se všemi sémiotickými poli. Postupným čištěním kódovníku (tj. hierarchicky uspořádaných kódů) a re-kódováním sémiotických polí jsme získali jak kvantitativní ukazatele (zejména relativní počet metaforických vyjádření), tak i kvalitativní vhled do významu jednotlivých metafor.<sup>12</sup>

### ZÁVĚR

Z výše nastíněného postupu je patrné, že jej lze využít při analýze širokého spektra společenských problémů a problematik. Počítačové softwary MAXQDA a AntConc umožňují zpracovat – kvantitativně i kvalitativně – velké množství dat v relativně krátké době. Kromě již řečeného MAXQDA obsahuje modul pro tvorbu schémat (viz např. Obrázek 1), který je propojený s datovou částí. Lze tedy tvořit různá propojení kódů v závislosti na jejich „reálném“ spojení v datovém souboru (např. pomocí překryvů kódů). Výsledkem tohoto specifického, místy elegantního a v mnohém nedotaženého metodologického postupu by měla být interpretace strategického a persvazivního rámování „problematiky bezdomovectví“ v českých médiích a proměny mediálního diskursu o bezdomovectví.

Analýza metafor umožňuje analyzovat, jak o daném problému smýšlí daný aktér, a rovněž tak i snahu tohoto aktéra o prosazení svého specifického pohledu a vytěsnění alternativ. Použití metafor zároveň demonstrují, jak je daná záležitost reprezentována v určitém diskursu. Pokud se například v mediálním diskursu bude objevovat metafora BEZDOMOVECTVÍ JE PROBLÉM (a naše průběžné výsledky analýzy tomu nasvědčují), pak je jasné, že to implikuje určité následky (problém je třeba řešit, odstranit, zakrývat atd.). Pokud se bude objevovat v politickém diskursu metafora BEZDOMOVEC JE NESCHOPNÝ ČLOVĚK, pak to bude určovat směr, kterým se toto řešení bude ubírat.

<sup>12</sup> Kroky 3 a 4 kvalitativní analýzy jsou prozatím ve fázi příprav. Proto neuvádíme žádná konkrétní zjištění.

V obecné rovině je náš postup příspěvkem k některým metodologicko-epistemologickým otázkám týkajícím se praktického využití analýzy metafor, která je v českém prostředí stále nedostatečně reflektována jako relevantní analytický nástroj. Z našeho příspěvku a výzkumného designu je patrné, že analýza metafor je široce využitelným nástrojem, který umožňuje analyzovat v podstatě jakákoliv data (mediální produkci, etnografické rozhovory, textovou produkci atd.) a aktéry (instituce i jednotlivce). Metafora jsou následně velmi vhodným nástrojem konceptualizace daného diskursu, čímž mohou pomoci pochopit jeho ideové nastavení a klíčově také nastavovanou „normalitu“ v rámci diskursu a v rámci ní také diskursivní (normální) a nediskursivní (abnormální) praktiky.

V rámci příspěvku se ještě dotýkáme otázky kvalitativní versus kvantitativní přístup, kdy oba přístupy různou měrou kombinujeme, abychom dosáhli co největší praktičnosti výzkumu a zároveň originálního a inovativního výsledku analýzy. Frekvenční analýza jako čistě kvantitativní metoda neposkytuje v podstatě žádný prostor a možnost, vyjma arbitrárně zvolené hranice 300 prvních slov, jak ovlivnit výsledky badatelem. Konstrukce sémiotických polí a selekce relevantních slov (lexikálních jednotek) je již postup kvalitativní, přičemž byl založen na našem předporozumění problematice, nicméně sémiotická pole a vybrané lexikální jednotky transparentně uvádíme (uvedeme), aby byla selekce jasně patrná a případně kritizovatelná. To samé v zásadě platí i pro identifikaci metafor. Využitím analýzy metafor ve spojení se specifickými sociálními jevy (a příslušnými výzkumy) se přikláníme k interdisciplinární spolupráci různých badatelských tradic.

### ZDROJE PODPORY

Tento text vznikl v rámci projektu *Marginalita v České republice: Kultura, metafora a ne/bezpečnost*, který je realizován prostřednictvím Studentské grantové soutěže (SGS) pod identifikátorem SGS-2013-078.

### POUŽITÁ LITERATURA

- CAMERON, L. 1999. „Operationalising ‘Metaphor’ for Applied Research,“ in *Researching and Applying Metaphor*. Eds. G. Low, L. Cameron. Cambridge: Cambridge University Press. s. 3–28.
- DEIGNAN, A. 1999. „Corpus-Based Research into Metaphor,“ in *Researching and Applying*

*Metaphor*. Eds. G. Low, L. Cameron. Cambridge: Cambridge University Press. s. 177–199.

GILL, P. 2009. „Non una donna in politica, ma una donna politica: Women’s Political Language in an Italian Context,“ in *Politics, Gender and Conceptual Metaphor*. Ed. K. Ahrens. New York: Palgrave Macmillan. s. 83–111.

GOATLY, A. 2007. *Washing the Brain: Metaphor and Hidden Ideology*. Amsterdam: John Benjamins.

CAMPBELL, R. a J. L. REEVES 1999. „Covering the Homeless: The Joyce Brown Story,“ in *Reading the Homeless: The Media’s Image of Homeless Culture*. Ed. E. Min. Westport: Praeger Publishers. s. 23–44.

HALL, S. et al. 1978. *Policing the Crisis: Mugging, the State and Law and Order*. London: Palgrave Macmillan.

HEJNAL, O. 2013a. Anachorický bezdomovec: Purifikace a transgrese veřejného prostoru. *Český lid*. 100(4): dosud nepaginováno – v tisku.

HEJNAL, O. 2013b. Hilton jako ‚fekální dvůr‘: Socioprosťorové aspekty bezdomovectví. *Sociologický časopis*. 49(2): 241–67.

HEJNAL, O. 2013c. „Já si je najdu, ty vole. Dyt máme furt stejný místa“: Místa bezdomovců ve veřejném prostoru. *Lidé města* 15(3): 419–441.

HEJNAL, O. a L. LUPTÁK 2013. „Využitie CAQDAS pri výskume sekuritizácie a desekuritizácie,“ in *Bezpečnostné fórum 2013*. Zborník vedeckých prác. Eds. J. Ušiak, J. Lasicová, D. Kollár. Banská Bystrica: Fakulta politických vied a medzinárodných vzťahov, Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici. s. 232–239.

CHARTERIS-BLACK, J. 2004. *Corpus Approaches to Critical Metaphor Analysis*. New York: Palgrave Macmillan.

CHARTERIS-BLACK, J. 2011. *Politicians and Rhetorics*. New York: Palgrave Macmillan.

KOLLER, V. a E. SEMINO 2009. „Metaphor, Politics and Gender: a Case Study from Germany,“ in *Politics, Gender and Conceptual Metaphor*. Ed. K. Ahrens. New York: Palgrave Macmillan. s. 9–35.

KÖVECSES, Z. 2009. „Metaphor, Culture, and Discourse: The Pressure of Coherence,“ in *Metaphor and Discourse*. Eds. A. Musolff, J. Zinken. New York: Palgrave Macmillan. s. 11–24.

KUCKHARTZ, A. M. a M. J. SHARP 2011. Responsibility: A Key Category for Understanding the Discourse on the Financial Crisis – Analyzing the KWALON Data Set with MAXQDA 10. *Forum: Qualitative Sozial Forschung / Forum: Qualitative Social Research*. 12(1): Art 22.

LAKOFF, G. a M. JOHNSON 1980. *Metaphors We Live By*. Chicago: The University of Chicago Press.

LIND, R. A. a J. A. DANOWSKI 1999. „The Representation of the Homeless in U.S. Electronic Media: A Computational Linguistic Analysis,“ in *Reading the Homeless: The Media’s Image of Homeless Culture*. Ed. E. Min. Westport: Praeger Publishers. s. 109–120.

LOW, G. 1999. „Validating Metaphor Research Projects,“ in *Researching and Applying Metaphor*. Eds. G. Low, L. Cameron. Cambridge: Cambridge University Press. s. 48–65.

MARCUSE, P. 1988. Neutralizing Homelessness. *Socialist Review* 88(1): 69–97.

MAREK, J. et al. 2012. *Bezdomovectví v kontextu ambulátních sociálních služeb*. Praha: Portál.

MIN, E. 1999. „Introduction,“ in *Reading the Homeless: The Media’s Image of Homeless Culture*. Ed. E. Min. Westport: Praeger Publishers. s. ix–xiii.

MITCHEL, D. a L. A. STAEHELI 2006. „Clean and Safe? Property Redevelopment, Public Space, and Homelessness in Downtown San Diego,“ in *The Politics of Public Space*. Ed. S. M. Low a N. Smith. New York: Routledge. s. 143–175.

MUSOLFF, A. 2004. *Metaphor and Political Discourse: Analogical Reasoning in Debates about Europe*. New York: Palgrave Macmillan.

POWER, G. 1999. „Media Image and the Culture of Homelessness: Possibilities for Identification,“ in *Reading the Homeless: The Media’s Image of Homeless Culture*. Ed. E. Min. Westport: Praeger Publishers. s. 65–83.

PRAGGLEJAZ GROUP 2007. MIP: A Method for Identifying Metaphorically Used Words in Discourse. *Metaphor and Symbol*. 22(1): 1–39.

SEMINO, E. a V. KOLLER 2009. „Metaphor, Politics and Gender: a Case Study from Italy,“ in *Politics, Gender and Conceptual Metaphor*. Ed. K. Ahrens. New York: Palgrave Macmillan. s. 36–61.

SCHÖN, D. A. 1993. „Generative Metaphor: A Perspective on Problem-setting in Social Policy,“ in *Metaphor and Thought*. Ed. A. Ortony. Cambridge: Cambridge University Press. s. 137–163.

SCHÖNFELDER, W. 2011. CAQDAS and Qualitative Syllogism Logic – NVivo 8 and MAXQDA 10 Compared. *Forum: Qualitative Sozial Forschung / Forum: Qualitative Social Research*. 12(1): Art 21.

SNOW, D. A., a M. MULCAHY 2001. Space, Politics, and the Survival Strategies of the Homeless. *The American Behavioral Scientist*. 45(1): 149–169.



ŠAMÁNEK, J. 2011. Bezdomovectví: Tíživá životní situace, nebo kuří oko běžného občana?. *Biograf* (54): 77–81.

V AŠÁT, P. 2012a. Mezi rezistencí a adaptací: Každodenní praxe třídy nejchudších. *Sociologický časopis*. 48(3): 247–282.

V AŠÁT, P. 2012b. Studium bezdomovectví v USA: Inspirace pro výzkum v ČR. *Český lid*. 99(2): 129–149.

WHANG, I. a J. A. DANOWSKI 1999. „Blaming the Homeless: The Populist Aspect of Network TV News,“ in *Reading the Homeless: The Media's Image of Homeless Culture*. Ed. E. Min. Westport: Praeger Publishers. s.121–133.

WRIGHT, T. 1997. *Out of Place: Homeless Mobilizations, Subcities, and Contested Landscapes*. Albany: State University of New York Press.

