

Szabó Lilla Petronella

## Félelem és rettegés a Fehér Házban

Metaforák Donald Trump 2020-as kampánybeszédeiben<sup>1</sup>

### Abstract

Donald Trump's presidency was largely built on inciting fear from immigrants, China, and corrupt politicians, creating a sense of crisis that he could control. In light of the turbulent year of 2020 in the United States, which included numerous protests and the coronavirus pandemic, the question arises: did he use his so-called crisis talk under the circumstances? My hypothesis was that Trump metaphorically framed the elements of crisis that appeared in his 2020 campaign for presidency. In this study, I analysed six campaign speeches from Trump's 2020 campaign and identified the relevant conceptual metaphors and metaphorical frames in order to find out how Trump addressed the different elements of crisis. The results suggested that he had heavily relied on the metaphorical frames of war and warlike competition in his speeches, deepening the feeling of insecurity in his audience. The study showed that Trump definitely relied on the language of crisis in each metaphorical domain.

*Keywords:* metaphorical frames, campaign rhetoric, political speeches, crisis talk

### 1 Bevezetés

Donald J. Trump, az Egyesült Államok 45. elnöke az alábbi kampányígéretet tette a 2016-os elnökválasztás során (Charteris-Black 2018: 220; eredeti kiemelés):

- (1) We're going to win the election, and *we're going to clean out the swamp*. You know, I'm using the expression, *we're going to drain... the swamp* of Washington, DC. *It is a swamp of absolute corruption!*

'Megnyerjük a választást, és *kitakarítjuk a mocsarat*. Tudják, azt a kifejezést használom, hogy *lecsapoljuk... Washington, DC mocsarát*. *A korlátlan korrupció mocsarát!*<sup>2</sup>

Mit érthetett az USA (akkor még csak leendő) elnöke a mocsár lecsapolása alatt? Az Egyesült Államok politikusai (például Ronald Reagan republikánus elnök vagy Nancy Pelosi, az USA képviselőházának jelenlegi demokrata elnöke) éltek már korábban is ezzel a kifejezéssel, amely arra a téves elképzelésre alapoz, hogy az Egyesült Államok fővárosa, Washington egy mocsárra

---

<sup>1</sup> A Szerző köszönettel tartozik Szabó Áronnak az adatgyűjtésben nyújtott segítségével.

<sup>2</sup> A dolgozatban található összes fordítást a Szerző készítette. A példákban másként nem jelölt kiemelések mind a Szerző kiemelései.

épült (lásd W1 forrás). Az idézett politikai kontextusban a mocsár (a szűnyogok számára kedvező élőhely) Washingtonra mint politikai intézményre vonatkozott, a mocsárban élő szűnyogok pedig az ott tevékenykedő – Trump által korruptnak kikiáltott – politikusok voltak (Charteris-Black 2018; Harrington 2016). A mocsár egy koszos hely, amellyel kapcsolatban romlásra és pusztulásra asszociálhatunk (Burgers et al. 2019). A szűnyogokról pedig tudjuk, hogy veszélyes betegségeket, így például maláriát terjesztenek, tehát a korrupcióhoz hasonlóan kárt okoznak az embereknek (Harrington 2016). Ebből következően a mocsár lecsapolása és a szűnyogok eltüntetése a korrupció megszüntetésének felel meg Trump beszédében. A szófordulat nagy sikert aratott Trump választói körében,<sup>3</sup> ami többek között abban nyilvánult meg, hogy többször kántálták a kampányeseményeken, így nem meglepő, hogy visszatérő elem lett Trump politikai beszédeiben (Charteris-Black 2018). A mocsárlecsapolás metaforájával Trump a választói körében olyan személyként jelenítette meg saját magát, aki képes megoldani a kormány morális válságát (Charteris-Black 2018: 12).

A válság ugyanakkor nem csak a korrupció tekintetében jelent meg Trump retorikájában: a krízis folyamatosan jelen volt az elnök beszédeiben (Homolar & Scholz 2019). Trump 2016-os kampánybeszédeit kvalitatív és kvantitatív módon is elemezve Homolar & Scholz (2019) arra jutott, hogy Trump a válságon keresztül legitímálta a pozícióját: először meggyőzte a közönségét, hogy olyan mértékű krízissel kell szembenézniük, hogy nincs már veszítenivalójuk – ezzel bizonytalanságba taszítva őket. Trump azonban megoldást is kínált az általa felsorolt problémákra, amivel azt erősítette meg a hallgatóságban, hogy a kiutat csak az ő intézkedései jelenthetik (Homolar & Scholz 2019). A szerzők Trump ezen gyakorlatát a külügyi krízis lefésztésével példázták: Trump 2016-os retorikájában megjelent, hogy Kína és Oroszország sem tisztelte az Egyesült Államokat, mert – ellentétben a kínai és orosz vezetőkkel – az amerikai politikai elit nem volt elég határozott a külfölddel szemben. Ebből következően erőskezü vezetőre (Donald Trumpra) van szüksége az USA-nak ahhoz, hogy újra visszanyerje régi státuszát a nemzetközi porondon. A 2016-os kampányban tehát meghatározó volt a krízis.

De megjelent-e hasonló válság Trump legutóbbi, 2020-as választási kampánya során? A kérdés relevanciáját a 2020-as év olyan nehézségei is alátámasztják, mint az elsőként Kínában azonosított, majd az USA-ban 2020 januárjában megjelent koronavírus-járvány, valamint a George Floyd rendőri intézkedés során elkövetett meggyilkolásának következtében szervezett ún. Black Lives Matter ('Számítanak a Fekete Életek') tüntetéssorozatok. A jelen cikk arra vállalkozik, hogy felfedje Donald Trumpnak a 2020-as kampánya során elhangzott beszédeiben található, krízisre utaló fogalmi metaforákat (vö. Kövecses 2005, 2010; Lakoff & Johnson 2003) és metaforikus kereteket. Semino et al. (2016/2018: 627) úgy fogalmazta meg a keret fogalmát, mint a háttértudásunk egy részét, amely 1) a világ egy bizonyos aspektusához köthető, 2) várakozásokat és következtetéseket generál, és 3) összeköthető az adott nyelv bizonyos lexikai és nyelvtani formáival.

Trump eddig feltárt retorikája és a viharos választási év eseményei alapján azt feltételeztem, hogy a 2020-as kampány során a fogalmi metaforák, illetve tágabban értelmezve, a metaforikus keretek szintjén is a válsághelyzethez köthető nyelvi elemek voltak hangsúlyosak.

A cikk az alábbi egységekből épül fel: a Bevezetést követően a második alfejezetben röviden ismertetem a metaforák jelentőségét a politikai kommunikációban. A harmadik egységben kitérek Donald Trump retorikájára, különös tekintettel a trumpi retorika populista vonatkozásaira.

---

<sup>3</sup> A metaforát a választók mellett több pártos média is tárgyalta; erről lásd Burgers et al. (2019).

Ezt követően a negyedik alfejezetben bemutatom a kutatás korpuszát, azaz azon kampánybeszédeket, amelyek vizsgálat alá estek. A negyedik egységben tárgyalom a kutatás során alkalmazott módszertant. Az ötödik alfejezetben ismertetem a kutatás eredményeit, míg az utolsó, hatodik egységben összefoglalom a kutatást.

## 2 Metaforák a politikában

A metaforakutatás egyik legtermékenyebb területe a politikai kommunikáció. Számos tanulmány és könyv vizsgálta már, hogy a politikai élet szereplői milyen metaforikus keretek között nyilatkoznak meg olyan – viszonylag elvont – fogalmakról, mint a gazdaság (Benczes & Benczes 2018), a társadalom és a nemzet (Musolff 2016), illetve a politika (Mio 1997; Semino 2008). Miért kaphatnak a metaforák jelentős szerepet a politikai kommunikációban? Mio (1997) szerint a meggyőzés hatásos eszközeiként szolgálnak.

A metaforák egyfelől leegyszerűsítik és érthetővé teszik a (fent említett) elvont fogalmakat, amelyekkel a politikában találkozhatunk (Mio 1997; Semino 2008). Ezt példázza az Egyesült Államok politikájában elterjedt háborús metafora, amely szerint az USA háborút visel az olyan társadalmi problémák ellen, mint a droghasználat vagy a terrorizmus (Semino 2008: 100–101).<sup>4</sup> Az előbbi, az ún. War on Drugs ('háború a drogok ellen') metaforát az 1980-as és az 1990-es években alkalmazta a Fehér Ház (Steuter & Wills 2008). Az ún. War on Terror ('háború a terrorizmus ellen') fogalma a 2001. szeptember 11-i terrortámadások okán került be a köztudatba Bush elnök megszólalását követően, aki meghirdette a terrorizmus elleni háborút (Lakoff 2001; Semino 2008). Ezek a háborús metaforák arra hivatottak, hogy az olyan, komplex okokra visszavezethető problémákat, mint például a droghasználat vagy a terrorizmus egy viszonylag egyszerű, jól körülírható háborús helyzetté alakítsák (Steuter & Wills 2008: 8).

A metaforák egyúttal megoldást is kínálnak ezekre a problémákra (Mio 1997). A háború során a két fél (általában a jó és a rossz oldal) megküzd egymással, és a jó oldal (amelyet a felszólaló politikus képvisel) győzedelmeskedik, a politikusok a győzelem ígéréssel pedig tovább erősítik a háborús retorikába vetett hitet (Lakoff 1991, 2001; Steuter & Wills 2008).

Végezetül a politikai metaforák érzelmeket válthatnak ki a hallgatóságból (Mio 1997). A háborús metaforák esetén értelemszerűen a kijelölt ellenség (a fenti példákban a droghasználók és a terroristák) irányában táplálhatnak negatív érzelmeket az emberek. Azonban nemcsak a metaforikus nyelvhasználaton keresztül hirdetett háború képes ellenérzéseket kiváltani, hanem az egyes politikai irányvonalak mentén propagált háború is. Ezt példázza a George W. Bush elnöksége során a közbeszédben elterjedt ún. *tax relief* ('adókönnyítés') kifejezés is (Lakoff 2014). A *tax relief* kifejezésnek azért van jelentősége, mert a *relief*, vagyis a 'könnyítés', (szemben az egyébként szintén használható *tax cut*, azaz 'adócsökkentés' kifejezéssel) azt implikálja, hogy az adózás egyfajta teher, amelyen a politikusok tudnak könnyíteni (Lakoff 2014). Ebből következően az a politikus tűnik fel jobb fényben, aki az adózás terhe alól (valamilyen mértékben) mentesíti az állampolgárokat, míg az a politikus válthat ki ellenérzést a választókból, aki az adózás terhét nem csökkenti (Lakoff 2014).

Az érzelmek generálására különösen alkalmas a megszemélyesítés is, hiszen az elvont fogalmakat (mint a fenti példákban említett drogbetegség és terrorizmus fogalmát) emberi (pél-

---

<sup>4</sup> A metaforák jelentőségét példázza, hogy a War on Terror ('háború a terrorizmus ellen') metaforát a média kritika nélkül vette át a politikától, amivel egyúttal legitimálta Irak megszállását (Lewis & Reese 2009).

dául fizikai és szellemi) tulajdonságokkal ruházza fel (Kövecses 2010; Šarić 2015). A megszemélyesítés markánsan jelen van a politikai kommunikációban az egyes országokról zajló diskurzusokban: az országok szenvedhetnek (tehát vannak érzéseik, például: „Szegény ország szenved”, lásd W4 forrás), lehetnek magabiztosak (vannak mentális állapotaik, például: „Orbán Viktor [...] elmondta: hazánk »egy magabiztos és cselekvőképes ország képét mutatta«”, lásd W5 forrás), és lehetnek erősek vagy gyengék (azaz léteznek fizikai jellemzőik, például: „Magyarország érdeke az erős Szerbia”, lásd W6 forrás; Šarić 2015: 52; vö. Kövecses 2010: 68–69). A politikusok pedig az országokhoz társított emberi tulajdonságokat felhasználhatják arra, hogy metaforikusan keretezzék az egyes megszemélyesített entitásokat.

Benczes & Szabó (2020) kutatásából kiderült például, hogy a magyar kormány kommunikációjában az Európai Unió Európai Bizottságának és az Európai Unió Tanácsának székhelyéül szolgáló Brüsszel város személyként jelent meg. Azonban a kormánykommunikációban Brüsszel többféle szerepben tűnt fel, ugyanis előfordult úgy is, mint autoritás, partner egy közös vállalkozásban, zsarnok és ellenfél egy csatában. A leggyakrabban az autoritás keret szerepelt a korpuszban, amelyet az „akkor arról tájékoztatni **kell** Brüsszelt” (Benczes & Szabó 2020: 356; eredeti kiemelés) példáz. Brüsszel ezen szerepében (legitim) ellenőrzést gyakorolhat Magyarország felett, ennél fogva az országnak kötelezettségei vannak felé (például tájékoztatni kell egyes ügyekről). Ugyanakkor a második leggyakoribb, a partner egy közös vállalkozásban keret szerint az Európai Uniót – Brüsszelen keresztül – nem minden esetben keretezte a kormányzati kommunikáció olyan entitásként, amely Magyarország felett hatalmat gyakorolhat, hanem inkább partneri viszonyt feltételezett. A „Brüsszel hivatalos **javaslata**” példa (Benczes & Szabó 2020: 358; eredeti kiemelés) is ezt támasztja alá, hiszen – az autoritás kerettel ellentétben – ebben a példában nem a Brüsszel felé teljesítendő kötelezettségekről volt szó, hanem arról, hogy partnerként Brüsszel hivatalos javaslatot tehet egyes kérdésekre vonatkozóan. A korpusz harmadik legtöbb tokent tartalmazó kerete, a zsarnok, olyan személyként keretezte Brüsszelt, aki veszélyt jelent Magyarország jogaira nézve, és visszaél a hatalmával. Ezt a „kritizáljuk azt az új bevándorlási szabályozást, amelyet Brüsszel próbál **ráerőltetni** Magyarországra és a többi országra” (Benczes & Szabó 2020: 360; eredeti kiemelés) mutatta be. Ebben az esetben láthatjuk, hogy azok a szabályozások, amelyeket az Európai Unió (Brüsszel) implementálni akart, nem egyeztek Magyarország (és a többi ország) elképzelésével, így azok kényszerített életbe léptetése zsarnoki magatartásra utalt. Végezetül Brüsszel háborús ellenfélként is megjelent, az ellenfél egy csatában metaforikus keret segítségével, például a „Vállalja-e a **küzdelmet** Brüsszellel szemben?” (Benczes & Szabó 2020: 361; eredeti kiemelés) megnyilatkozásban. Ezekben a példákban metaforikus csatákról volt szó, amelyben az ellenfél Brüsszellel állt szemben Magyarország. Összességében a kutatás rávilágított arra, hogy a megszemélyesítésen keresztül több különböző (autoritás, partner, zsarnok, háborús ellenfél) szerepet is felvehet egy-azon megszemélyesített entitás.

Az előbbieken olyan példákat láttunk, amelyek esetében a metaforikus keretek érzelmeket, illetve pozitív vagy negatív attitűdöket válthatnak ki a befogadókból. Létezik-e azonban semleges metaforikus keretezés? Mivel a metaforikus keretek egyfajta szemléletet közvetítenek egy bizonyos kulturálisan beágyazott nézőpontból (például azt, hogy az adózás teher), abszolút semlegességről nem beszélhetünk (Kövecses 2006: 92). Azonban egyes keretezések hozzávetőlegesen kevésbé terheltek érzelmi szempontból, ezáltal viszonylag semlegesnek tekinthetők (Kövecses 2006). Ilyen volt például az ún. *graduated income tax* (’lépcsőzetes jövedelemadó’) fogalma, amely – mint sok más szakkifejezés – semleges volt, ameddig Dan Quayle republikánus politikus az 1992-ben mondott beszédében fel nem tette a kérdést: “Why should the best

people be punished?” (‘Miért kellene a legjobb embereket büntetni?’) az adóval kapcsolatban (Kövecses 2006: 92; Lakoff 2010). Amint a példából látszik, Quayle egyfajta büntetésként ke-retezte a lépcsőzetes jövedelemadót, amelyet a ’legjobb’ emberektől (akik e keret szerint a leg-több pénzt keresik) vesz el a kormány (Kövecses 2006). Azt látjuk ebből a példából, hogy a viszonylag semleges terminus technicus a politikus beszédében egy negatív konnotációkat elő-hívó metaforikus keret része lett, amelyben az adózás egyenlő a büntetéssel (Kövecses 2006).

A politikai metaforákban rejlő lehetőségeket (azaz a leegyszerűsítést, a problémamegoldást és az érzelmekeltést) Trump is kihasználta a retorikájában. Ezt példázza a 2020. augusztus 28-án Manchesterben (New Hampshire, USA) tartott kampánybeszéde:

- (2) First, China stole our jobs, plundered our intellectual property, and unleashed a virus. And now, China is trying to just hug and kiss Joe Biden. [...] Look, if you like China, you should vote for Biden that I can tell you.  
 ‘Először is Kína ellopta a munkahelyeinket, elrabolta a szellemi tulajdonunkat, és szabadjára engedett egy vírust. Most pedig Kína megpróbálja megölelni és megsókolni Joe Bident. [...] Nézzétek, annyit mondhatok, hogy ha kedvelitek Kínát, Joe Bidenre kell szavaznotok!’

Ebben a példában Kínát olyan személyként jelenítette meg Trump, aki lopott, és aki felelős a koronavírus-járványt kiváltó vírus elszabadulásáért is. Kína ilyen jellemzése után Trump várhatóan ellenszenvet váltott ki Kínával szemben a közönségből. Az idézetben továbbá az olyan kérdéseket, mint a gazdaságpolitika, a szellemi tulajdon vagy a külkapcsolatok (Kína Trump által kikiáltott közeledése Joe Biden demokrata elnökjelölt felé) úgymond leegyszerűsíti lopás-sá és fizikai közeledéssé. Ez utóbbi esetben az INTIMITÁS KÖZELSÉG metaforára alapozva hang-súlyozta Biden és Kína közeli kapcsolatát az *ölelés* és a *csók* szó figuratív használatával. Vége-zetül Trump megoldást is kínált: ha a szavazók kedvelik Kínát, akkor Bidenre kell szavazniuk, amiből az következik, hogy ha nem kedvelik Kínát, akkor Trumpra kell, hogy voksoljanak.

A politikai befolyásolásban tehát jelentős szerepet töltenek be a fogalmi metaforák, mivel azok segítenek megérteni a politika elvont fogalmait, megoldást kínálhatnak a politikusok által kikiáltott problémákra, és érzelmi befolyásolásra is alkalmasak. A politikai metaforák rövid áttekintését követően kitérek Donald Trump politikai nyelvhasználatára.

### 3 Trump politikai nyelvhasználata

Donald Trump nyelvhasználatát a nyelvészet átfogóan kutatta, különösen a Twitter közösségi-média-oldalon, amelyen keresztül az USA 45. elnöke gyakran osztotta meg a gondolatait.<sup>5</sup> A széles körű érdeklődést példázza, hogy a Google Scholar adatbázis a *Trump* és a *Twitter* keresőszavakra mintegy 139 000 találatot adott (2021. január 23-án). A volt elnök jelenléte a kö-zösségi médián azonban a jelen kutatás céljain kívül esik, így részletesen nem mutatom be az ezen a területen végzett kutatásokat. Azt azonban fontos megemlíteni, hogy a Twitteren végzett kutatások már az elnöksége korai szakaszában is azt mutatták, hogy Trump számos esetben használt olyan nyelvezetet, amely válságra utalt. Hixson (2018) például a 2016. január 1. és

<sup>5</sup> Donald Trump saját bevallása szerint őt épp a Twitter segítette az elnöki székbe. Egy, a Fox News Channelen megjelent interjújában úgy fogalmazott: “I wouldn’t be here if it wasn’t for Twitter,” azaz ‘Nem tartanék itt a Twitter nélkül’ (Schwartz 2017).

Szabó Lilla Petronella:

*Félelem és rettegés a Fehér Házban. Metaforák Donald Trump 2020-as kampánybeszédeiben*

*Argumentum 17 (2021), 726-746*

*Debreceni Egyetemi Kiadó*

*DOI: 10.34103/ARGUMENTUM/2021/37*

2016. június 1. közötti időszakban 1687 elnöki tweetet vizsgált, amelyeknek 81 százalékában felfedezhető volt az agresszió, félelem és paranoia. Perry & Joyce (2018) egy későbbi időszakot elemzett, 2016. május 25. és 2017. január 20. között. Az ez idő alatt posztolt tweetekből az derült ki, hogy az elnök az információmegosztás (például gazdasági adatok közzétevése), köszönetnyilvánítás és támogatás (például John McCain halála után a szenátor családja felé kifejezett támogatása) mellett negatív posztokat is megosztott. A Twitteret vizsgáló kutatások tehát arra jutottak, hogy Trump sok esetben arra használja a platformot, hogy negatív hangvételű üzeneteket osszon meg (vö. Ross & Caldwell 2020).

A negatív érzelmek és a válság ugyanakkor nem csak Trump közösségi médiában megjelenő hozzászólásait jellemezték. Homolar & Scholz (2019) egyenesen „krízisbeszédnek” titulálta Trump retorikáját, amely szerint az országban uralkodó válságon a Trump által kezdeményezett vezérelv lendítheti át az Egyesült Államokat. A kutatásban Trump 74, 2016-ban mondott kampánybeszédét elemezték kvantitatív és kvalitatív megközelítésből egyaránt. Az eredmények szerint a vizsgált időszakban Trump az Egyesült Államokat egy válságban lévő országgént jelezte meg. E válság hat fő téma köré épült: biztonság, kormány, drogok, gazdaság, oktatás és környezet (Homolar & Scholz 2019: 348). Trump a beszédek alapján két csoportot okolt a gondok kialakulásáért: egyfelől a politikai elitet, másfelől pedig a bevándorlókat (ezzel meghatározva a saját csoportját és másokat). Ezen beszédmódot Trump arra használta, hogy kritizálja a demokrata ellenfelét, Hillary Clintont, akit a status quo megtestesítőjének nevezett. A beszédekben önmagára az úgymond igazi amerikaiak (amely csoportba ő maga is tartozik) képviselőjeként utalt, akiket ő képes kivezetni a válságos helyzetből a kiemelkedő képességei segítségével. Ezt olyan kijelentésekkel támasztotta alá, mint például a következő: „I know more about renewables than any human being on Earth”, azaz ’többet tudok a megújuló energiaforrásokról, mint akármelyik emberi lény a Földön’ (idézi Blake 2016).

Homolar & Scholz (2019) kutatásából látható, hogy Trump retorikájában megtalálhatók a populista retorika elemei, mint például a saját képességeinek a méltatása. Trump populista beszédmódját részletesebben Schneider & Eitelmann (2020) tárgyalta. A populizmust stílusként értelmező dolgozat szerint a populista stílus öt főbb komponensből tevődik össze. Az egyik a nép és az elit egymással való szembeállítása, amely például a keményen dolgozó amerikaiak kontra a „washingtoni mocsár” (tehát a politikai elit) dichotómiájával írható le. Schneider & Eitelmann (2020: 243–244) szerint ugyan ez a megkülönböztetés megjelenik a trumpi retorikában, ugyanakkor dominánsabb a Trump által vezetett „mozgalom” szembeállítása mindenki mással, aki nem a Trump által vezetett csoportnak a tagja. A populista politikusok másik jellemzője, hogy egyfelől úgy konstruálják meg saját magukat, mint akik a hétköznapi emberek közül valók, másfelől – ahogy azt fentebb is említettem – bizonyítaniuk kell úgymond a nagyságukat (vö. Homolar & Scholz 2019). Trump nyelvezetében egyértelműen megtalálhatóak olyan tulajdonságok, amelyek mindkét kritériumot lefedik. A hétköznapi nyelvhasználatot például olyan nyelvi jellemzők támasztják alá, mint a kisebb, kevés szakszót használó, a kifejezéseket ismétlődően alkalmazó nyelvhasználat (Egbert & Biber 2020; Björkenstam & Grigonytė 2020), valamint az, hogy Trump beceneveket talált ki az ellenfeleinek (például Hillary Clintont a *crooked* (‘tiszteségtelen’) jelzővel illetve „Crooked Hillary”-nek nevezte; Tyrkkö & Frisk 2020), illetve gyakran megszólította a közönségét olyan kifejezésekkel, mint a „let me tell you”, vagyis ’hadd mondjam el’ (Egbert & Biber 2020). Ugyanakkor a nagyság is megjelent a beszédekben, mint azt a fent említett állítás – miszerint bárki másnál többet tud a megújuló energiáról – is alátámasztja. A populista stílus harmadik jellemzője a durva modor, amely megnyilvánulhat szitkozódás formájában, de ide sorolható a szakértők véleményének az elutasítása is (Schneider

& Eitelmann 2020: 242). A modortalanságot alátámasztják a fent említett becenevek is (Tyrkkö & Frisk 2020). Schneider & Eitelmann (2020) negyedik tulajdonságként a jelen cikk fókuszát képező krízist nevezte meg a populista stílus velejárójaként, amely krízisre a populisták rendszerint rövid távú megoldásokat ajánlanak fel. Ezen megoldások Trump világában A LÉTEZÉS NAGY LÁNCA metaforára épültek (Koth 2020), amely szerint az emberek helyezkednek el a csúcsra, alattuk találhatók az állatok, a növények, a komplex tárgyak és a természetes fizikai dolgok (Kövecses & Benczes 2010: 48). Ennek megfelelően az emberek kihasználhatják a természeti kincseket, hiszen afelett helyezkednek el (Koth 2020; Schneider & Eitelmann 2020). Végezetül a populista politikus mintegy színpadként használja az egyes médiumokat: ugyan az elit pártolásával kritizálja azokat, mégis olyan szlogenek hangzanak el tőle, amelyek jól mutatnak a médiában (Schneider & Eitelmann 2020). Trump (főképp a nem őt támogató) médiumokkal való viszonyát jól példázza az ún. *fake news*, vagyis az 'álhír' vádja, amellyel sokszor illetve az egyes újságokat és televíziócsatornákat (Schneider & Eitelmann 2020).

Összességében elmondható, hogy Donald Trump kommunikációjában a modern populista retorika számos eleme megtalálható. Ennek ellenére Homolar & Scholz (2019) szerint nemcsak a populista retorika vitte sikerre Trumpot, hanem azon ábrázolásmód is, amely az Egyesült Államokat válság sújtotta országgént jelenítette meg. A jelen cikk ennek a krízisbeszédnek a metaforikus megjelenéseit vizsgálta.

#### 4 Anyag és módszer

A kutatás a Donald Trumpnak, az USA 45. elnökének a 2020-as elnökválasztási kampány során mondott beszédeit vizsgálta. A korpusz adatainak kezdőpontja 2020. augusztus 27. volt, amely a Republikánus Nemzeti Konvenció utolsó napja volt. A politikusok – így a republikánus színekben induló Trump is – hagyományosan a Republikánus (illetve a demokrata jelöltek a Demokrata) Nemzeti Konvención fogadják el az adott párt elnökjelölti posztját. A rendezvény egyúttal megnyitja a demokrata és republikánus jelöltek kampányát az elnöki pozícióért. A vizsgálódás végpontját 2020. november 2. adta, amely az elnökválasztás előtti utolsó nap volt. Ezen a napon Trump még kampányolt. A két időpont között eltelt időszakban a republikánus politikus mindösszesen 65 beszédet mondott. Az elemzés során ezek közül a beszédek közül a Republikánus Nemzeti Konvención elhangzott 2020. augusztus 27-i jelölést elfogadó beszédet vizsgáltam, amelyet az elnök a koronavírus-járvány miatt rendhagyó módon a Fehér Házból mondott el. Elemeztem továbbá a kampány utolsó beszédét, amelyet 2020. november 2-án az észak-karolinai Fayetteville-ben tartott kampányeseményen hallhattak az érdeklődők. A két időpont között – azaz a kampány nyitánya és zárása között – véletlenszerűen választottam ki két beszédet szeptemberből, illetve szintén két beszédet októberből. A beszédeket megszámoztam az elhangzásuk sorrendjében 1-től 63-ig (a jelölést elfogadó, illetve a kampányzáró beszédeket automatikusan a korpuszba soroltam), és a calculator.net (lásd W2 forrás) weboldal segítségével véletlenszerűen generált sorszámú beszédeket vontam be a vizsgálatba. A szeptemberi hónapban a 2020. szeptember 3-án Latrobe-ban (Pennsylvania), illetve a 2020. szeptember 13-án Hendersonban (Nevada) elhangzott beszédeket elemeztem. Októberben pedig a 2020. október 12-én Sanfordban (Florida) és a 2020. október 26-án Allentownban (Pennsylvania) mondott szövegeket vizsgáltam. Összességében tehát hat beszédet elemeztem: a négy véletlenszerűen kiválasztott szöveg mellett a jelölést elfogadó beszédet, illetve a választások előtti utolsó beszédet.

A szövegeket a Factba.se (lásd W3 forrás) weboldalról szereztem be, amely Donald Trump (illetve a 2020-as elnökké választása óta Joe Biden) összes tweetjét és elmondott beszédének a szöveges átiratát tartalmazza. A vizsgált korpusz mintegy 62 700 szót tartalmazott.

A metaforákat a Pragglejaz csoport (2007) által kidolgozott kritériumoknak megfelelően azonosítottam, azaz elsőként az elolvasott szövegeket nyelvi elemekre bontottam. A Pragglejaz csoport (2007) által javasolt gyakorlat helyett nem az egyes szavak metaforikus mivoltára fókuszáltam, hanem Charteris-Blacket (2018: 219) követtem, aki szerint a metaforák a politikai retorikában a szavaknál nagyobb egységekben, azaz a szószerkezetekben és a kollokációkban fordulnak elő. A Bevezetésben elemzett *drain the swamp* ('lecsapolni a mocsarat') esetében például a Pragglejaz csoport (2007) szerint a *drain* ('lecsapolni') és a *swamp* ('mocsár') két külön metaforikus elemnek számít. Charteris-Black (2018) álláspontja szerint azonban a *drain the swamp* ('lecsapolni a mocsarat') egy metaforikus kifejezés, mivel az „ideológiai szempontból érdekes” metaforák azok, amelyek a többszöri használat okán konvencionalizálódtak (Charteris-Black 2018). A következő lépésben – a Pragglejaz csoport (2007) módszertanát követve – a szókapcsolatok és kollokációk jelentését vizsgáltam a szövegben, vagyis hogy a beszédben kifejtett gondolatokhoz miképp viszonyulnak a kifejezések (Kövecses & Benczes 2010). A következő lépésben ellenőriztem, hogy az azonosított kifejezéseknek van-e a nyelvben (a szövegben használt jelentéshez képest) meghatározható alapvető jelentése – ez a jelentés általában konkrétabb, egyértelműbb, a fizikai tapasztalásból ered, és etimológiai szempontból régebb óta létezhet (Kövecses & Benczes 2010). A Pragglejaz (2007) csoport szerint onnan tudható, hogy metaforikus kifejezéssel számolhatunk, hogy bár az adott kifejezésnek létezik alapvetőbb jelentése, az általunk vizsgált szövegben nem ez az alapvető jelentés fordul elő. Tehát a *drain the swamp* ('lecsapolni a mocsarat') esetében nem egy mocsár konkrét lecsapolásáról van szó Trump beszédeiben.

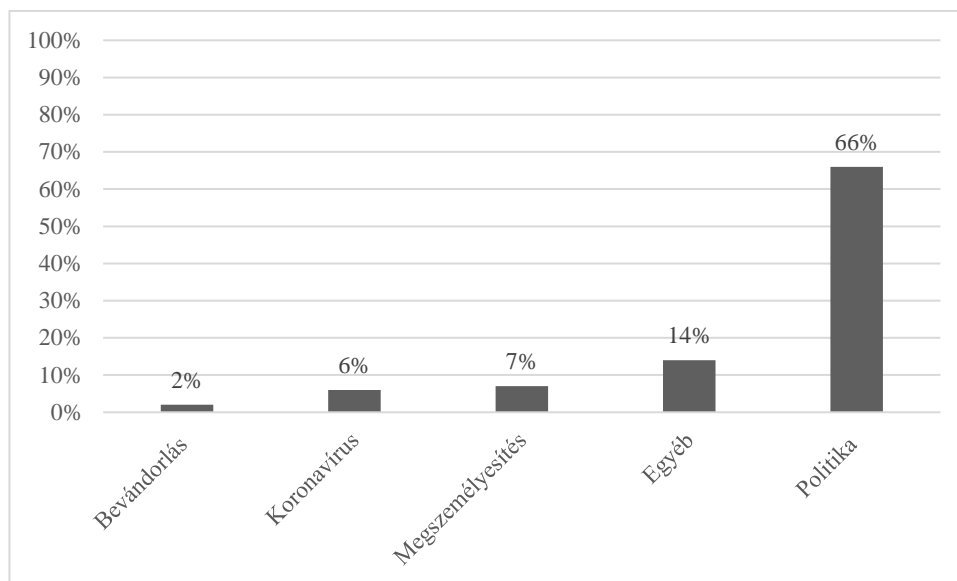
A kampányindító és kampányzáró beszédeken kívül a véletlenszerűen kiválasztott négy beszédet is a Pragglejaz csoport (2007) és Charteris-Black (2018) fent említett módszerei segítségével elemeztem. Az eredményeket a következő, ötödik alfejezetben közlöm.

## 5 Eredmények

A mintegy 62 700 szavas korpuszban összesen 277 darab metaforikus kifejezést azonosítottam. A szöveges átiratokban azonosított metaforákat a következő nagyobb tematikus keretekbe soroltam: bevándorlás, koronavírus, megszemélyesítés és politika. Az „egyéb” kategóriába kerültek mindazok a metaforikus kifejezések, amelyekből egyfelől viszonylag kevés típus volt a korpuszban. Például a NEMZET EGY CSALÁD metafora a korpusz 2,5 százalékát tette ki, ugyanakkor a 7 előfordulásból 3 token szóról szóra ugyanúgy fordult elő: “We are one movement, one people, one family...” ('Egy mozgalom, egy nép, egy család vagyunk...'). Másfelől azokat a példákat soroltam az „egyéb” csoportba, amelyekből csak egy-egy darabot találtam a korpuszban, mint például A DŰH EGY TARTÁLYBAN LÉVŐ FORRÓ FOLYADÉK (“When I say that their heads explode” – 'Amikor azt mondom, felrobban a fejük') vagy A NYOMOZÁS AZ AMERIKAI VÁLASZTÁSOK OROSZ BEFOLYÁSÁRÓL BOSZORKÁNYÜLDÖZÉS (“100 percent political witch hunt” – '100 százalékgig politikai boszorkányüldözés'). Az 1. ábrán az egyes metaforikus keretek százalékos eloszlását ábrázoltam az összes előforduló metafora tükrében.



Szabó Lilla Petronella:  
*Félelem és rettegés a Fehér Házban. Metaforák Donald Trump 2020-as kampánybeszédeiben*  
*Argumentum 17 (2021), 726-746*  
 Debreceni Egyetemi Kiadó  
 DOI: 10.34103/ARGUMENTUM/2021/37



1. ábra. Metaforikus keretek Donald Trump 2020-as kampánybeszédeiben

Az ábráról leolvasható, hogy a szövegekben a politika kerete fordult elő a legnagyobb arányban. Ezt követte az olyan egyéb metaforikus kifejezések csoportja, amelyekből nem hoztam létre külön kategóriát. A megszemélyesítés 6 százalékban fordult elő a korpuszban, míg a koronavírus keretéhez köthető metaforák az összes metaforikus kifejezés 6 százalékát tették ki. Végül a legkisebb arányban a bevándorlás keretéhez köthető metaforák fordultak elő.

A következő alfejezetekben részletesen elemzem a kampánybeszédekben azonosított metaforikus kereteket a legkisebb elemszámú bevándorlás keretétől a legnagyobb elemszámú politika keretéig haladva.

### 5.1 *Bevándorlás*

A bevándorlás témája ugyan viszonylag alacsony arányban fordult elő az összes metaforikus kifejezéshez viszonyítva, mégis visszatérő motívum volt az elnökjelölti beszédekben. Trump bevándorlással és bevándorlókkal kapcsolatos metaforáit már kutatta Santa Ana et al. (2020), olyan fogalmi metaforákat azonosítva a volt elnök kommunikációjában, mint A BEVÁNDORLÁS ÁRVÍZ, A BEVÁNDORLÓ BŰNÖZŐ, A BEVÁNDORLÓ MEGSZÁLLÓ és A BEVÁNDORLÓ ÁLLAT. Az általam vizsgált korpuszban egyedül A BEVÁNDORLÁS ÁRVÍZ metaforára találtam példákat:

- (3) Drones flying to watch the people pour into our country.  
 'Drónok szállnak, hogy figyeljék, amint az emberek beözönlenek az országunkba.'
- (4) ...you're telling millions of people to pour up into our country.  
 '...emberek millióinak mondd, hogy lepjék el az országunkat.'

- (5) ...opening the floodgates to radical Islamic terrorism.  
 '...megnyitják a zsilipeket a radikális iszlám terrorizmus előtt.'

Amint a (3)–(5) példából kiderül, Trump a bevándorló embereket az Egyesült Államokat elözönlő árvízként ábrázolta. Az árvíz metaforája hatásos eszközként szolgálhat a negatív érzelmek és a pánik generálására, hiszen általa egy olyan természeti katasztrófa képét festi a hallgatóság elé Trump, amely mindent elsöpör, és viszonylag kevés eszköz áll rendelkezésre a megakadályozásához. Ennélfogva Trump értelmezése szerint a bevándorlók (akárcsak az árvíz) megállíthatatlanok, nagy számban érkeznek, és nagy károkat okoznak.

## 5.2 *Koronavírus*

A 2020-as, elsőként Kínában azonosított koronavírus-járvány a második világháború után született generáció számára korábban sohasem tapasztalt válságot okozott. Számos országban kijárási korlátozás lépett életbe, amely munkanélküliséget és gazdasági instabilitást okozott, különösképpen a vendéglátóiparban és a turizmusban. A vírus, amely az Egyesült Államokban tízezerszám szedte az áldozatait, a legtöbb esetben háborús ellenség képében jelent meg az elnöki beszédekben. A háború metaforája nem egyedi Donald Trump esetében, ugyanis a világon több politikus (például Emmanuel Macron francia elnök vagy Orbán Viktor magyar miniszterelnök; vö. Szabó 2020) és számos (például magyarországi) médiaorgánum is háborúként beszélt a vírushelyzetről, illetve háborús ellenség képében ábrázolta a koronavírust (vö. Szabó 2021). Trump kampányszövegeiben a koronavírus ellen vívott háborút az alábbi szövegrészek példázzák:

- (6) In recent months, our nation and the entire planet has been struck by a new and powerful invisible enemy.  
 'Az utóbbi hónapokban egy új és erős, láthatatlan ellenség sújtott le a nemzetünkre és az egész bolygóra.'
- (7) We will vanquish the virus, we will overcome the pandemic...  
 'Győzedelmeskedünk a vírus felett, úrrá leszünk a pandémián...'
- (8) We will very easily defeat the China virus...  
 'Nagyon könnyen legyőzzük a Kína-vírust...'

A (6)–(8) példából kiderül, hogy Trump a vírust erős és láthatatlan ellenségként mutatta be, ezzel megszemélyesítve a vírust. A vírus ellen tett intézkedéseket, illetve a vírushelyzet lehetséges megszüntetését az elnök háborús győzelemként fogta fel. A populista retorikának megfelelően a felvázolt problémára – a vírus betörésére az USA-ba – rögtön (bár konkrétumot nem említve) megoldást is kínált: háborúban kell legyőzni az ellenséget, azaz a koronavírust (vö. Schneider & Eitelmann 2020).

### 5.3 *Megszemélyesítés*

A 2. alfejezetben tárgyalt megszemélyesítés a politikai metaforák alkalmazásának egyik, stratégiai szempontból fontos eleme, mivel a megszemélyesítés által a politikusok olyan érzelmeket válthatnak ki a hallgatóságból nem emberi entitások felé, amelyeket általában az embertársaink iránt táplálunk (Šarić 2015; vö. Semino 2008). Trump az esetek 92 százalékában más országokat (Kína és Mexikó) ruházott fel emberi tulajdonságokkal. Az esetek 8 százalékában a Laura elnevezésű hurrikánról beszélt: “the wrath of Hurricane Laura” (‘a Laura hurrikán haragja’).

A megszemélyesített országokat tekintve kisebb, 11 százalékos arányban Mexikóról szólt az elnök. Így az alábbi példában a megszemélyesítés abból fakad, hogy általában egy személyre lehetünk mérgesek, nem pedig egy egész országra.:

- (9) And if they do let him through, we get very angry with Mexico.  
 ‘És ha átengedik, nagyon mérgesek leszünk Mexikóra.’

A másik ország Kína volt, amely a külföldre vonatkozó megszemélyesítések nagy részében (89 százalékában) azonosítható volt:

- (10) China stole our jobs, plundered our intellectual property, and unleashed a virus.  
 ‘Kína ellopta a munkahelyeinket, elrabolta a szellemi tulajdonunkat, és szabadjára engedett egy vírust [a COVID-19 vírusjárványt].’
- (11) I don’t think China likes me too much. You know, I’ve charged them tens of billions of dollars...  
 ‘Nem hiszem, hogy Kína túlságosan kedvel engem. Tudják, dollártízmilliárdokat számítottam fel nekik...’
- (12) Does China want sleepy Joe<sup>6</sup> to win? They own him. They own sleepy Joe.  
 ‘Kína azt akarja, hogy Álmos Joe nyerjen? Az övék. Az övék Álmos Joe.’

A (10) példa azt mutatja, hogy Trump negatív érzelmeket próbált gerjeszteni Kína irányában, hiszen olyasvalakiként személyesítette meg, mint aki lop és szabadjára engedte a világon a koronavírus-járványt. Kína mint személy ugyanakkor nem kedveli Trumpot, mivel – ahogy a (11) példában látható – Trump milliárdokat számolt fel Kínának. Végezetül Trump azzal próbált ellenérzéseket kiváltani Kínával szemben, hogy azt állította, hogy Kína a demokrata ellenfele, Joe Biden győzelmét akarta.

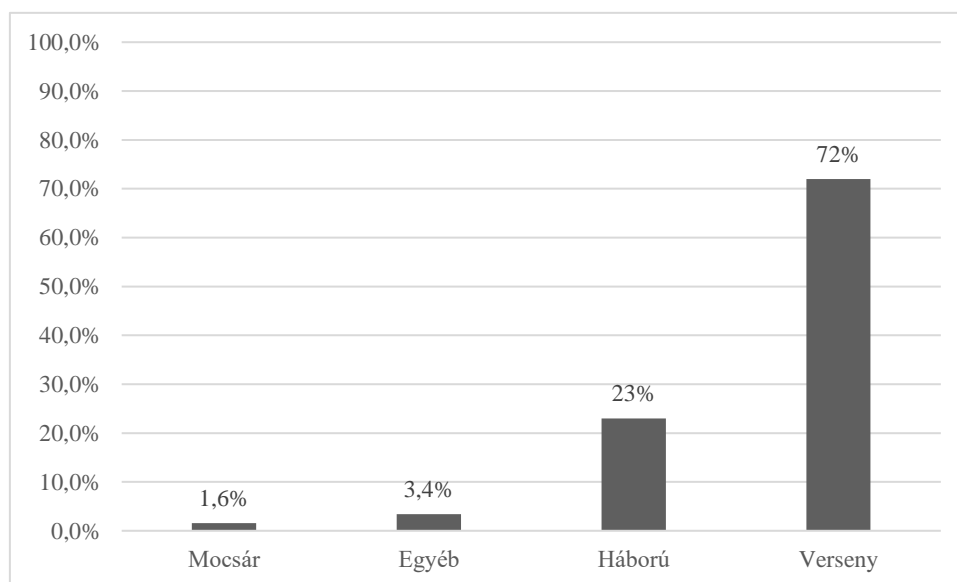
Összességében tehát láthatjuk, hogy Donald Trump a megszemélyesítésen keresztül többnyire negatív érzelmekre utalt, illetve negatív érzelmeket próbált kiváltani a közönségből. Egyfelől a Laura hurrikán haragjáról és az Egyesült Államok Mexikóra irányuló haragjáról szólt, másfelől pedig Kínát tolvajként próbálta feltüntetni – lásd (10) példa –, aki az ellenfele győzelmét kívánja – lásd (12) példa. Ugyanakkor a megszemélyesített Kínának is voltak érzelmei Trump beszédében, mivel az ország (Trump feltételezése szerint) nem kedvelte az elnököt.

---

<sup>6</sup> A “Sleepy Joe” (‘Álmos Joe’) az a Trump által használt becsmélő név, amelyet demokrata kihívójának, Joe Bidennek adott.

## 5.4 Politika

A politika területén számos konceptuális metafora fordul elő (Kövecses 2010). Az amerikai politikát illetően a főbb konceptualizációk a következők: A POLITIKA HÁBORÚ, A POLITIKA ÜZLET, A TÁRSADALOM CSALÁD, A TÁRSADALOM EMBERI LÉNY, AZ ELNÖKVÁLASZTÁS VERSENY (Kövecses 2010: 68). A vizsgált korpuszban leggyakrabban előforduló metaforikus kifejezések a verseny (72%) és a háború (23%) keretei közé tartoztak. (A Bevezetésben tárgyalt mocsár metaforája az esetek 1,6 százalékában fordult elő, míg a fennmaradó 3,4 százalékba olyan, a szövegekben egy-egy alkalommal előforduló metaforák tartoztak, mint A POLITIKA UTAZÁS, például “the people who have made my journey possible” – ’az emberek, akik lehetővé tették az utam’, vagy A POLITIKA ÍRÁS, például “we will write the next chapter of the great American story” – ’mi fogjuk írni a nagy amerikai történet következő fejezetét’). A 2. ábra a politikán belüli metaforák eloszlását mutatja be.



2. ábra. A politika keretén belül előforduló metaforák Donald Trump 2020-as kampánybeszédeiben

A háborús és a sportmetaforák nagyarányú előfordulása nem ritka az amerikai politikai diskurzusban: a 2. alfejezetben tárgyalt háború forrástartománya mellett az amerikai angolban nagy arányban van jelen a sport forrástartománya is (Kövecses 2000). Az amerikai politika sport általi metaforikus keretezéséről tanúskodnak a politikai diskurzusban gyakran előforduló kifejezések, mint például a *hardball politics*, azaz a ’keményvonalas politika’, vagy a *huddle*, vagyis a ’taktikai megbeszélés’, amelyet a titkos politikai megbeszélésekre vonatkozóan használnak, de akár maguk a politikusok is lehetnek befutók (*frontrunner*) és könnyű-, illetve nehézsúlyú (*lightweight*, *heavyweight*) résztvevői a politikának (Kövecses 2000: 295–296). A következőkben forrástartományokra bontva tárgyalom a korpuszban előforduló, politikához köthető metaforikus kereteket: elsőként a legnagyobb arányban megjelent verseny keretét (5.4.1. alfejezet), majd a háború (5.4.2. alfejezet) és mocsár (5.4.3. alfejezet) metaforikus keretét mutatom be részletesebben.

### 5.4.1 A POLITIKA VERSENY

Trump kampánybeszédeiben a verseny metaforák legnagyobb arányban az elnökválasztáshoz köthetően fordultak elő, amely az amerikai angol szókészletét tekintve várható eredmény volt, hiszen – amint azt fentebb bemutattam – a sporthoz köthető metaforák szerves részét képezik a politika konceptualizációjának. Például az elnökválasztáshoz szorosan kötődő metafora AZ ELNÖKVÁLASZTÁS LÓVERSENY. A lóverseny tartományt az alábbi, a *Népszabadság* napilapból idézett részlet példázta: „Bár az elnökválasztási kampány hivatalosan még el sem rajtolt, a mezőny már rég vágat” (Kövecses 2005: 74). Az idézetből kitűnik, hogy az elnökválasztás viszonylag elvont fogalmát illetően a cikk szerzője a választási kampányt versenyként, az induló jelölteket versenyző lovakként, míg a győztes jelöltet a győztes lóként ábrázolta (Kövecses 2005: 74). A lóverseny metaforája szorosan kapcsolódik a választási kampányok tudósításához a sajtóban is: a kampányok lóverseny típusú tudósítása azt jelenti, hogy például az esélyek latolgatása és a közvélemény-kutatások domináns szerepet kapnak a kampányokról szóló cikkekben (Szabó 2007).

AZ ELNÖKVÁLASZTÁS VERSENY metafora példái azonosíthatóak voltak Trump beszédeiben is:

- (13) Head to head. No, we’re leading – we’re leading head to head against Sleepy Joe.  
 ’Fej fej mellett. Nem, mi vezetünk – mi vezetünk fej fej mellett haladva Álmos Joe-val.’
- (14) ...and we are going to win four more years in the White House.  
 ’...és meg fogunk nyerni még négy évet a Fehér Házban.’
- (15) I mean the congressional race which they just gave up and they declared her a winner...  
 ’A kongresszusi futamra gondoltam, amelyet egyszerűen feladtak, és győztesnek kiáltották ki őt...’

A fenti (13)–(15) példából is kitűnik, hogy Trump szövegeiben többször fordultak elő viszonylag konvencionálisnak mondható, az elnökválasztást (ló)versenyként megjelenítő metaforák. Ugyanakkor Trump a politikát, illetve szűkebben a választásokat keretező metaforái között azonosítható egy specifikusabb keret is, ugyanis Trump politikai beszédmódjában nem(csak) versenyekről van szó, hanem háborúszerű versenyekről is (Koth 2020). Mit értünk háborúszerű verseny alatt? A verseny céltartományt hagyományosan két fő forrástartományon keresztül konceptualizálhatjuk: az egyik a háború, a másik pedig a partnerség (Shields & Bredemeier 2011). Az előbbi fogalmi metaforát olyan kifejezések jellemzik, mint *a csapatok megküzdenek egymással, a csapat győzedelmeskedett, a játékos támadást indít, vagy a játékos védekezik*. A sport és a háború fogalmai közti kapcsolat egyik oka az lehet, hogy több ismert sportág (például az amerikai futball, a birkózás és a rögbi) a harcból fejlődött ki (Kövecses 2010: 85). A partnerség metaforája az angolban jóval kevesebbszer fordul elő (Shields & Bredemeier 2011), és olyan kifejezésekben található meg, mint *a csapatmunka eredménye, a csapat összehangoltan játszott, vagy a csapat új játékosal egészült ki*. A háború és a partnerség metaforája közti különbség abban rejlik, hogy más attitűdöt vonnak maguk után a verseny tekintetében: míg a háború esetében ellenfelek küzdenek egymás ellen, a partnerség fogalma szerint a játékosok egymással mérkőznek meg (Shields & Bredemeier 2011). A verseny mint partneri viszony

Szabó Lilla Petronella:

*Félelem és rettegés a Fehér Házban. Metaforák Donald Trump 2020-as kampánybeszédeiben*

*Argumentum 17 (2021), 726-746*

*Debreceni Egyetemi Kiadó*

*DOI: 10.34103/ARGUMENTUM/2021/37*

megjelenítése az angol *competition* ('verseny') szó etimológiájához nyúl vissza, amely szerint a szó eredeti jelentése '(együtt) igyekvés', '(együtt) törekvés' (Shields & Bredemeier 2011: 33). Mire törekednek a sportolók? Shields & Bredemeier (2011) szerint e metaforikus ábrázolásmód nem pusztán a győzelemre helyezi a hangsúlyt, hanem az együttes igyekezetre, a tökéletesség elérésére, a közös kihívásokra és az ebből fakadó öröme.

Ezzel ellentétben a verseny háborús ábrázolása agresszívebb viselkedést, akár a szabályok be nem tartását is jelenti: a győzelmet mindenáron meg kell szerezni (Koth 2020; Shields & Bredemeier 2011). Koth (2020) eredményei szerint Trump politikai kommunikációjában gyakran visszatérő elem a háború metaforája, amely a politikát háborúszerű verseny képében konceptualizálta. A 2016-os előválasztás és az azt követő választások során elhangzott Trump-beszédeket és az elnöknek a 2015. június 16-i indulási szándékát közlő bejelentésétől a 2016. november 8-i választás napjáig eltelt időszakban közzétett tweetjeit kvantitatív és kvalitatív módszerekkel vizsgálta a kutatás. Az adatok arra mutattak rá, hogy Trump a politikában mint versenyben a játékszabályokat ("how unfair Republican primary politics can be" – 'milyen igazságtalan tud lenni a republikánus előválasztási politika'; Koth 2020: 166), a versenyeket vezető bírót ("she should not be allowed to be a moderator of the next debate" – 'nem szabadna, hogy ő legyen a következő vita moderátora'; Koth 2020: 166) és az ellenfeleket ("unfair in that there have been so many in the race" – 'nem szabadna, hogy ilyen sokan legyenek versenyben'; Koth 2020: 166) is ellenséggé redukálta le. Továbbá a kvalitatív eredmények azt mutatták, hogy Trump számára az előválasztások és az elnökválasztás egyetlen elfogadható végkimenetel a győzelem volt ("It is always important to WIN!" – 'Mindig fontos GYŐZNI!'; Koth 2020: 165). A győzelemmel azonban nem csak Trump nyerhet, ugyanis ha ő nyer, akkor az Egyesült Államok is újra nyerő pozícióba kerül. Ugyan Trump retorikája szerint az ország korábban a győztesekhez tartozott, mára nem olyan dicsőséges, mint egykor ("We don't have victories anymore" – 'Már nem aratunk győzelmeket'; Koth 2020: 164). Míg a verseny metaforája esetében a győztes jutalma az elnöki szék, a Trump által gyakran életre hívott háborúszerű verseny fogalmi metaforája szerint az elnöki pozíció mellett a győztesnek és támogatóinak csodálat és tisztelet jár, a vereség és a gyengeség pedig elfogadhatatlan (Koth 2020).

Ezen mintázatok – a feltétlen győzelem szükségessége, az Egyesült Államok győzelme Trump megválasztásával, az ellenfél lekicsinylése, a játékszabályok becsmérlése – az Egyesült Államok 45. elnökének 2020-as kampánybeszédeiben is megjelentek. A kutatás korpuszában fellelhető verseny keretéhez tartozó metaforikus kifejezések 34 százalékában fordult elő a háborúszerű verseny alkategóriája. Az alábbi idézetek ezen kategóriát példázzák:

- (16) ...I said, "I'd better win this election," because you're going to see some unbelievable price reductions.  
'...azt mondtam, „jobb, ha megnyerem ezt a választást”, mert valami hihetetlen árcsökkenést fogtok látni.'
- (17) ...because if we win, America wins and that's what it's about. If we win, America wins.  
'...mert ha mi nyerünk, Amerika nyer – tulajdonképpen erről van szó. Ha mi nyerünk, Amerika nyer.'

- (18) If he won, he may be the worst Presidential candidate in history...  
 'Ha ő [Joe Biden] nyerne, talán ő lenne a történelem legrosszabb elnökjelöltje...'
- (19) He announced another lid.<sup>7</sup> You know, and he's not, you know somebody could say oh this is brilliant, this is prevent defense.<sup>8</sup> First of all, did you ever see prevent defense, it always loses.  
 'Ő [Joe Biden] újra bejelentette, hogy ma már nem kampányol. Tudják, és ő nem, tudják, valaki azt mondhatja, hogy ez briliáns, megelőző védekezést játszik. Először is, láttak valaha védekező taktikát? Az mindig veszít.'

A (16)–(19) példából kitűnik, hogy Trump a háborús beszédmódját az újraválasztásáért folytatott kampánya során is megőrizte. A (16) példa azt mutatja, hogy Trump a győzelme szükségességét azzal támasztotta alá, hogy amennyiben az állampolgárok alacsonyabb (gyógyszer)-árakat akarnak látni, akkor őt kell megválasztani. A mintában visszaköszött annak a fontossága is, hogy az Egyesült Államok ismét győzelmeket arasson (vö. Koth 2020), hiszen a (17) példa szerint, ha ismét Trump kormánya nyeri meg a választásokat, azzal az ország nyer. Szintén visszatért a 2016-os mintán megfigyelt trend, amely szerint Trump az ellenfeleit becsmérelte (Koth 2020): amint a (18) példa mutatta, a 45. elnök Joe Bident, a demokrata kihívóját, a történelem legrosszabb elnökjelöltjének titulálta beszédében.<sup>9</sup> Végezetül – szintén Bidenre vonatkozóan – a kampány lebonyolítását is kritizálta Trump, mivel felhívta rá a figyelmet, hogy a demokrata induló több alkalommal megszakította az aktív kampányolást bizonyos napokon. Összességében tehát azt láthatjuk, hogy hasonlóan a 2016-os kampányidőszakhoz, 2020-ban is felfedezhető volt az elnök beszédeiben a háborúszerű verseny metaforikus kerete, amellyel – szemben a hagyományos verseny keretével – arra hívta fel a választók figyelmét, hogy a megválasztása létkérdés az Egyesült Államok és az ország népe szempontjából, illetve bírálta a demokrata kihívója személyét és a kampány stratégiáját is.

#### 5.4.2 A POLITIKA HÁBORÚ

A politika nem csupán mint verseny és háborúszerű verseny jelent meg Trump kampányában, hanem a háború keretében is előfordult az esetek 23 százalékában. Szemben a verseny tartománnyal, amely általában a kampányra vonatkozóan jelent meg a beszédekben, a háború általában a politika műveléséről és a kormányzásról szólt a korpuszban. Ennek megfelelően Trump a mellette álló politikusokra harcosokként hivatkozott:

- (20) He's a Congressman who have really been warriors [sic!] for me.  
 'Ő egy kongresszusi képviselő, aki valóban az én harcosom.'

<sup>7</sup> A *lid* egy főleg újságírók által használt kifejezés, amely azt jelenti, hogy a politikus az adott napra felfüggeszti az utazást és a kampányolást (lásd W7 forrás).

<sup>8</sup> A *prevent defense* az amerikai futballban használt védekező taktika, amelynek keretében a védők a pálya mélyén védik a területet, hogy megelőzzék a hosszú passzokat (lásd W8 forrás).

<sup>9</sup> Trump nem ritkán illette sértő szavakkal és kifejezésekkel a politikai ellenfeleit a kormányzása és a kampánya alatt. Szabó & Béni (2020) például az elnöknek a 2020. augusztus 27. és 2020. november 3. között közzétett tweetjeiben azonosított alliteráló szóösszetételeket vizsgálva arra jutott, hogy a posztok 53 százaléka becsmérlő tartalmú volt. Ilyen volt például a *Crooked Clinton*, azaz 'Tisztességtelen' Clinton, amellyel Hillary Clintonra, a 2016-os demokrata elnökjelöltre utalt Trump.

Az elnök a harcban a saját maga szerepét is méltatta, mégpedig azáltal, hogy kijelentette: senki nem harcolt még és védte meg annyira az Egyesült Államok polgárait, mint amennyire ő tette, amint azt a (21) és (22) példa is alátámasztja:

(21) ...I was elected to fight for you and I fight harder than anybody has ever fought for you.

'...azért választottak meg, hogy küzdjek értetek, és keményebben küzdök, mint bárki, aki valaha értetek küzdött.'

(22) Do you want to be represented by a career politician who hates you or by an outsider who will defend you like you have never been defended before?

'Azt akarjátok, hogy egy karrierpolitikus képviseljen, aki utál titeket, vagy egy kívülálló, aki úgy fog megvédeni titeket, mint még soha senki azelőtt?'

A fenti idézetekben megtalálható hiperbolák – azaz a szándékosan használt túlzó kifejezések (Cruse 2006: 80), mint például a „keményebben küzdök, mint bárki...” vagy az „...úgy fog megvédeni titeket, mint még soha senki azelőtt” – szintén Trump retorikájának jellemzői (Abbas 2019). A hiperbolák használata ugyan nem minden esetben egyenlő a hazug tartalom közvetítésével (mivel a közönség a legtöbb esetben túlzásként is értelmezi őket), a megtévesztés lehetősége fennáll (Wales 2011; vö. Cruse 2006). A Trump politikai beszédeiben azonosított hiperbolák arra mutattak rá, hogy az elnök a túlzás segítségével fejezi ki a nézeteit, támadja az ellenfeleit és befolyásolja a közönsége érzelmeit is (Abbas 2019: 517). Amint azt a (21) és (22) példa mutatja, az elnök a kampánybeszédeiben azt az érzetet keltette a hallgatóságban, hogy valamitől meg kell őket védeni, illetve harcolni kell értük, amelyre leginkább Trump képes az élő és a valaha volt politikusok közül. Azonban Trump nemcsak az állampolgárok közvetlen védelmezőjeként, hanem a törvények őreként is pozicionálta magát:

(23) We're going to protect your second amendment, which is totally under siege, but don't worry about it.

'Meg fogjuk védeni a második alkotmánykiegészítéseket, amelyik totálisan ostrom alatt áll, de ne aggódjatok miatta.'

A (23) példa szerint Donald Trump védelmezné a második alkotmánykiegészítést, amely engedélyezi a fegyverviselést, és amelynek felülírása Trump véleménye szerint káros lenne az ország népére. Hasonlóan a (21) és (22) példához, ebben az esetben is találunk túlzásra utaló kifejezést: a *totally* ('totálisan, teljesen, egészen, abszolút') szó szintén többször előtűnik a trumpi retorikában (Abbas 2019).

Összességében tehát A POLITIKA HÁBORÚ metafora nyelvi példái arra mutatnak, hogy Trump arra törekedett a beszédeiben, hogy egyfajta krízisérzetet tartson fenn: az őt támogató politikusokat harcosokként állította be, és azt az érzetet keltette, hogy harcolnia kell, és meg kell védenie az Egyesült Államok állampolgárait. Továbbá a törvényeket is erővel kell megóvnia.



### 5.4.3 *A mocsár metaforája visszatér*

Végezetül Trump 2020-as kampánybeszédeiben visszatért a 2016-ban a közbeszédbe hozott mocsár metaforája is:

- (24) We will dethrone the failed political class, and we will drain the Washington swamp, and we will save the American Dream.  
 'Letaszítjuk majd a trónról a bukott politikai osztályt, lecsapoljuk majd a washingtoni mocsarat, és megmentjük majd az amerikai álmot.'

A (24) példában egyfelől megjelenik a már korábban, a 2016-os kampánnyal kapcsolatban tárgyalt mocsár metaforája, amely szerint A KORRUPCIÓ MEGSZÜNTETÉSE A (WASHINGTONI) MOCSÁR LECSAPOLÁSA. Az idézett szövegben azonban fontos megjegyezni, hogy a korrupt politikusok metonimikusan jelennek meg, mivel A POLITIKAI OSZTÁLY A KORRUPT POLITIKUSOK HELYETT ('a bukott politikai osztály') a RÉSZ–EGÉSZ metonímia segítségével egy különálló osztályként különíti el Trump az általa korruptnak vélt politikusokat. A megkülönböztetés megfelel a 3. alfejezetben tárgyalt populista politikai stílus egyik vonásának is, ugyanis az elit és a nép között húz éles határvonalat az elnök. Ezt a hatást tovább fokozza, hogy a *letaszítjuk a trónról* kifejezés segítségével Trump A KORRUPT POLITIKUS (EGYED)URALKODÓ metaforát hívta életre, amelynek megfelelései között a politikus mint (egyed)uralkodó jelenik meg. Ezzel Trump tovább hangsúlyozta a korrupt politikusoknak tulajdonított felsőbbrendűség-érzetét a néppel szemben, így további ellenérzést válthatott ki a hallgatóságban e politikusok irányába. A 2020-as beszédekben a mocsár metaforájának alaposabb kidolgozását is felfedezhetjük, azaz a meglévő mocsár forrástartományak az elemeit Trump újféle módon jellemezte (Kövecses 2010: 53):

- (25) ...but nobody told me the swamp was that deep, and that dirty, and that vicious.  
 '...de senki nem mondta el nekem, hogy a mocsár ilyen mély volt, ilyen koszos, és ilyen gonosz.'

A (25) példában azt látjuk, hogy a mocsár tartományt a beszélő egyfelől a 'mély' és 'koszos' szavakkal illette, tehát rávilágított, hogy a véleménye szerint a korrupció még mélyebben gyökerezik, és még súlyosabb, mint azt korábban gondolta. Továbbá a mocsár megszemélyesítését is látjuk a példában, hiszen az gonosz, tehát Trump emberi tulajdonsággal ruházta fel magát a politikai kontextust, amelyben a korrupció megjelent. A megszemélyesítést tovább erősíti a (26) példa is:

- (26) ...the depraved swamp has tried everything to stop me...  
 '...a romlott mocsár mindent megpróbált, hogy megállítson engem...'

A szövegrészletben szintén azt látjuk, hogy Trump ezúttal a mocsarat ruházta fel emberi tulajdonságokkal, hiszen az angol *depraved* szó elsősorban emberekre vonatkozóan használatos.

Összegezve kitűnik, hogy a mocsár metaforája megmaradt a 2020-as kampányban is. Az elemzett szövegben ugyan viszonylag kis, 1,6 százalékos arányban fordult elő a politika keretén belül, a 2016-os kampány egyik szlogenjeként mégis jelentős metaforáról van szó.

## 6 Összefoglalás

A jelen kutatás azt tűzte ki célul, hogy felfedje, milyen arányban és minőségben jelent meg a krízis fogalma Donald Trump 2020-as elnökválasztási kampánya során. Az eredmények rávilágítottak, hogy a bevándorlás, a koronavírus, a megszemélyesítés és a politika tágabb keretein belül is elsősorban a konfliktusra, a válságra és a veszélyre hívta fel az Egyesült Államok 45. elnöke a figyelmet a metaforikus nyelvhasználaton keresztül. Ennek megfelelően a bevándorlás árvízként tűnt fel, amely természeti katasztrófa ellen korlátozottan tudunk csak cselekedni, tehát szinte fékezhetetlen, és nagy pusztítást végez. A koronavírust háborús ellenség képében jelenítette meg, akit le kell győzni, továbbá a megszemélyesítésekben is az egyes országokkal való ellentétekre helyezte a hangsúlyt (nem pedig az országok közti közeledésre): Mexikó esetében kilátásba helyezte, hogy nagyon mérges lesz rá, míg Kínát tolvajnak titulálta, aki szabadjára engedte a koronavírust. Végezetül Trump politikára vonatkozó metaforáiban is fellelhető a konfliktus: az elnöki székért folytatott versenyt a metaforikus nyelvhasználatának több mint harmadában háborúszerű versenyként ábrázolta, amelynek a tétje nem csupán politikai, hanem létkérdés. A vereség és a gyengeség ezen a metaforikus ábrázolásmódon belül elfogadhatatlan (Koth 2020). A trumpi retorika további eleme a háborús metafora volt, amely nemcsak az elnökválasztásra vonatkozóan, hanem a politikai életet tekintve is megjelent. A volt elnök azt hangsúlyozta, hogy az Egyesült Államok állampolgárainak védelemre van szüksége (amelyet a legmegfelelőbb módon Trump tud biztosítani), ezzel a folyamatos krízishelyzet képét tartotta fenn. A háborús metaforával kapcsolatban szó esett a túlzásról is mint stratégiai eszközről a politikai beszédekben, amely a megtévesztés egyik hatékony eszköze, hiszen felnagyítja – vagy éppen lekicsinyíti – a szóban forgó kérdést (Cruse 2006). A korpuszból idézett szövegekben például Trump a saját képességeivel kapcsolatosan alkalmazott túlzást, kijelentve, hogy még egyetlen politikus sem tudta olyan hatékonyan védelmébe venni a népet, mint ő. Végezetül a legkisebb arányban előforduló mocsár metaforája is megtalálható volt a vizsgált korpuszban, amelynek segítségével a 45. elnök negatív képet festett az általa korruptnak ítélt politikusokról többek között azáltal, hogy az uralkodói rétegbe sorolta őket, így arra a következtetésre is jutott, hogy meg kell őket fosztani a trónjuktól. Ezzel a fajta nyelvhasználattal Trump a populista retorika azon eszközéhez nyúlt, amely elkülöníti az elitet és a népet (Homolar & Scholz 2019).

Összességében tehát a vizsgált szövegek alapján elmondható, hogy a konfliktus (például Kína megszemélyesítésén keresztül) és a krízis (például az emberek védelmének szükségességén keresztül) fogalma markánsan jelen volt Trump 2020-as kampánya során. Ugyanakkor meg kell jegyezni, hogy a korpusz egy viszonylag kis mintát ölelt fel: mindössze hat Trump-beszéd esett a vizsgálat alá. A további vizsgálódásokat tekintve érdemes lehet Trump kampánybeszédeit összevetni az elnöksége alatt mondott beszédekkel (például az ún. State of the Union Address évértékelő beszédekkel), és azt elemezni, hogy a konfliktus mennyiben áll fenn úgy-mond békeidőszakban (amikor nincs kampány). Továbbá Trump retorikája összevethető Joe Biden demokrata elnökjelölt – mára az Egyesült Államok 46. elnöke – beszédeivel is, rávilágítva a Lakoff (2010) által meghatározott konzervatív és progresszív moralitás jelenlétére az egyes politikusi megszólalásokban.

## Irodalom

- Abbas, A. H. (2019): Super-Hyperbolic Man: Hyperbole as an ideological discourse strategy in Trump's speeches. *International Journal for the Semiotics of Law / Revue internationale de Sémiotique juridique* 32, 505–522. <https://doi.org/10.1007/s11196-019-09621-8>
- Benczes, I. & Benczes, R. (2018): From *financial support package* via *rescue aid* to *bailout*: Framing the management of the Greek sovereign debt crisis. *Society and Economy* 40.3, 431–445. <https://doi.org/10.1556/204.2018.40.3.9>
- Benczes, R. & Szabó, L. P. (2020): Brussels – boss, bully or the big brother? Framing CONFLICT in contemporary Hungarian political rhetoric. *Jezikoslovlje* 21.3, 345–369. <https://doi.org/10.29162/jez.2020.11>
- Björkenstam, K. N. & Grigonytè, G. (2020): *I know words, I have the best words*: Repetitions, parallelisms, and matters of (in)coherence. In: Schneider, U. & Eitelmann, M. (eds.): *Linguistic Inquiries into Donald Trump's Language: From 'Fake News' to 'Tremendous Success'*. London: Bloomsbury Academic, 41–61. <http://dx.doi.org/10.5040/9781350115545.0008>
- Blake, A. (2016): *19 things Donald Trump knows better than anyone else, according to Donald Trump*. The Washington Post. (Letöltés: 2021. 01. 20.) <https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2016/10/04/17-issues-that-donald-trump-knows-better-than-anyone-else-according-to-donald-trump/>
- Burgers, C., Fa, M. J. T. & de Graaf, A. (2019): A tale of two swamps: Transformations of a metaphorical frame in online partisan media. *Journal of Pragmatics* 141, 57–66. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2018.12.018>
- Charteris-Black, J. (2018): *Analysing Political Speeches*. Macmillan International Higher Education.
- Cruse, A. (2006): *A Glossary of Semantics and Pragmatics*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Egbert, J. & Biber, D. (2020): *It's just words, folks. It's just words*: Donald Trump's distinctive linguistic style. In: Schneider, U. & Eitelmann, M. (eds.): *Linguistic Inquiries into Donald Trump's Language: From 'Fake News' to 'Tremendous Success'*. London: Bloomsbury Academic, 17–40. <http://dx.doi.org/10.5040/9781350115545.0007>
- Harrington, R. (2016): *Here's what Trump means when he says 'drain the swamp' – even though it's not an accurate metaphor*. Business Insider. (Letöltés: 2021. 01. 23.) <https://www.businessinsider.com/what-does-drain-the-swamp-mean-was-dc-built-on-a-swamp-2016-11>
- Hixson, K. (2018): Candidate image: When tweets Trump tradition. In: Galdieri, C., Lucas, J. & Sisco, T. (eds.): *The role of Twitter in the 2016 US election*. Cham: Palgrave Pivot, 45–62. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-68981-4\\_4](https://doi.org/10.1007/978-3-319-68981-4_4)
- Homolar, A. & Scholz, R. (2019): The power of Trump-speak: Populist crisis narratives and ontological security. *Cambridge Review of International Affairs* 32.3, 344–364. <https://doi.org/10.1080/09557571.2019.1575796>
- Koth, A. (2020): *Either We WIN this election, or we are going to LOSE this country!*: Trump's WARLIKE COMPETITION metaphor. In: Schneider, U. & Eitelmann, M. (eds.): *Linguistic Inquiries into Donald Trump's Language: From 'Fake News' to 'Tremendous Success'*. London: Bloomsbury Academic, 155–172. <http://dx.doi.org/10.5040/9781350115545.0015>
- Kövecses, Z. (2000): *American English: An Introduction*. Broadview Press.

- Kövecses Zoltán (2005): *A metafora: Gyakorlati bevezetés a kognitív metaforaelméletbe*. Budapest: Typotex.
- Kövecses, Z. (2006): *Language, Mind, and Culture: A Practical Introduction*. Oxford, NY: Oxford University Press.
- Kövecses, Z. (2010): *Metaphor: A Practical Introduction*. Oxford, NY: Oxford University Press.
- Kövecses, Z. & Benczes, R. (2010): *Kognitív nyelvészet*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Lakoff, G. (1991): Metaphor and war: The metaphor system used to justify war in the Gulf. *Peace Research* 23.2–3, 25–32.
- Lakoff, G. (2001): September 11, 2001. *Metaphorik.de*. (Letöltés: 2021. 05. 06.)  
<https://www.metaphorik.de/de/aufsaeetze/september-11-2001-und.html>
- Lakoff, G. (2010): *Moral Politics: How Liberals and Conservatives Think*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Lakoff, G. (2014): *The ALL NEW Don't Think of an Elephant!: Know Your Values and Frame the Debate*. White River Junction, VT: Chelsea Green Publishing.
- Lakoff, G. & Johnson, M. (2003): *Metaphors We Live By*. Chicago, IL: University of Chicago Press. <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226470993.001.0001>
- Lewis, S. C. & Reese, S. D. (2009): What is the war on terror? Framing through the eyes of journalists. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 86.1, 85–102.  
<https://doi.org/10.1177/107769900908600106>
- Mio, J. S. (1997): Metaphor and politics. *Metaphor and Symbol* 12.2, 113–133.  
[https://doi.org/10.1207/s15327868ms1202\\_2](https://doi.org/10.1207/s15327868ms1202_2)
- Musolff, A. (2016): *Political Metaphor Analysis: Discourse and Scenarios*. Bloomsbury Academic.
- Perry, L. & Joyce, P. (2018): Tweeting on the campaign trail: The when, how, and what of Donald Trump's tweets. In: Galdieri, C., Lucas, J. & Sisco, T. (eds.): *The Role of Twitter in the 2016 US Election*. Cham: Palgrave Pivot, 63–74. DOI: 10.1007/978-3-319-68981-4
- Pragglejaz Group (2007): MIP: A Method for Identifying Metaphorically Used Words in Discourse, *Metaphor and Symbol* 22.1, 1–39. <https://doi.org/10.1080/10926480709336752>
- Ross, A. S. & Caldwell, D. (2020): 'Going negative': An appraisal analysis of the rhetoric of Donald Trump on Twitter. *Language & Communication* 70, 13–27.  
<https://doi.org/10.1016/j.langcom.2019.09.003>
- Santa Ana, O., Juárez, M. A., Reséndez, M., Hernández, J., Gaytán, O., Cerón, K., Gómez, C., & Solís, R. (2020): Making our Nation Fear the Powerless. In: McIntosh, J. & Mendoza-Denton, N. (eds.): *Language in the Trump Era: Scandals and Emergencies*. Cambridge: Cambridge University Press, 237–249. <https://doi.org/10.1017/9781108887410.018>
- Šarić, L. (2015): Metaphors in the discourse of *the national*. *Družboslovne Razprave* 31.80, 47–65.
- Schneider, U. & Eitelmann, M. (2020): *Great movement versus crooked opponents: Is Donald Trump's language populist?* In: Schneider, U. & Eitelmann, M. (eds.): *Linguistic Inquiries into Donald Trump's Language: From 'Fake News' to 'Tremendous Success'*. London: Bloomsbury Academic, 235–250. <http://dx.doi.org/10.5040/9781350115545.0020>
- Schwartz, I. (2017): Trump: "I Wouldn't Be Here If It Wasn't for Twitter," "I Have My Own Form Of Media". Real Clear Politics. (Letöltés: 2018. 08. 25.)  
[https://www.realclearpolitics.com/video/2017/03/15/trump\\_i\\_wouldnt\\_be\\_here\\_if\\_it\\_wasnt\\_for\\_twitter\\_i\\_have\\_my\\_own\\_form\\_of\\_media.html](https://www.realclearpolitics.com/video/2017/03/15/trump_i_wouldnt_be_here_if_it_wasnt_for_twitter_i_have_my_own_form_of_media.html)

Szabó Lilla Petronella:

*Félelem és rettegés a Fehér Házban. Metaforák Donald Trump 2020-as kampánybeszédeiben*

*Argumentum 17 (2021), 726-746*

Debreceni Egyetemi Kiadó

DOI: 10.34103/ARGUMENTUM/2021/37

- Semino, E. (2008): *Metaphor in Discourse*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Semino, E., Demjén, Z. & Demmen, J. (2016/2018): An integrated approach to metaphor and framing in cognition, discourse, and practice, with an application to metaphors for cancer. *Applied Linguistics* 39.5, 625–645. <https://doi.org/10.1093/applin/amw028>
- Shields, D. & Bredemeier, B. (2011): Contest, competition, and metaphor. *Journal of the Philosophy of Sport* 38.1, 27–38. <https://doi.org/10.1080/00948705.2011.9714547>
- Steuter, E. & Wills, D. (2008): *At War with Metaphor: Media, Propaganda, and Racism in the War on Terror*. Lanham: Lexington Books.
- Szabó, G. (2007): Média és közösség: Internetes újságok a kampányban. In: Kiss, B., Mihályffy Zs. & Szabó, G. (eds.): *Tükörjátékok: A 2006-os országgyűlési választási kampány elemzése*. Budapest: L'Harmattan, 231–256.
- Szabó, L. P. (2020): Háború járvány idején: Hogyan beszél Orbán Viktor a koronavírusról? In: Körösenyi, A., Szabó, A. & Böcskei, B. (eds.): *Vírusba oltott politika: Világjárvány és politikatudomány*. Budapest: Napvilág Kiadó, 123–133.
- Szabó, L. P. (2021): Vírusháború: Metaforák a magyar miniszterelnöki kommunikációban és a médiában. *Média válság idején*. A Médiakutató és az ELTE MÉDIA online konferenciája, 2021. január 13–14.
- Szabó, L. P. & Béni, A. (2020): Teasing on Twitter: An analysis of Donald Trump's tweets. *Linguistweets: The First International Twitter Conference on Linguistics*. Online conference of the Brazilian Linguistics Association, December 5, 2020.
- Tyrkkö, J. & Frisk, I. (2020): *Crooked Hillary, Lyin' Ted, and Failing New York Times*: Nicknames in Donald Trump's tweets. In: Schneider, U. & Eitelmann, M. (eds.): *Linguistic Inquiries into Donald Trump's Language: From 'Fake News' to 'Tremendous Success'*. London: Bloomsbury Academic, 109–129. <http://dx.doi.org/10.5040/9781350115545.0012>
- Wales, K. (2011): *A Dictionary of Stylistics*. Harlow, UK: Longman.

### Internetes források

- W1: <https://www.dictionary.com/e/politics/drain-the-swamp/>
- W2: <https://www.calculator.net/random-number-generator.html?slower=1&supper=100&ctype=1&s=5044&submit1=Generate>
- W3: <https://factba.se/>
- W4: <https://www.portfolio.hu/gazdasag/20130319/szegeny-orosz-szenved-181038>
- W5: <https://magyarnemzet.hu/archivum/belfold-archivum/orban-egy-magabiztos-orosz-kepet-mutattuk-4099895/>
- W6: <https://www.magyarhirlap.hu/kulfold/20190415-szjijarto-peter-magyarorszag-erdeke-az-eros-szerbia>
- W7: <https://www.politico.com/news/2020/09/25/biden-campaign-lid-trump-421824>
- W8: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/prevent%20defense>,  
<http://amerikaifootball.blogspot.com/2010/05/amerikai-football-kifejezesek-p.html>,  
<https://bowl.hu/szotar/p>

Szabó Lilla Petronella  
Társadalomtudományi Kutatóközpont  
Politikatudományi Intézet  
H-1097 Budapest, Tóth Kálmán u. 4.  
szabo.lillapetronella@tk.hu