
FUNKCE METAFORY V OBLASTI BURZOVNÍHO ŽURNALISMU NĚMECKY MLUVÍCÍCH ZEMÍ

Jaroslav Březina*

Relativně častý výskyt metafor v burzovních zprávách je obecně známá skutečnost. Otázce role či úlohy metafor v rámci burzovního žurnalistiky již bylo věnováno rovněž dostatečné množství pozornosti. Četné vědecké práce a statě nabízejí řadu různých a často velmi rozdílných interpretací, a tak je zřejmé, že se situace stává značně nepřehlednou, a je tím nechtěně vytvářen prostor k dalším spekulacím.

Pro větší přehlednost zde předkládám v krátkém průřezu některé ze zajímavých pohledů na tuto problematiku. V. Arnold obviňuje ve své studii *„Kritische Analyse des Sprachgebrauchs der Wirtschaftsjournalistik in den Tageszeitungen“* jazyk burzovního zpravodajství z úmyslného zamlžování skutečné situace, a tím i upřednostňování kapitálových zájmů finančních kruhů. Převážná většina čtenářů těchto rubrik tak má podle Arnolda velké problémy s dešifrováním obsahu a raději tyto rubriky vynechává.¹

Podobný názor zastává i Ch. Schmidt, který uvádí, že *... metaforý přispívají nemalou měrou k snížené transparentnosti hospodářských procesů, protože hlavní původce děje – agens – a tedy i jediný zodpovědný – není nikdy jednoznačně označen či vůbec zmíněn.*²

P. von Polenz kriticky poznamenává, že tento „mlžící styl“ není specifickým fenoménem jen burzovního zpravodajství, ale lze se s ním setkat prakticky v celé oblasti hospodářské žurnalistiky.³

Vypracování celých metaforických polí – tzv. konceptuálních metafor typických pro hospodářské, a tedy i burzovní zpravodajství, předkládá ve své stati *„Krieg oder Hochzeit“* A. Musolf.⁴ Autor se zde pokouší dokázat na základě dostatečného množství excerpovaného materiálu vysokou frekvenci výskytu jednotlivých metafor a aplikuje tak H. Weinrichem vypracované *Bildfelder* (konceptuální metafor) na relativně úzkou oblast burzovního žurnalistiky.⁵ Zvláštní pozornost si zaslouží podle Musolfa pojem *Firmenzusammenschluss* (fúze, sloučení firem), který je s oblibou popisován jako konceptuální model *Heirat*. Z dalších velmi často využívaných konceptuálních modelů pak uvádí *Krieg, Jagd, Krankheit* či *Spiel*.⁶

Podobný názor jako A. Musolf zastává i G. Wollf. Ve své studii *„Masche oder Manipulation – Zur Metaphernbildung in den Wirtschaftstexten“* uvádí, že velmi silně

* Vysoká škola ekonomická v Praze, Fakulta mezinárodních vztahů, Katedra německého jazyka (brezina@vse.cz).

zastoupení metafor v burzovním zpravodajství se zakládá na snaze manipulovat s co nejširší obcí čtenářů. Připouští však, že to v žádném případě není aspekt jediný. Stejně tak dobře mohou sloužit metafora k ulehčenému zprostředkování složitých hospodářských procesů.⁷

Zcela jinou roli než výše uvedení autoři přisuzuje metaforám *H. Burger*, který uvádí, že „...metaforičnost burzovních zpráv je explicitně odborná, nese v tomto kontextu jednoznačný význam a je zainteresovanému publiku zcela srozumitelná.“⁸

W. Kroeber-Riel obhajuje vyšší míru využívání metafor v burzovním zpravodajství a jako důvody jejich častého nasazení uvádí:

- nedostatek jiných vhodných výrazových prostředků při fixování nových myšlenek,
- skutečnost, že metafora lze pokládat za ideální prostředek k znázorňování jakýchkoli srovnání,
- z předešlého vyplývající názorný, a tedy i srozumitelnější způsob komunikace.⁹

Další a opět poněkud odlišný názor na uplatnění metafor v burzovním zpravodajství předkládá *J. Pytelka*, který analyzuje tento segment jazyka především na angloamerických trzích. Podle *Pytelky* „... u většiny tzv. metaforických výrazů vlastně o metaforách nelze mluvit. Spíše se jedná o inkongruenci významu mezi adjektivním atributem a substantivem.“¹⁰ Tyto metafora lze chápat jako sémantické odchylky, tedy ne zcela úmyslně integrované konstrukce, ale spíše nevědomky vzniklé sémantické nesrovnalosti.

Při výčtu všech různých názorů na funkce, význam a uplatnění metafor v burzovních zprávách nelze opominout ani *O. Jäkela*. *O. Jäkel* zavádí ve své studii „*Wirtschaftswachstum oder wir steigern das Bruttosozialprodukt*“ pojem tzv. *kvantitativních metafor* a přiřazuje mu pro pochopení hospodářských a především burzovních textů klíčový význam.¹¹

S ohledem na výše uvedené názory lze konstatovat, že ani v tomto relativně úzkém segmentu hospodářského jazyka a v jeho mediální podobě neexistuje názorová jednotnost zdůvodňující bohatou metaforičnost burzovního zpravodajství, a především pak funkčnost těchto metafor. Objevují se silně ideologizované názory, stavící metafora do role jakéhosi nástroje manipulace, názory, stylizující metafora do pozice důležitého kognitivního prvku při zprostředkování nových poznatků, názory, stavějící metafora do role pevných součástí odborné terminologie dané oblasti či názory, chápající metafora jako neúmyslně produkované sémantické odchylky, a tudíž elementy, které postrádají jakoukoliv funkčnost.

Podívejme se pro větší názornost na krátkou ukázkou stylu burzovního zpravodajství, na jejímž základě lze lépe pochopit význam popř. uplatnění metafor v této oblasti.

Mittwoch, 12.3.1997 FRANKFURT/M (FAZ)

FINANZMÄRKTE/ weltweit schwächer. Hoechst zwingen DAX unter 3400. Die Enttäuschung der Anleger über neue Hoechst-Pläne ergriff am Mittwoch den gesamten Dax-Bereich. Vor

allem die übrigen großen Chemiewerte ließen sich vom Kurseinbruch bei Hoechst mitreißen. Banktitel profitieren vom frei gewordenen Anlagekapital.

Ein Kurseinbruch von gut 10% beim Chemieriesen Hoechst hat zur Wochenmitte eine Rutschpartie im Deutschen Aktienindex (Dax) ausgelöst. Insbesondere die Rücknahmen der angekündigten Ausgliederung der Pharmasparte lösten die massiven Kursverluste aus. Die Phantasie auf einen Spin-Off der Hoechst-Beteiligung Hoechst Marion Roussel (HMR) habe den Kurs in den vergangenen Monaten maßgeblich beflügelt. Die Absage des HMR-Börsengangs stoße den Anlegern jetzt bitter auf, sagten Händler. Auf dem Parkett sackten Hoechst um 10,31% oder 8,10 auf 70,45 DM. Das Tagestief sah der Wert sogar noch deutlich niedriger mit 68 DM. Nach der Eröffnung in New York notierte die Hoechst-Aktie im Ibis-Handel mit 69,18 DM. Die Enttäuschung über Hoechst schlug sich auch in markanten Abgaben bei anderen Chemietiteln nieder. So büßten BASF 3,9% auf 64,15 DM und Bayer 3,2% auf 72,85 DM ein. Die freien Mittel nutzten Anleger zu einem Engagement in Bankaktien, von denen Commerzbank mit einem Plus von 1,1% profitierten. Positiver Ausreißer waren Deutsche Telekom. Der günstig bewertete Geschäftsausblick führte zu einem Anstieg um 2,3% auf 35,65 DM. Volkswagen wagten sich noch näher an die Schallmauer von 1000 DM (+0,9% auf 951 DM) heran. Der Dax brach während der Präsenzbörse um 1,31% auf 3415,40 Punkte ein. Am Nachmittag durchbrach der Dax bei einem beschleunigten Abstieg die 3400 nach unten. Gegen 16 Uhr präsentierte sich nur noch bei 3386 Punkten.

Veškeré události a jejich význam či důsledek jsou zmiňovány v přímé relaci k vývoji burzovních kursů a indexů. Automaticky tak dochází k matematickému přepočtu, kde jakákoliv hospodářská situace získává podobu vertikálního pohybu na imaginární stupnici s určitým počtem plus nebo minus bodů. V rámci zachování stručnosti a přehlednosti se upouští od popisování příčin, uváděny jsou jen důsledky mající již zmíněnou číselnou podobu. Toto jednoduché schéma se opakuje v každém článku vícekrát a celý útvar tak získává podobu několika údajů o rostoucích či klesajících hodnotách. Jisté magické rysy získává text i díky silné personifikaci. Zcela běžně dochází k záměně role subjektu a objektu. Akcie a indexy tak reagují na danou situaci zdánlivě samostatně, skutečný původce děje je naproti tomu zmiňován velmi řídko. Tato skutečnost je velmi dobrým předpokladem pro uplatňování dalších obrazných prostředků.

Přehled výrazů, které v rámci textu vyjadřují pokles akcií a indexů:

- 1) Hoechst zwingen Dax unter 3400,
- 2) die Enttäuschung der Anleger ergriff am Mittwoch den gesamten DAX-Bereich,
- 3) die übrigen großen Chemiewerte ließen sich vom Kurseinbruch bei Hoechst mitreißen,
- 4) ein Kurseinbruch von gut 10% hat eine Rutschpartie im Deutschen Aktienindex ausgelöst,
- 5) die Rücknahmen der angekündigten Ausgliederungen lösten die Kursverluste aus,

- 6) auf dem Parkett sackten Hoechst um 10,31%,
- 7) das Tagestief sah der Wert sogar deutlich niedriger,
- 8) die Enttäuschung über Hoechst schlug sich auch in markanten Abgaben bei anderen Chemietiteln nieder,
- 9) so büßten BASF 3,9% ein ,
- 10) der DAX brach während der Präsenzbörse um 1,31% auf 3415,40 Punkte ein,
- 11) am Nachmittag durchbrach der Dax bei einem beschleunigten Abstieg die 3400 nach unten.

Přehled výrazů vyjadřujících růst akcií a indexů:

- 1) Banktitel profitierten,
- 2) die Phantasie auf einen Spin-Off habe den Kurs beflügelt,
- 3) von denen Commerzbank mit einem Plus von 1,1% profitierten,
- 4) positiver Ausreißer war Deutsche Telekom,
- 5) der günstig bewertete Geschäftsausblick führte zu einem Anstieg von...,
- 6) Volkswagen wagten sich noch näher an die Schallmauer von 1000 DM.

Celkem 17krát byl v textu zmíněn pokles či růst akciových kursů nebo indexů. V závislosti na četnosti těchto relativně stejných informací vyvstává automaticky nutnost sáhnout i po jiných výrazových prostředcích než jen po slovesech *senken* a *steigen*. Na řadu tak přichází další běžné opisy vertikálního pohybu – slovesa *fallen*, *wachsen*, ale i méně tradiční a více obraznější jazykové prostředky (*einbrechen*, *sacken*, *beflügeln*), jimž v našem případě dominuje metafora popisující vývoj akcií firmy Volkswagen – „*Volkswagen wagten sich noch näher an die Schallmauer von 1000 DM*“.

Z hlediska funkčnosti je zřejmé, že se u poslední ukázky jedná pouze o estetický prvek – metafora zde v žádném případě neslouží k lepší názornosti při pochopení složitých ekonomických relací. Zdrojová oblast je rovněž zřejmá – automobilový průmysl. Toto je dost typický způsob tvoření metafor v burzovním zpravodajství. Pro popis vývoje akciových a jiných kursů jsou využívány branže, z nichž daná akcie pochází např.: *Goldminen-Aktien glänzten*, *Lufthansa Aktien – abgestürzt*, *Petroleum Aktien – gut geschmiert*, *BMW auf der Überholspur*.

S ohledem na různé „konspirační teorie“ či „zamlžovací tendence“ (viz *Wolf* a *Schmidt*) lze vyslovit domněnku, že v současné době již tyto snahy nestojí v popředí zájmu hospodářských redakcí a není to dost dobře ani v jejich moci. Pravděpodobně vzniká tento dojem právě snahou o maximální komprimaci popisovaných jevů, a tím jazykovou ekonomičnost celého sdělení při dodržení určité stylistické úrovně.

V otázce funkčnosti metafor jako prostředku ulehčujícímu porozumění daných ekonomických situací lze s ohledem na příkladový text označit metafory za prostředky,

kteře toto porozumění nekomplikují – tzn. tuto jejich funkčnost text nepotvrzuje. Pro porozumění dané problematiky totiž není třeba užití metafor. Naopak mohou nastat případy, kdy dochází k chybné interpretaci dané metafory, a tím i nepochopení dalších souvislostí. Když se v rámci nějaké burzovní informace objeví obrat „*New Yorker Anleger auf der Wartebank*“ a poté se urychleně přejde k vývoji na dalších světových trzích, záleží jen na našich interpretačních a logických schopnostech a samozřejmě i ekonomických znalostech, jak daný výraz pochopíme.

Přes pestrou paletu výrazových prostředků vzbuzujících dojem, že se u burzovních papírů jedná o komplikované a rozmanité organismy, bychom však neměli z očí ztrácet pravý smysl těchto institucí. Na základě nabídky a poptávky zprostředkovávají ceny (kursy) pro nejrůznější burzovní instrumenty a jejich deriváty a pro lepší přehlednost sestavují různé burzovní indexy. Tyto dva faktory, vývoj kursů a následně indexů, jsou zjednodušeně viděny jedinými produkty celého burzovního snažení. Úkol žurnalistů, kteří jsou většinou i burzovními experty, pak logicky spočívá ve zprostředkování těchto informací širšímu publiku. Z tohoto úhlu pohledu se redukuje celá burzovní problematika na větší či menší počet číselných údajů, které mohou být podle libosti médií rozšířeny o doplňující komentář.

A právě na tomto místě vstupuje do hry estetický a stylistický faktor. Neustálé opakování velmi podobných situací (pokles, růst, stagnace) si žádá stále nové výrazové prostředky (tedy i metafory). Jistá estetická úroveň musí být zachována i u tohoto typu zpráv.

V otázce aktuálnosti či životnosti jednotlivých metafor hraje roli více hledisek. Za dvě z nejdůležitějších lze pokládat a) trend přizpůsobování metafor obecnému lidskému (a tedy i technickému) pokroku – dnes relativně četné metafory vycházející původem z automobilového průmyslu nebo astronautiky se nemohly zcela logicky vyskytovat v burzovních zprávách z přelomu 19/20 století a b) míru obliby daného obratu u samotných žurnalistů.

Metafory lze tedy v rámci burzovního zpravodajství, které je často pokládáno za modifikovanou podobu odborné komunikace této finanční oblasti, chápat spíše jen jako estetické a tedy stylistické jazykové prostředky. S osvědčením jednotlivých metafor v „praxi“ či jejich rostoucí oblibou dochází k určitému asimilačnímu procesu, kdy se tyto výrazy stávají pevnou součástí slovníku jednotlivých hospodářských redakcí, některé lze již pokládat i za vžitou součást odborné terminologie. O pevném postavení těchto metafor pak svědčí skutečnost, že jsou využívány i tehdy, kdy kontext či popisovaný jev lze vyjádřit výrazy postrádajícími jakoukoliv metaforičnost.

Literatura a poznámky

1. ICKLER, T. 1993. Zur Funktion der Metapher, besonders in Fachtexten. *Fachsprache, Internationale Zeitschrift für Fachsprachenforschung – Didaktik und Terminologie*. 1993, Heft 3-4, s. 105.
2. Srov. SCHMIDT, Ch. 1988. Gemeinsprache und Fachsprache im heutigen Französisch. Formen und Funktionen der Metaphorik in wirtschaftsfachsprachlichen Texten. In KALVERKÄMPER, H. (Hrsg.). *Fachsprachen in der Romania*. Tübingen, 1988, s. 124.

3. POLENZ, P. 1981. Über die Jargonisierung von Wissenschaftssprache und wider die Deagentivierung. In *Wissenschaftssprache*. Beiträge zur Methodologie, theoretischen Fundierung und Deskription. München : R. Bungarten Verlag, 1981, s. 108.
4. MUSOLFF, A. 1991. Krieg oder Hochzeit? Metapherngebrauch in der Wirtschaftsberichterstattung. *Sprachreport*. 1991, Heft 2, s. 1–3.
5. Srov. WEINRICH, H. 1976. *Sprache in Texten*. Stuttgart, 1976, s. 284.
6. Srov. MUSOLFF, A. 1991. Krieg oder Hochzeit? Metapherngebrauch in der Wirtschaftsberichterstattung. *Sprachreport*. 1991, Heft 2, s. 1–3.
7. Srov. WOLLF, G. 1976. Masche oder Manipulation? Zur Metaphernbildung in Wirtschaftstexten. *Praxis Deutsch* 16, 1976, s. 51–54.
8. BURGER, H. 1984. *Sprache der Massenmedien*. Berlin; New York 1984, s. 269.
9. Srov. KROEBER-RIEL, W. 1969. *Wissenschaftstheoretische Sprachkritik in der Betriebswirtschaftslehre*. Berlin, 1969, s. 78.
10. Srov. PYTELKA, J. 1971. Die Metaphern in der Sprache der englischen Börsenberichte. *Lebende Sprachen*. 16. 6. 1971, s. 101–104.
11. Srov. JÄKEL, O. 1992. Wirtschaftswachstum oder wir steigern das Bruttosozialprodukt. Qualitätsmetaphern aus der Ökonomie Domäne. Kognitionswissenschaft, Bericht Nr. 12, Hamburg, 1992, s. 2–9.

THE PURPOSE OF METAPHOR IN STOCK EXCHANGE JOURNALISM IN GERMAN-SPEAKING COUNTRIES

Abstract: It is well known that the Stock Exchange reports still use many metaphoric instruments. However, the reason for this situation is one of the widely discussed topics in linguistic research. There are a lot of theories, describing metaphors as an important cognitive element of this specific language, and many theories characterising metaphors only as an ornate element without any significant function. This article attempts to answer some of the questions arising from these interesting linguistic issues.

Keywords: metaphors, stock exchange reports, cognitive function, aesthetic element, language for specific purposes