

Emocijska metafora i metonimija

Ivanović Remenar, Viktoria

Master's thesis / Diplomski rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Croatian Studies / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet hrvatskih studija**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:111:382268>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-28**



Repository / Repozitorij:

[Repository of University of Zagreb, Centre for Croatian Studies](#)





SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA

Viktorija Ivanović Remenar

**EMOCIJSKA METAFORA I
METONIMIJA**

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2024.



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA
ODSJEK ZA KROATOLOGIJU

Viktorija Ivanović Remenar

**EMOCIJSKA METAFORA I
METONIMIJA**

DIPLOMSKI RAD

Mentor: izv. prof. dr. sc. Davor Piskač

Zagreb, 2024.

Ovaj rad posvećujem svojoj voljenoj kćeri Manuely koja je svjetlost mog života, moja najveća inspiracija i moj najveći uspjeh. Posebnu zahvalnost dugujem svom suprugu Denisu, mojoj stijeni i nepresušnom izvoru podrške i razumijevanja. Bez njegove vjere u mene i neizmjerne ljubavi, ovaj trenutak ne bi bio moguć. Hvala mu što me potaknuo da slijedim svoje snove i krenem na ovaj put.

Također, zahvaljujem svojim roditeljima i sestri koji su me kroz cijeli život bodrili i usmjeravali te mi svojim primjerom pokazali važnost upornosti, razumijevanja, ljubavi i obitelji. Ovaj rad je jednako i njihov uspjeh.

Iznad svega, zahvaljujem dragom Bogu jer sve počinje i završava s Njim.

Emocijska metafora i metonimija

Emotional Metaphor and Metonymy

Sažetak: Ovaj se diplomski rad bavi analizom konceptualnih metafora i metonimija, s posebnim naglaskom na olfaktivne metafore, te njihovom ulogom u artikulaciji i percepciji emocija. Istraživanjem različitih vrsta metafora i metonimija, rad detaljno razmatra kako jezične figure mogu evocirati specifične emocionalne odgovore te kako utječu na naš konceptualni i emocionalni svijet. Olfaktivne su metafore analizirane u teorijskome smislu, postavljene su hipoteze o oblikovanju našeg emocionalnog iskustva metafora, provedeno empirijsko istraživanje te na kraju upućeno na njihovu primjenu u književnosti. Rezultati istraživanja pokazali su kako mirisi, kroz metaforičku upotrebu u jeziku, imaju snažan utjecaj na emocionalne reakcije pojedinaca te kako se emocionalni tonovi različitih mirisa integriraju u svakodnevnu komunikaciju i književni izraz. Isto tako rad ukazuje na takve pojave i u književnosti, naglašavajući važnost konteksta u razumijevanju emocionalnih značenja olfaktivnih metafora. Teorijskom analizom, empirijskim istraživanjem i opimjerivanjem na književnim djelima, rad doprinosi boljem razumijevanju složene interakcije između jezika, mirisa i emocija te potvrđuje važnost konceptualnih metafora u oblikovanju našeg emocionalnog iskustva.

Ključne riječi: metafora, metonimija, konceptualne metafore, olfaktivne metafore, emocijske metafore, jezične figure.

Abstract: This master's thesis explores the analysis of conceptual metaphors and metonymies, with a special focus on olfactory metaphors, and their role in the articulation and perception of emotions. By investigating various types of metaphors and metonymies, the thesis examines in detail how linguistic figures can evoke specific emotional responses and how they affect our conceptual and emotional world. Special attention is given to olfactory metaphors analyzed through examples from literature and a personal research study. The research findings demonstrate how scents, through metaphorical use in language, have a strong impact on individuals' emotional reactions and how the emotional tones of different scents are integrated into everyday communication and literary expression. The work also investigates how cultural and personal contexts influence the perception and interpretation of olfactory metaphors, emphasizing the importance of context in understanding emotional meanings. Through theoretical analysis and empirical research, this thesis contributes to a better understanding of the complex interactions between language, scent, and emotions, confirming the significance of conceptual metaphors in shaping our emotional experience.

Keywords: metaphor, metonymy, conceptual metaphors, olfactory metaphors, emotional metaphors, linguistic figures.

SADRŽAJ

1. Uvod	1
2. Metafora	2
2.1. „Mrtve“ metafore	2
2.2. Konceptualne metafore	4
3. Metonimija	8
3.1. Predikativne i ilokucijske metonimije	9
3.2. Metonimija kao konceptualni fenomen	10
3.3. Vrste metonimije	11
4. Kako je utemeljen naš konceptualni sustav?	21
5. Konceptualne metafore i metonimije	23
6. Konceptualne metafore	26
6.1. Orijentacijske metafore	28
6.2. Ontološke metafore	30
6.3. Strukturne metafore	32
7. Konceptualne metafore i emocije	36
7.1. Upitnost postojanja emocijskih metafora	39
8. Olfaktivne metafore u konceptualizaciji emocija	42
9. Istraživanje	47
9.1. Metodologija istraživanja	48
9.2. Struktura istraživanja	48
9.3. Ciljevi istraživanja	48
9.4. Istraživački primjer	49
10. Rezultati istraživanja	51
11. Olfaktivne emocijske konceptualne metafore u književnosti i njihova emocionalna kontekstualizacija	53
12. Zaključak	65
Literatura	67

1. Uvod

Tema rada posvećena je razmatranju bogate i složene veze između jezika, mirisa i emocija kroz prizmu konceptualnih metafora i metonimija. U fokusu istraživanja je analiza koja prikazuje kako te jezične figure služe kao sredstvo za izražavanje i artikuliranje emocija u ljudskoj komunikaciji. Rad se temelji na teorijskim okvirima kognitivne lingvistike i psihologije percepcije, istražujući upotrebu jezika pojedinca pri opisu vlastita iskustva i emocija.

Poglavlje o konceptualnim metaforama detaljno razmatra kako ljudi upotrebljavaju metafore da konceptualiziraju različite aspekte svog života, prenoseći apstraktne ideje kroz konkretne jezične izraze. Analizirane su i metonimije, posebno one koje se temelje na različitim principima poput „proizvođača za proizvod“ ili „mjesto za instituciju“, objašnjavajući kako specifična upotreba objekta ili pojmova predstavljanja veći spektar kategorija ili cjelina. Poseban naglasak stavljen je na olfaktivne metafore koje upotrebljavaju mirisne koncepte za opisivanje emocija. Istraživanje se oslanja na radove Georgea Lakoffa i Marka Johnsona koji su svojom teorijom konceptualnih metafora pružili temelj za razumijevanje kako jezik oblikuje naše percipiranje i konceptualizaciju stvarnosti. Metafore su stilski elementi i ključni mehanizmi putem kojih jezik i misao postaju usko povezani s fizičkim i senzornim iskustvima, odnosno kako ti elementi utječu na naš emocionalni život.

Rad uključuje i empirijsko istraživanje kroz intervju, čiji je cilj bio istražiti kako ispitanici percipiraju i opisuju emocije evocirane određenim mirisima kroz olfaktivne metafore. Ovo poglavlje nije samo pokušaj potvrde teorijskih postavki nego i prilika za dublje razumijevanje kako jezične strukture utječu na emocijsku dinamiku u svakodnevnom životu.

Nastoji se pokazati koliko duboko jezik može utjecati na naše emocijsko iskustvo i kako teorijska razmatranja mogu biti primijenjena u praksi što omogućuje bolje razumijevanje međuljudskih odnosa i komunikacijskih procesa. Razmatranje jezičnih figura u ovom kontekstu otvara nove perspektive za proučavanje jezičnih fenomena te za shvaćanje same naravi ljudskih emocija.

2. Metafora

Metafora je trop ili stilska figura koja upotrebljava slikovite usporedbe za prenošenje dubljih značenja, spajajući naizgled nepovezane pojmove kako bi osvijetlila nove perspektive i obogatila naše razumijevanje svijeta. „Prvotna je uloga metafore bila ukrasna, metafora je bila sporedno sredstvo, a u kognitivnoj je lingvistici dobila središnju ulogu“ (Čazmar, 2016:5).¹ Poput ostalih figura govora, metafora predstavlja stilsku tehniku kojom se, odstupanjem od uobičajenog značenja riječi, postižu specifični efekti, a osobito je česta u pjesničkom izričaju. „Metafora je za većinu ljudi sredstvo pjesničke imaginacije i retoričkog procvata — stvar izvanrednog, a ne običnog jezika. Štoviše, metafora se tipično promatra kao karakteristika samo jezika, stvar riječi, a ne misli ili radnje“ (Lakoff, Johnson, 1980:3). Iako mnogi vjeruju da mogu učinkovito komunicirati bez upotrebe metafora, one se provlače kroz naš svakodnevni život putem jezika, mišljenja i djelovanja. „Metafora je fenomen koji se, na različite načine, proučavao od Aristotela do suvremenih kognitivnih teorija metafore“ (Čazmar, 2016:5).

Lakoff i Johnson otkrili su da je metafora prožimajuća u svakodnevnom životu, ne samo u jeziku, već i u mišljenju i djelovanju, a naš obični konceptualni sustav, u smislu kojeg i mislimo i djelujemo, u osnovi je metaforičke prirode (Lakoff i Johnson, 1980). Sama metafora nije nužno samo dio književnosti i književnih djela jer se kao figura prvenstveno veže za književnost, već je način putem kojeg razmišljamo i djelujemo, a samim tim je naš konceptualni sustav metaforičan.

2.1. „Mrtve“ metafore

Takozvane „mrtve“ metafore su „metafore koje su nekada bile žive i snažne, ali su postale konvencionalne i uobičajene zbog stalne upotrebe do te mjere da su izgubile svoju snagu i više uopće nisu metafore“ (Kövecses, 2002:9). Teorija o „mrtvim“ metaforama zanemaruje ključni aspekt — ono što je duboko usađeno u našem razmišljanju, što upotrebljavamo svakodnevno, a da toga nismo ni svjesni, zapravo je iznimno aktivno u našem mišljenju. One su most između prošlosti jezičnih izraza i sadašnjosti njihove upotrebe te često služe kao temelji na kojima gradimo složenije

¹ Kada se govori o definiranju i iznošenju teorija te pretpostavki o metaforama, neizbježno je spomenuti značajnu studiju Ante Stamića *Teorija metafore* iz 1978. godine. Djelo predstavlja prvi sustavni pristup proučavanju metafora u našem jezičnom prostoru, čime je autor postavio temelje za dublje razumijevanje ove teme.

ideje. Kroz svoju prisutnost u svakodnevnom govoru, „mrtve“ metafore oblikuju kako percipiramo različite aspekte svakodnevnog života, od međuljudskih odnosa do poslovnih interakcija. Iako su neke metafore postale uobičajene i upotrebljavaju se gotovo automatski, to ne znači da su izgubile svoj utjecaj na naše kognitivne procese ili da su „mrtve“. „Naprotiv, one su „žive“ u najvažnijem smislu — upravljaju našim mišljenjem — to su „metafore po kojima živimo“ (Kövecses, 2002:9).

Primjer „mrtve metafore“ koje se upotrebljavaju u hrvatskom jeziku i govoru može biti izraz „glava stola“ koji služi za opisivanje mjesta na kraju stola koje obično zauzima vođa, šef ili domaćin. Metaforički, glava je vodeći ili kontrolni dio tijela, što se prenosi na koncept vođenja sastanka ili večere. Kroz čestu upotrebu, izraz je izgubio svoje izravno metaforičko značenje i postao doslovni opis pozicije za stolom. Drugi primjer „mrtve“ metafore je izraz „sjediti na dvije stolice“ koji se upotrebljava se za opisivanje situacije u kojoj osoba pokušava zadržati dvije različite ili čak suprotstavljene opcije otvorenima, često pokušavajući ugađati dvjema stranama ili ostvariti korist iz dvije različite prilike. Ovaj izraz je vrsta „mrtve“ metafore jer slikovito opisuje osobu koja doslovno pokušava sjediti na dvije stolice istovremeno, što bi bilo nepraktično i nestabilno. U uobičajenoj uporabi metaforički aspekt se često zanemaruje, a izraz se upotrebljava kao uobičajeni idiom za opisivanje dileme ili dvostrukih obveza. „Mrtve“ metafore otkrivaju svoju skrivenu vitalnost, osvjetljavajući duboke tragove koje ostavljaju u načinima našeg razmišljanja i izražavanja. Njihova učestala upotreba ne smanjuje njihovu važnost; naprotiv, potvrđuje koliko su značajne za naš način razmišljanja. Prikazuju jezične evolucije i način na koji se metaforički jezik može transformirati u doslovan jezik, što također ukazuje na to kako se kompleksne ili apstraktne ideje mogu normalizirati u svakodnevnom govoru, čineći ih pristupačnijima i razumljivijima širem krugu ljudi.

Značaj „mrtvih“ metafora nije samo u tome što su one postale dio uobičajenog leksika, već i u njihovoj sposobnosti da se uključe u konstrukciju naših misaonih procesa bez da toga postanemo svjesni. Djeluju na podsvjesnoj razini, uvodeći standardizirane modele mišljenja koji nam pomažu brže i efikasnije obrađivati informacije. Na primjer, kada upotrebljavamo izraz „temelji nečega“, rijetko razmišljamo o stvarnom fizičkom temelju zgrade, ali automatski razumijemo da se radi o osnovi ili podršci za nešto složenije. „Oživljavanje“ tih metafora može pružiti uvid u

njihovu pravu lingvističku i kognitivnu vrijednost, a uz preispitivanje i analizu mogu se otkriti slojevite značenjske dimenzije koje su s vremenom zaboravljene ili zanemarene. Na primjer, razmatranje kako izraz „povući ručnu“ može nositi konotacije kontrole ili zaustavljanja nečega u kontekstu vožnje automobila, pruža nam mogućnost da dublje razumijemo kako metaforičke konstrukcije utječu na naše razumijevanje i kako one evoluiraju s tehnologijom i kulturom. U pedagoškom kontekstu, istraživanje „mrtvih“ metafora može biti izuzetno korisno. Omogućuje učiteljima da učenicima pokažu kako jezik raste i mijenja se, kao i da potakne kritičko razmišljanje o tome kako i zašto neki izrazi gube ili mijenjaju svoje prvotno značenje. To može pomoći u razvijanju vještina analize jezika i povećati svijest o lingvističkoj raznolikosti i bogatstvu.

Daljnje proučavanje „mrtvih“ metafora također nudi vrijedne perspektive u poljima kao što su psihologija, sociologija i antropologija, pružajući alate za razumijevanje kako se kulturološki i socijalni konteksti odražavaju u jeziku. Razumijevanje kako i zašto neke metafore preživljavaju dok druge nestaju ili kako se transformiraju u različitim kulturama, može doprinijeti širim istraživanjima o ljudskoj komunikaciji i interakciji. Stoga, iako se može činiti da su „mrtve“ metafore izgubile svoju izvornu živost i postale samo dio rutine, one i dalje imaju moć oblikovati naše mišljenje i komunikaciju. Njihova učestalost i utjecaj čine ih važnom temom za bilo koje istraživanje koje se bavi jezikom i umom, ističući kako su jezične konstrukcije integralni dio ljudske sposobnosti za simboličko razmišljanje.

2.2. Konceptualne metafore

„Ako smo u pravu kada tvrdimo da je naš konceptualni sustav uglavnom metaforičan, onda je način na koji razmišljamo, ono što doživljavamo i što radimo svaki dan u velikoj mjeri stvar metafore“ (Lakoff i Johnson, 1980:3). Ova tvrdnja podcrtava lingvističku i konceptualnu prirodu metafora koje oblikuju našu stvarnost. Lakoff i Johnson naglašavaju da metafora transcendiraju granice jezika te nije ograničena samo na riječi koje izgovaramo ili pišemo. „Najvažnija tvrdnja koju smo dosad iznijeli jest da metafora nije samo stvar jezika, to jest pukih riječi“ (Lakoff i Johnson, 1980:6). Ideja proširuje razumijevanje metafora s verbalnog na konceptualno, pokazujući kako strukturiraju naše percepcije i djelovanja. „Metafore kao jezični izrazi mogući su upravo zato što metafore postoje u pojmovnom sustavu čovjeka“ (Lakoff i Johnson, 1980:6).

Ljudska sposobnost za metaforičko mišljenje nije samo lingvistička vještina, već temeljni aspekt kako doživljavamo i interpretiramo svijet oko sebe. Povezanost između jezika i konceptualnog razmišljanja ključna je za razumijevanje kako metafore oblikuju našu svakodnevnicu i shvaćanje stvarnosti.

S obzirom na to da metafore prenose apstraktne koncepte u konkretne slike, one igraju ključnu ulogu u tome kako doživljavamo svijet oko sebe. Metafore, osim što su jezični ukrasi, ključni se elementi koji strukturiraju naša razmišljanja i interakcije. Omogućuju razumijevanje složenih ideja kroz jednostavne, intuitivno razumljive pojmove, što je od neprocjenjive vrijednosti u svakodnevnoj komunikaciji.

Zoltan Kövecses ističe pet najčešće prihvaćenih značajki kod definiranja i shvaćanja metafore. „Prvo, metafora je svojstvo riječi; riječ je o jezičnom fenomenu“ (Kövecses, 2002:7). To implicira da je metafora stilski figura i važan element jezika koji obogaćuje verbalne izraze i omogućava složenu komunikaciju misli i emocija. Kada Kövecses govori o metafori kao „svojstvu riječi“ i „jezičnom fenomenu“, on naglašava kako se metafora primarno manifestira kroz jezik, ali njezin utjecaj se proteže daleko izvan verbalne komunikacije, prodire u sam temelj našeg konceptualnog razumijevanja. Osim što služi kao lingvistički alat, metafora je nezaobilazna u umjetnosti i retorici.

„Drugo, metafora se upotrebljavaju u neke umjetničke i retoričke svrhe kao kada Shakespeare piše „cijeli svijet je pozornica“ (Kövecses, 2002:7). Upotreba metafore transformira običan jezik u snažan alat koji prenosi informacije i evocira duboke emocionalne odgovore i refleksije kod publike.

„Treće, metafora se temelji na sličnosti između dvaju entiteta koji se uspoređuju i identificiraju“ (Kövecses, 2002:7). Osnova svake metafore je uspostava veze na temelju sličnosti te kroz ovo svojstvo metafora uspijeva povezati apstraktne koncepte s konkretnim slikama, omogućujući gledanje i shvaćanje jednog kroz prizmu drugog.

„Četvrto, metafora je svjesna i namjerna upotreba riječi i morate imati poseban talent da biste to mogli učiniti i to dobro“ (Kövecses, 2002:7). Unatoč svojoj prevladavajućoj ulozi u jeziku, metafora se smatra svjesnom i ciljanom upotrebom riječi koja zahtijeva određenu dozu kreativnosti i intelektualne spretnosti. Stvaranje učinkovite metafore je rezultat spontanog izražavanja te promišljenog kreativnog

procesa. Unatoč svojim impresivnim sposobnostima da obogati jezik, metafora se ipak ne smatra esencijalnom za svakodnevnu komunikaciju.

„Peto, također se obično smatra da je metafora figura govora bez koje možemo; upotrebljavamo ga za specijalne efekte i nije neizbježan dio svakodnevne ljudske komunikacije, a kamoli svakodnevnog ljudskog razmišljanja i zaključivanja“ (Kövecses, 2002:8). Ovime se ističe da, iako metafora može dramatično poboljšati način na koji izražavamo svoje misli i osjećaje, njezina primjena ostaje uglavnom ograničena na kontekste koji zahtijevaju retoričku ili estetsku sofisticiranost.

U svojem ključnom istraživanju iz 1980. godine, *Metaphors We Live By* (*Metafore po kojima živimo*), George Lakoff i Mark Johnson predstavili su novi pristup koji je temeljito osporio postojeće teorije o metafori. Njihova teorija, poznata kao kognitivno lingvistički pogled, koherentno i sistematično preispituje tradicionalne koncepte, pružajući dublje razumijevanje uloge metafore u jeziku i mišljenju.

Lakoff i Johnson osporili su duboko ukorijenjeno gledište o metafori tvrdeći da je metafora svojstvo pojmova, a ne riječi; funkcija metafore je bolje razumijevanje određenih pojmova, a ne samo neke umjetničke ili estetske svrhe; metafora se često ne temelji na sličnosti; metaforu u svakodnevnom životu bez napora upotrebljavaju obični ljudi, a ne samo posebno talentirani ljudi; i metafora, daleko od toga da je suvišan, iako ugodan jezični ukras, neizbježan je proces ljudskog mišljenja i zaključivanja (Kövecses, 2002:8).

Metafore su svojstvo riječi odnosno pojmova koje upotrebljavamo za dublje razumijevanje i interakciju sa svijetom oko nas. Nova perspektiva naglašava da su važne u procesu spoznaje, pomažući nam da jasnije shvatimo i opišemo različite pojmove. Funkcija metafore proteže se daleko izvan estetskih i umjetničkih okvira. Dok je tradicionalna gledišta često povezuju s poezijom i književnošću, suvremeni pristup ističe njezinu osnovnu ulogu u konceptualizaciji i razumijevanju složenih ideja. Metafore omogućuju bolje razumijevanje određenih pojmova pretvarajući apstraktne koncepte u opipljivije i intuitivnije jedinice. Pretpostavka da se metafora temelji na sličnosti između uspoređivanih entiteta također je revidirana.

U mnogim slučajevima, metafore povezuju elemente koji nemaju očitu sličnost, stvarajući nove značenjske veze koje potiču na razmišljanje i omogućuju novu perspektivu. Upotreba metafora nije ograničena na pojedince s posebnim jezičnim talentima već je neizostavan dio svakodnevne komunikacije među svim ljudima. Upotrebljavaju se spontano i bez napora u različitim kontekstima — od poslovnih sastanaka do obiteljskih razgovora. „Pokušati razumjeti metaforu, dakle, znači pokušati razumjeti vitalni dio toga tko smo i u kakvom svijetu živimo“ (Kövecses, 2002:10). Prema tome, metafora je daleko od toga da bude samo ukrasni element jezika, neizbježna je komponenta ljudskog mišljenja i zaključivanja. Kroz metafore, interpretira se svijet na jedinstven način te se strukturira iskustvo i znanje o stvarnosti. Ključne su za način na koji razumijemo, komuniciramo i djelujemo u svijetu koji nas okružuje.

3. Metonimija

Metonimija je stilska figura ili trop koji se upotrebljava za zamjenu imena jedne stvari imenom druge stvari koja je s njom u bliskom odnosu. Metonimija, kao jedna od najstarijih figura govora, ima bogatu povijest koja seže više od dvije tisuće godina, evoluirajući od tradicionalnih retoričkih istraživanja do suvremenih kognitivnih pristupa (Guan, 2009:179). Dugi razvojni put doprinosi dubokom razumijevanju metonimije kao jezične figure i ključni element u načinu na koji ljudi doživljavaju i artikuliraju svijet oko sebe. „Metonimija (grčki *metonimia* „promjena imena“) je jedna od glavnih figura govora prepoznatih u klasičnoj retorici“ (Panther i Radden, 2005:1). Najstarija definicija metonimije nalazi se u traktatu *Rhetorica ad Herennium* u kojem anonimni pisac opisuje metonimiju kao „trop koji uzima svoj izraz iz bliskih i susjednih stvari pomoću kojih možemo shvatiti riječ koja nije označena svojom pravom riječju“ (Panther i Radden, 2005:1).

Metonimija omogućuje govorniku ili piscu da izrazi koncept ne izravno, već kroz njegovu asocijaciju s drugim konceptom koji je s njim redovito povezan. „Metonimiji se pak tradicionalno pristupalo kao odnosu zamjene koji, za razliku od metafore, ne počiva na sličnosti, već na bliskosti, pri čemu se kao bliskost uzimaju sve asocijativne veze osim sličnosti“ (Brdar, 2019:56). Temelji se na logičkoj, često prostornoj, funkcionalnoj ili uzročno-posljedičnoj vezi između dvaju elemenata.

Brdar navodi nekoliko primjera: *Bijela kuća je odbila komentirati ovaj slučaj; Ona je drži na oku; Emigrirao je u Ameriku 1969.* U prvom primjeru izraz *Bijela kuća* rabi se umjesto američkog predsjednika i/ili njegove administracije, tj. vlade. U drugom primjeru *Ona je drži na oku*, izraz *oku* je metonimija za pozornost, pažnju, a cijeli izraz *držati na oku* znači paziti na nešto. U trećem primjeru izraz *Amerika* je metonimija koja se odnosi na dio kontinenta tj. Sjevernu Ameriku, a onda preciznije, zbog još jedne metonimije istog tipa, najvjerojatnije na Sjedinjene Američke Države (Brdar, 2019). Metonimija je temeljni način na koji ljudi konceptualiziraju svijet te igra vitalnu ulogu u načinu na koji razumijemo i upotrebljavamo jezik.

„Metonimija je važno sredstvo koje ljudima omogućava upoznavanje svijeta i obogaćivanje jezika; također je način razmišljanja koji se široko upotrebljava u svakodnevnom životu ljudi“ (Guan, 2009:179). Kognitivna perspektiva metonimije ističe njezinu ulogu u strukturiranju naših misli, stavova i djelovanja kroz jezik.

„Tradicionalno, metonimija se smatrala kao odnos zamjene u kojem se ime jedne stvari, izvora ili vozila upotrebljava za referencu na drugu stvar, cilj s kojim je povezana ili kojem je susjedna. Ovaj pogled može se nazvati teorijom zamjene metonimije“ (Panther i Radden, 2005:1). Posljedica teorije zamjene leži u tome što se izvor i cilj, na određenoj razini analize, smatraju jednako valjanim načinima za identificiranje istog referenta (Panther i Radden, 2005). Primjer metonimije vidljiv je u rečenici: *Buckingham Palace je izdao izjavu jutros*. Naziv mjesta *Buckingham Palace* (izvor) može se interpretirati tako da predstavlja britansku kraljicu ili jednog od njenih predstavnika za medije (cilj). S tog stajališta, izraz izvora posredno služi istoj referentnoj svrsi kao i direktniji izraz „kraljica“ (Panther i Radden, 2005;1). Metonimija je utkana u tkivo svakodnevnog komuniciranja, omogućavajući nam da s bogatstvom i ekonomičnošću izrazimo složene ideje. Sposobnost da poveže različite koncepte kroz bliskost, a ne sličnost, osnažuje sposobnost da konceptualiziramo i verbaliziramo iskustva na intuitivan način.

3.1. Predikativne i ilokucijske metonimije

Teorija zamjene opisuje metonimiju kao zamjenu imena jedne stvari za ime druge, s kojom je prva na neki način povezana, no ova teorija je često kritizirana zbog svoje prevelike pojednostavljenosti. „Međutim, teorija zamjene je previše pojednostavljena u najmanje dva aspekta. Prvo, obično je usredotočena samo na slučajevne referentne metonimije, zanemarujući činjenicu da postoje i predikativne i ilokucijske metonimije“ (Panther i Radden, 2005:1). Uska usmjerenost propušta bogatstvo metonimijskih upotreba koje transcendiraju puko referentno označavanje. Jedan od primjera predikativne metonimije je fraza *Ona je samo lijepo lice*, gdje se *lijepo lice* ne upotrebljava samo za referencu na osobu, nego predikativno, opisujući osobu kroz jednu karakteristiku (Panther i Radden, 2005). Radden i Kövecses ističu kako je metonimija više od pukog pitanja zamjene (Radden i Kövecses, 1999). Prema tome, *lijepo lice* nije samo zamjenski izraz za „lijepu osobu“, već ističe i ljepotu lica osobe, iz koje se može zaključiti ljepota osobe. „Stoga gore navedena rečenica izražava više sadržaja od *Ona je samo lijepa osoba*“ (Panther i Radden, 2005:1). Razumijevanje složenosti metonimije, od njenih predikativnih i ilokucijskih upotreba do njezine kognitivne i konceptualne prirode, omogućava nam bolje shvaćanje kako jezik utječe na našu percepciju svijeta. „Metonimija je, poput metaforičkih koncepata, temeljena na našem iskustvu (čak i više

od metafore jer uključuje izravne fizičke ili uzročne asocijacije)“ (Čazmar, 2016:42). Priznavanje metonimije kao više od retoričke figure, nego kao temeljnog aspekta kognitivnog procesa, obogaćuje naše razumijevanje jezične i mentalne aktivnosti u svakodnevnom životu.

3.2. Metonimija kao konceptualni fenomen

Tradicionalne definicije metonimije provode se pod pretpostavkom da je metonimija figurativni alat koji pruža određeni šarm i veličanstvenost stilu, ali ne tretira se kao fenomen u svakodnevnom jeziku i normalnim načinima razmišljanja. Metonimija je opisivana u jezičnim, ali i konceptualnim terminima (Radden i Kövecses, 1999).

Kognitivno gledište metonimije ima drugačije pretpostavke od tradicionalnih mišljenja. Smatra se da je metonimija konceptualna pojava; važno je sredstvo koje ljudima omogućava da upoznaju svijet i obogate jezik; i to je način razmišljanja koji se široko upotrebljava u svakodnevnom životu ljudi (Guan, 2009:179).

Lakoff i Johnson ističu kako je metafora uglavnom način poimanja jedne stvari u smislu druge, a njezina primarna funkcija je razumijevanje (Lakoff i Johnson, 1980). „Metonimija, s druge strane, ima primarno referencijalnu funkciju, odnosno omogućuje nam da upotrijebimo jednu cjelinu za stanje drugoga. Ali metonimija se ne koristi samo za referenciranje. Također ima funkciju pružanja razumijevanja” (Lakoff i Johnson, 1980:37). Metonimija je kognitivno sredstvo za konceptualizaciju svijeta ljudi. „Metonimijski koncepti dio su običnog, svakodnevnog načina na koji mislimo i djelujemo, kao i govorimo“ (Lakoff i Johnson, 1980:37). Uporabom metonimije dajemo ljudske karakteristike i kvalitete stvarima koje nisu ljudske.

Sendvič sa šunkom čeka njegov ček gdje se izraz sendvič sa šunkom upotrebljava za označavanje stvarne osobe, osobe koja je naručila sendvič sa šunkom. Takvi slučajevi nisu primjeri metafora personifikacije, budući da sendvič sa šunkom ne razumijemo pripisujući mu ljudske kvalitete. Umjesto toga, upotrebljavamo jedan entitet da se referiramo na drugi koji je s njim povezan (Lakoff i Johnson, 1980:35).

Primjeri koji su bliži hrvatskom jeziku i hrvatskoj govornoj kulturi mogu biti: *Voli čitati Krležu* (djela Miroslava Krleže); *Stol pet čeka svoj račun* (osoba koja sjedi za stolom broj pet). Metonimijski koncepti dio su običnog, svakodnevnog načina na koji mislimo i djelujemo, kao i načina na koji govorimo (Lakoff i Johnson,1980:37). Metonimija omogućava brzo i efikasno komuniciranje, smanjujući složenost izraza te može dodati sloj značenja i dubine, često unoseći emocijski ili kulturni kontekst koji može biti važan u retoričkom smislu. Doprinosi kategorizaciji i organizaciji znanja povezivanjem različitih informacija ili koncepta na intuitivan način.

...unatoč različitim gledištima koja usvajaju, većina kognitivnih lingvistica slaže se s činjenicom da se metonimijski proces sastoji od mentalnog pristupa jednom konceptualnom entitetu preko drugog entiteta; metonimija nije samo figura govora, već je dio svakodnevnog načina razmišljanja ljudi; i funkcija metonimije nije samo postizanje neke umjetničke ili estetske svrhe, već prije svega bolje razumijevanje koncepta. To je učinkovit kognitivni alat koji ljudima omogućava konceptualizaciju svijeta (Guan, 2009:180).

3.3. Vrste metonimije

Postoje različite vrste metonimija koje se upotrebljavaju u jeziku. Razumijevanje tih vrsta pomaže u smislu boljeg shvaćanja metonimije te za načine upotrebe metonimije za oblikovanje našeg razmišljanja i komunikacije. Metonimija kao ključni lingvistički i kognitivni alat, omogućava prenošenje značenja na efikasan i često intuitivan način, uporabom bliskih ili logički povezanih koncepata za izražavanje ideja. Povezanosti nisu slučajne; utemeljene su na čvrstim konceptualnim odnosima koji reflektiraju naše perceptivno i kulturalno iskustvo svijeta. Svjesnost o različitim vrstama metonimije omogućit će bolje razumijevanje funkcioniranja značenja i jezičnih izraza u različitim kontekstima.

Prema Lakoffu i Johnsonu, metonimija se može klasificirati na nekoliko načina ovisno o prirodi povezanosti između elemenata koje zamjenjuje (Lakoff i Johnson, 1980). Metonimiju su podijelili u sedam kategorija:

1. *The part for the whole* (hrv. *dio za cjelinu*)
2. *Producer for product* (hrv. *proizvođač za proizvod*)

3. *Object used for user* (hrv. objekt zamjenjuje korisnika)
4. *Controller for controlled* (hrv. upravljač za upravljano)
5. *Institution for people responsible* (hrv. institucija za odgovorne osobe)
6. *The place for the institution* (hrv. mjesto umjesto institucije)
7. *The place for the event* (hrv. mjesto za događaj)

U daljnjem tekstu detaljno će se obraditi svaka od navedenih kategorija, uz prikaz primjera na hrvatskom jeziku kako bi bilo srodno i razumljivo. se olakšalo razumijevanje.

1. Dio za cjelinu

U ovoj kategoriji dio objekta predstavlja cjelinu odnosno dio objekta ili koncepta upotrebljava se za predstavljanje cjeline. Na primjer, „krov“ za kuću ili „kotači“ za automobil. Ova figura je vrlo korisna za učinkovitu i ekonomičnu komunikaciju jer omogućuje govorniku uporabu konkretnih i vizualnih dijelova za označavanje cijele kategorije ili kompleksnog pojma. Primjeri uporabe ove figure u svakodnevnom govoru:

Koliko usta treba nahraniti? umjesto *Koliko ljudi treba nahraniti?* — rečenica upotrebljava riječ „usta“ kao metonimiju za „ljudе“ u kontekstu prehrane. Usta su dio tijela koje upotrebljavamo za jelo, stoga se koriste za reprezentaciju cijele osobe kada se govori o broju ljudi koje treba nahraniti. Ovaj izraz je posebno efektivan jer izravno cilja na osnovnu potrebu (hranu), što pomaže da se poruka brzo i jasno prenese.

Sve ruke na palubu! umjesto *Svi članovi posade trebaju pomoći!* — ovdje se „ruke“ upotrebljavaju kao metonimija za „članove posade“. Riječ „ruke“ također simbolizira rad i akciju, sugerirajući da svaki član posade treba aktivno sudjelovati u obavljanju zadataka. „Sve ruke na palubu“ upotrebljava se u situacijama koje zahtijevaju zajednički napor i hitnu akciju, čineći izraz izražajnijim od jednostavnog naređenja da svi trebaju pomoći.

Zaradio je za svoj kruh. umjesto *Zaradio je za svoj život.* — ovaj primjer sugerira da je osoba uspješno obavila dovoljno posla kako bi zaradila novac potreban za pokrivanje svojih osnovnih životnih troškova. Izraz „kruh“ ovdje funkcionira kao značajka cijelog života u smislu financijske sigurnosti i sposobnosti da se samostalno brine o svojim primarnim potrebama.

Dok si pod mojim krovom! umjesto *Dok živiš u mojoj kući!* — u ovom slučaju „krov“ simbolizira sve što se nalazi unutar doma, uključujući obitelj, prostor, pravila i sigurnost koje dom pruža. Ova rečenica se obično upotrebljava u svrhu izražavanja autoriteta ili zaštitničke pozicije govornika, sugerirajući da dok osoba boravi u njegovom domu, mora se pridržavati određenih pravila ili standarda ponašanja koje postavlja vlasnik doma.

Lakoff i Johnson kao primjere navode:

We need a couple of strong bodies for our team. (= strong people) — (Trebamo nekoliko snažnih tijela za naš tim.) U ovoj rečenici „snažna tijela“ upotrebljavaju se kao metonimija za „snažne ljude“. Metonimija se ovdje fokusira na fizičku snagu osoba koje su potrebne za tim, gdje se konkretni dio (tijelo) upotrebljava za predstavljanje cijele osobe, posebno njihove fizičke sposobnosti.

There are a lot of good heads in the university. (= intelligent people) — (Na sveučilištu ima mnogo pametnih glava.) U ovom primjeru „glave“ se upotrebljavaju za označavanje „inteligentnih osoba“, stručnih u traženom području. Upotrebljava se metonimija kako bi predstavila intelektualne sposobnosti osoba, naglašavajući mentalnu agilnost i sposobnost razmišljanja. Izraz implicira da sveučilište obiluje osobama visokih intelektualnih sposobnosti.

We need some new blood in the organization. (= new people) — (Trebamo novu/svježu krv u organizaciji.) Izraz „nova krv“ ili „svježa krv“ metonimički predstavlja „nove ljude“ ili „nove talente“. Pojam „krv“ u ovom kontekstu simbolizira vitalnost i osvježenje koje nove osobe donose u bilo koji kolektiv.

2. *Proizvođač za proizvod*

Ova vrsta metonimije upotrebljava ime proizvođača (često brend) za označavanje proizvoda koji proizvodi odnosno brend umjesto proizvoda. To je učinkovito sredstvo u jeziku koje pomaže ljudima brzo identificirati proizvode poznatih brendova, olakšava komunikaciju i pojačava prepoznatljivost brenda. Primjeri uporabe ove figure u svakodnevnom govoru:

Kupila sam novi Samsung. umjesto *Kupila sam novi pametni telefon proizveden od strane Samsunga.* — „Samsung“ predstavlja ne samo tvrtku, već i proizvod koji proizvode — u ovom kontekstu, pametni telefon.

Vozi Mercedes. umjesto *Vozi automobil proizveden od Mercedes-Benz.* — „Mercedes“ u ovoj rečenici ne označava samo tvrtku, već specifičan automobil proizveden od Mercedes-Benz. Ovo nije samo skraćivanje; ime brenda također prenosi status i kvalitetu.

Popijmo jednu Cedevitu. umjesto *Popijmo jedan vitaminizirani napitak proizveden od Cedevite.* — „Cedevita“ se upotrebljava za označavanje specifičnog tipa vitaminiziranog napitka, što je ujedno i marka proizvoda.

Imaš li Plazmu? umjesto *Imaš li kekse brenda Plazma?* — ovdje se „Plazma“ upotrebljava kao zamjena za specifičan tip kekse proizveden od strane tvrtke „Bambi“, gdje Plazma keksi imaju široku popularnost i prepoznatljivost.

Lakoff i Johnson kao primjer navode:

He bought a Ford. — (*Kupio je Forda.*) U ovoj rečenici, „Ford“ se upotrebljava kao metonimija koja označava automobil proizveden od strane *Ford Motor Company*. Umjesto da se specificira model automobila ili se kaže „automobil marke Ford“, jednostavno se kaže „Ford“, što je dovoljno da se identificira kao automobil te marke. Ovo je uobičajeni način govora u kontekstu automobilskih brendova gdje imena proizvođača često stoje za bilo koji od njihovih proizvoda.

He's got a Picasso in his den. — (*Ima Picassa u svojoj radnoj sobi.*) U ovoj rečenici, ime „Picasso“ upotrebljuje se kao metonimija za umjetničko djelo koje je naslikao Pablo Picasso. „Kada razmišljamo o Picassu, ne razmišljamo samo o umjetničkom djelu. Razmišljamo o njemu u kontekstu njegovog odnosa prema umjetniku, to jest, njegovom shvaćanju umjetnosti, njegovoj tehnici, njegovoj ulozi u povijesti umjetnosti, itd.“ (Lakoff i Johnson, 1980:39). Ovaj način izražavanja implicira ne samo posjedovanje djela, već i njegovu vrijednost i kulturni status. Ime umjetnika ovdje služi kao simbol za prepoznatljiv stil i visoku vrijednost umjetničkih djela, što je čest slučaj u kontekstima koji uključuju poznate umjetnike i njihova djela.

I hate to read Heidegger. — (*Mrzim čitati Heideggera.*) Ovdje ime filozofa „Heidegger“ označava njegova djela. Umjesto da se kaže „mrzim čitati djela

Heideggera“ ili „mrzim čitati filozofske tekstove koje je napisao Heidegger“, ime „Heidegger“ služi kao kratki oblik za sve što je on napisao. Ovo je primjer kako se ime autora može upotrijebiti metonimijski za referencu na njegove knjige ili tekstove, što je uobičajeno u diskusijama o književnosti i filozofiji.

Ovi primjeri omogućuju ljudima da brzo i efikasno komuniciraju bez potrebe za detaljnim opisima. Imena brendova postaju sinonimi za određene vrste proizvoda, što može znatno povećati tržišnu vrijednost brenda i njegovu prepoznatljivost. Upotreba imena proizvođača za proizvode je primjer kako jezik može evoluirati da uključi kulturne i ekonomske aspekte društva, reflektirajući kako brendovi postaju integrirani u naš svakodnevni život.

3. *Objekt zamjenjuje korisnika*

U ovoj kategoriji metonimija uključuje situacije gdje se predmet ili objekt koji osoba upotrebljava za predstavljanje te osobe. Primjeri uporabe ove figure u svakodnevnom govoru:

BMW je parkiran ispred. umjesto *Vlasnik BMW-a je parkirao ispred* — automobil (BMW) zamjenjuje osobu. To implicira da je vlasnik automobila prisutan, ali fokusira se na automobil kao izraženiju komponentu u kontekstu.

Crveni nosi dokumente. — ova rečenica može biti upotrijebljena u kontekstu gdje osoba poznata po crvenoj kosi, odjeći ili crvenom automobilu prenosi dokumente. Uporabom „crveni“ umjesto imena osobe, metonimija stavlja fokus na karakterističan objekt koji osoba koristi ili nosi.

Lakoff i Johnson kao primjer navode:

The sax has the flu today. — (*Saksofon je bolestan.*) Ova rečenica upotrebljava „saksofon“ kao metonimiju za saksofonista. U kontekstu to znači da saksofonist zbog bolesti ne može svirati.

The gun he hired wanted fifty grand. — (*Pištolj kojeg je unajmio tražio je pedeset tisuća.*) Ovdje se „pištolj“ upotrebljava kao metonimija za plaćenika ili ubojicu. Umjesto da se izravno kaže „plaćenik“ ili „osoba koju je unajmio“, upotrebljava se „pištolj“ kako bi se naglasila opasnost ili agresivnost osobe.

The buses are on strike. — (*Autobusi su u štrajku.*) U ovoj rečenici „autobusi“ predstavljaju vozače autobusa.

4. *Upravljač za upravljano*

Ova kategorija se može objasniti kao subjekt koji kontrolira ili upravlja nekim procesom ili entitetom. Primjeri uporabe ove figure u svakodnevnom govoru:

Bijela kuća objavila je novi zakon. — umjesto da se kaže „Američka administracija ili predsjednik objavili su novi zakon“ upotrebljava se „Bijela kuća“ kao metonimija za vladu Sjedinjenih Američkih Država.

Facebook je izbrisao tisuće profila. — „Facebook“ ovdje ne označava samu društveni mrežu, nego ljude koji upravljaju tvrtkom i donose odluke o kontroli sadržaja.

Lakoff i Johnson kao primjer navode:

Nixon bombed Hanoi. — (*Nixon je bombardirao Hanoi.*) Ova rečenica upotrebljava ime američkog predsjednika Richarda Nixona kao metonimiju za američku vladu ili vojsku koja je izvršila bombardiranje tijekom Vijetnamskog rata.

Nixon sam možda nije bacio bombe na Hanoi, ali putem metonimije 'upravljač za upravljano' ne samo da kažemo 'Nixon je bombardirao Hanoi' već ga i doživljavamo kao da je on izvršio bombardiranje i smatramo ga odgovornim za to. To je moguće zbog prirode metonimičkog odnosa u metonimiji 'upravljač za upravljano', gdje je fokus na odgovornosti. (Lakoff i Johnson, 1980:39).

Ozawa gave a terrible concert last night. — (*Ozawa je održao užasan koncert sinoć.*) Ovdje se ime dirigenta Seijia Ozawe upotrebljava za označavanje cijelog orkestra kojim dirigira. Iako je dirigent ključan za izvedbu, on osobno ne svira sve instrumente, no njegovo ime stoji za kolektivni nastup orkestra.

Napoleon lost at Waterloo. — (*Napoleon je izgubio kod Waterlooa.*) Napoleon Bonaparte, kao vođa francuskih snaga, upotrebljava se metonimično za cijelu francusku vojsku koja je sudjelovala u bitci kod Waterlooa. Metonimija naglašava njegovu ulogu i odgovornost u porazu.

5. *Institucija za odgovorne osobe*

Ova kategorija odnosi se na uporabu imena institucije za označavanje ljudi koji su za nju odgovorni ili koji u njoj rade, a posebno onih na upravljačkim ili izvršnim pozicijama. Primjeri uporabe ove figure u svakodnevnom govoru:

Vatikan je kritizirao novi zakon. — „Vatikan“ se upotrebljava za predstavljanje skupine ljudi unutar katoličke crkve, obično uključujući Papu i njegove najbliže suradnike, koji su izrazili kritiku.

FIFA je uvela nove propise. — umjesto da se kaže „Čelnici FIFA-e uveli su nove propise“, ime organizacije „FIFA“ upotrebljava se kao zamjena za ljude na čelnim pozicijama koji su odgovorni za takve odluke.

Vlada je donijela novi zakon. — „vlada“ se ne odnosi samo na fizičku zgradu ili apstraktni entitet već na konkretne osobe unutar vlade kao što su ministri, premijer ili odgovarajući odbori, koji su aktivno uključeni u proces donošenja zakona.

Lakoff i Johnson kao primjer navode:

Exxon has raised its prices again. — (*Exxon je opet podigao svoje cijene.*) Ime kompanije *Exxon* upotrebljava se kao zamjena za odluke koje donose ljudi koji upravljaju tom kompanijom. Umjesto specifičnog navođenja menadžmenta ili odbora koji su donijeli odluku o povećanju cijena, ime kompanije predstavlja sve uključene.

You'll never get the university to agree to that. — (*Nikada nećeš natjerati sveučilište da se složi s tim.*) Ovdje se „sveučilište“ upotrebljava za označavanje administracije ili odlučujućih tijela unutar sveučilišta. Metonimija implicitno uključuje osobe koje imaju moć donošenja odluka na sveučilištu.

The Army wants to reinstitute the draft. — (*Vojska želi ponovno uvesti vojni rok.*) „Vojska“ u ovoj rečenici predstavlja vojno vodstvo ili odgovorne osobe unutar Ministarstva obrane koji predlažu ili podržavaju ideju ponovnog uvođenja vojnog roka.

6. *Mjesto umjesto institucije*

Ova kategorija odnosi se na uporabu geografske lokacije ili mjesta za predstavljanje institucija koje se tamo nalaze ili djeluju. Ova vrsta metonimije često se upotrebljava u političkom, ekonomskom i obrazovnom kontekstu kako bi se pojednostavila

komunikacija te naglasile institucije koje su simbolično povezane s određenim mjestima. Primjeri uporabe ove figure u svakodnevnom govoru:

Pantovčak je komentirao predstojeće izbore. — „Pantovčak“ se upotrebljava kao metonimija za predsjednika Republike Hrvatske, odnosno za Ured predsjednika, budući da je službena rezidencija predsjednika smještena na Pantovčaku u Zagrebu. Ovaj izraz upotrebljava se za opisivanje službenih izjava ili politika koje dolaze iz Ureda predsjednika.

Ilica je zatvorena zbog radova. — iako „Ilica“ primarno označava ulicu u Zagrebu, u ovom kontekstu se može upotrijebiti metonimijski za predstavljanje poslovnih subjekata, stanovnika, i svakodnevnog života koji tu ulicu karakteriziraju. Također se može odnositi na prometne i komunalne aktivnosti koje utječu na širu zajednicu koja upotrebljava tu ulicu.

Lakoff i Johnson kao primjer navode:

The White House isn't saying anything. — (*Bijela kuća ništa ne govori.*) U ovoj rečenici, „Bijela kuća“ metonimijski predstavlja administraciju predsjednika SAD-a ili predsjednika samog. Upotrebljava se za izražavanje da iz te institucije nema službenih komentara ili izjava o određenoj temi.

Paris is introducing longer skirts this season. — (*Pariz uvodi duže suknje ove sezone.*) U ovom kontekstu „Pariz“ predstavlja modnu industriju i dizajnere koji su bazirani u tom gradu poznatom kao globalni centar mode. Ovo pokazuje trendove koje Pariz kao modni epicentar postavlja za određenu sezonu.

Wall Street is in a panic. — (*Wall Street je u panici.*) „Wall Street“ metonimijski predstavlja financijski sektor i burza SAD-a, osobito one koje se nalaze u toj ulici u New Yorku. Izraz opisuje stanje straha ili zabrinutosti među investitorima i na financijskim tržištima.

Svaka od ovih rečenica upotrebljava geografsko mjesto ili poznato ime lokacije kao metonimijski simbol za širi spektar ljudi, aktivnosti ili industrija koje to mjesto simbolizira, što omogućava emocionalno nabijenu komunikaciju.

7. Mjesto za događaj

U ovoj kategoriji upotrebljava se određena lokacija koja simbolizira događaj ili serije događaja koji su se tamo odigrali, a koji imaju zajedničke povijesne, političke ili društvene implikacije. Primjeri uporabe ove figure u svakodnevnom govoru:

Vukovar se ne smije zaboraviti. — „Vukovar“ je simbol otpora i patnje tijekom Domovinskog rata, posebno tijekom opsade grada 1991. godine. Ovaj izraz upotrebljava se za evociranje sjećanja na žrtve i herojstvo grada u borbi za hrvatsku neovisnost.

Dubrovnik je opet na nogama. — može se odnositi i na sam grad, u kontekstu povijesnih ili društvenih događaja, ali i na simbol oporavka grada nakon opsade tijekom Domovinskog rata te njegovu dugotrajnu povijest kao snažnog kulturnog i turističkog središta.

Oluja je promijenila tijek povijesti. — „Oluja“ ovdje ne označava meteorološki fenomen, već vojnu operaciju tijekom Domovinskog rata u Hrvatskoj. Operacija „Oluja“ je ključni događaj koji je doprinio završetku rata i reintegraciji okupiranih teritorija u sastav Hrvatske.

Lakoff i Johnson kao primjer navode:

Let's not let Thailand become 'another Vietnam.' — (*Nemojmo dopustiti da Tajland postane 'drugi Vijetnam'.*) Ova rečenica upotrebljava „Vijetnam“ kao metonimiju za Vijetnamski rat, sugerirajući da se sličan, dugotrajan i destruktivan sukob ne bi trebao ponoviti u Tajlandu. „Vijetnam“ ovdje simbolizira negativne posljedice vojne intervencije i političkih odluka.

Remember the Alamo. — (*Sjetimo se Alama.*) „Alamo“ se upotrebljava za označavanje bitke kod Alama, ključnog događaja u Teksaskoj revoluciji protiv Meksika. Fraza se koristi u svrhu sjećanja na otpor i žrtvu.

It's been Grand Central Station here all day.— (*Ovdje je cijeli dan kao na Grand Central Stationu.*) „Grand Central Station“, glavni željeznički terminal u New Yorku, poznat po svojoj gužvi i aktivnosti upotrebljuje se metaforički za opisivanje bilo kojeg mjesta koje je iznimno zauzeto ili kaotično. Ova metonimija prenosi osjećaj buke, gužve i neprekidnog kretanja.

Svaki od ovih primjera ilustrira kako se specifična mjesta mogu upotrijebiti za evociranje širih pojmova ili događaja, doprinoseći tako bogatijem i složenijem razumijevanju priče ili poruke.

4. Kako je utemeljen naš konceptualni sustav?

Razumijevanje svijeta oko nas oblikovano je različitim konceptualnim sustavima koji nisu samo kolekcije nasumičnih znanja, već su duboko ukorijenjeni u jeziku kojim govorimo i kulturi u kojoj živimo. Konceptualni sustavi temelj su naše kognitivne obrade i načina na koji interpretiramo naša iskustva. Razumijevanje kako je utemeljen naš konceptualni sustav pomaže nam shvatiti kako mislimo te kako komuniciramo i djelujemo u svakodnevnom životu. Duboka integracija konceptualnih sustava s našim tjelesnim iskustvima pokazuje kako je svakodnevno razumijevanje svijeta neodvojivo od fizičkog i socijalnog konteksta u kojem živimo. Naši konceptualni okviri su refleksija našeg unutarnjeg mišljenja i odraz interakcije s našim okruženjem. To ukazuje kako je naša percepcija svijeta povezana s tjelesnim iskustvima koja formiraju temelj na kojem gradimo naše razumijevanje kompleksnosti svijeta oko nas.

Lakoff i Johnson ističu kako ovi koncepti „ne upravljaju samo našim intelektom. Također upravljaju našim svakodnevnom funkcioniranjem, sve do najobičnijih detalja“ (Lakoff i Johnson, 1980:3). Oblikuju naše percepcije, utječu i na naše fizičko kretanje kroz svijet te interakciju s drugima. „Naši koncepti strukturiraju ono što opažamo, kako se krećemo u svijetu i kako se odnosimo prema drugim ljudima“ (Lakoff i Johnson, 1980:3). Osnovna struktura našeg konceptualnog sustava ključna je u oblikovanju realnosti u kojoj svakodnevno djelujemo. „Naš konceptualni sustav stoga igra središnju ulogu u definiranju naše svakodnevne stvarnosti“ (Lakoff i Johnson, 1980:3). Stalna interakcija između tjelesnog i konceptualnog omogućava nam da razumijemo i interpretiramo svijet na intuitivne i efikasne načine čime se olakšava navigacija kroz različite životne situacije. Sposobnost da naše tjelesne senzacije i kretanja upotrebljavamo kao osnovu za izgradnju konceptualnih okvira čini osnovu naše sposobnosti za prilagodbu i učenje. Unatoč tome što konceptualni sustav ima središnju ulogu, rijetko smo svjesni ovog sustava. Većinu vremena, kako objašnjavaju Lakoff i Johnson, „jednostavno razmišljamo i djelujemo više ili manje automatski prema određenim linijama“ (Lakoff i Johnson, 1980:3).

Nesvjesna priroda naših konceptualnih sustava čini ih još fascinantnijima za istraživanje jer pružaju ključ za razumijevanje kako svakodnevno mislimo, živimo i djelujemo. Tvrdit ćemo da su, naprotiv, ljudski misaoni procesi uglavnom metaforički. „To je ono što mislimo kada kažemo da je ljudski konceptualni sustav metaforički

strukturiran i definiran” (Lakoff i Johnson, 1980,6). Ljudski konceptualni sustav je metaforički strukturiran, odnosno „većina pojmova djelomično je razumljivo u terminima drugih pojmova” (Lakoff i Johnson, 1980:56). Ovo otvara ključno pitanje o temeljima našeg konceptualnog sustava. Postoje li koncepti koje razumijemo izravno, bez upotrebe metafora? Ako takvi koncepti ne postoje, kako onda uopće možemo išta razumjeti? (Lakoff i Johnson, 1980).

Među glavnim kandidatima za takve izravno shvaćene koncepte nalaze se jednostavni prostorni koncepti, kao što je koncept „gore“. Ovaj koncept izravno proizlazi iz našeg prostornog iskustva. S obzirom na to da imamo tijela koja stoje uspravno, većina pokreta koje obavljamo uključuje promjenu, održavanje ili uzimanje u obzir našu orijentaciju u prostoru gore-dolje (Lakoff i Johnson, 1980). Naša stalna tjelesna aktivnost u svijetu, čak i tijekom spavanja, čini orijentaciju gore-dolje iznimno relevantnom i središnjom za naše tjelesno funkcioniranje, a to bi moglo upućivati na pomisao da za ovaj koncept nema alternative (Lakoff i Johnson, 1980). Ljudski prostorni koncepti poput *gore-dolje*, *naprijed-nazad*, *unutra-van* i *blizu-daleko* su ključni za naše neprekidno tjelesno funkcioniranje u svakodnevnom životu. Ta kontinuirana relevantnost čini ih dominantnijima od drugih načina strukturiranja prostora, barem za nas kao ljudska bića (Lakoff i Johnson, 1980). Struktura naših prostornih koncepata stoga proizlazi iz naše stalne interakcije s fizičkim okruženjem. Koncepti koji nastaju na ovaj način nisu samo teoretski; oni su koncepti prema kojima živimo na najosnovniji način (Lakoff i Johnson, 1980).

Naš konceptualni sustav, iako možda utemeljen na metaforama u mnogim aspektima, ima svoje korijene u vrlo stvarnim i materijalnim iskustvima našeg svakodnevnog postojanja.

5. Konceptualne metafore i metonimije

Metafora i metonimija dvije su figure govora koje strukturiraju svoje značenje kroz različite povezanosti između konceptualnih domena. Prema Lakoffu i Johnsonu metafore su prvenstveno način konceptualizacije nečega pomoću nečega drugog i glavna im je funkcija razumijevanje, dok metonimije prije svega imaju referencijalnu funkciju, tj. omogućuju nam uporabu jednog entiteta tako da stoji umjesto nekog drugog (Lakoff i Johnson, 1980). Metafora tipično uključuje dvije različite domene — izvornu i ciljnu domenu. „Konceptualna domena iz koje proizlaze metaforični jezični izrazi za razumijevanje druge konceptualne domene naziva se izvorna domena (engl. source domain), a konceptualna domena koja se razumije na taj način jest ciljna domena (engl. target domain)“ (Čazmar, 2016:29).

Izvorna domena (odakle se prenosi značenje) i ciljna domena (na koju se značenje prenosi) često su međusobno vrlo različite. Povezuje ih metafora na osnovu percipirane ili imaginirane sličnosti. Metonimija s druge strane, djeluje unutar jedne domena ili između vrlo blisko povezanih domena. Značenje se prenosi kroz stvarnu, često funkcionalnu ili uzročno-posljedičnu povezanost između elemenata unutar iste domene. Preslikavanja mogu biti međudomenska ili unutardomenska što bi značilo da se mogu odvijati preko dviju različitih konceptualnih domena ili unutar jedne domene (Brdar, 2019). U skladu s općeprihvaćenim shvaćanjem, metonimijski prijenosi značenja događaju se unutar iste konceptualne domene, odnosno jedan njen element implicira ili predstavlja drugi. S druge strane, metafora spaja dvije konceptualno različite domene, omogućavajući izražavanje ideja ili svojstava jedne domene kroz terminologiju druge, često na neočekivan ili inventivan način (Brdar, 2019).

Kod metonimije je ponekad slučaj da se metonimijsko preslikavanje odvija u jednoj domenskoj matrici koja u sebi uključuje nekoliko poddomena (Brdar, 2019). „Drugim riječima, metonimijska preslikavanja mogu se odvijati između dijelova domenske matrice koji su zapravo poddomene neke šire domene (matične domene)“ (Brdar, 2019:58). Kod razmatranja smjera preslikavanja, za metafore vrijedi da konkretnija domena o kojoj posjedujemo bogatije znanje služi kao izvorište, a apstraktnija, manje poznata domena kao njihov cilj (Brdar, 2019). Sva preslikavanja odvijaju se od izvorne prema ciljnoj domeni bez razdvajanja procesa preslikavanja između dviju domena. „Osim u vrlo rijetkim slučajevima ciljna domena jedne

konceptualne metafore ne može poslužiti kao izvorišna domena za metaforička preslikavanja neke druge konceptualne metafore kojoj je ciljna domena istovjetna s izvorišnom domenom one prve“ (Brdar, 2019:58).

Brdar kao primjer navodi riječ gospodarstvo iz rečenice: *Kako bi „ohladila“ zahuktalo gospodarstvo što dovodi do jačanja valute, islandska vlada razmatra vezivanje tečaja krune za zajedničku europsku valutu* (Brdar, 2019). U ovom primjeru „gospodarstvo“ metaforički može biti viđeno kao bolestan ili zdrav organizam odnosno stroj, što bi značilo da „domena gospodarstva nije pogodna kao izvorišna domena za konceptualizaciju organizama ili strojeva“ (Brdar, 2019:58). Reverzibilnost u kontekstu preslikavanja značenja između domena, kao što se upotrebljava u lingvistici i teoriji metafora, odnosi se na mogućnost da se proces preslikavanja može odvijati u oba smjera između dviju domena. To znači da, iako obično preslikavanje ide od izvorne domene prema ciljnoj domeni, u nekim slučajevima može se primijetiti da se elementi ili značenja iz ciljne domene mogu preslikavati natrag na izvornu domenu.

Takva dvostruka mogućnost preslikavanja omogućuje bogatiju, dinamičniju interakciju između konceptualnih domena, često uporabom u kreativnom izražavanju ili složenijim oblicima komunikacije. Prema Raddenu i Kövecsesu metonimija je u načelu reverzibilna (Radden i Kövecses, 1999).

Kod metonimije *povremeno postoji mogućnost okretanja uloga dijela i cilja, pa tako imamo parove metonimija uzrok umjesto posljedice i posljedica umjesto uzroka, mjesto umjesto događaja i događaj umjesto mjesta ili materijal umjesto stvari načinjene od tog materijala (kao srebro u smislu srebrne medalje ili guma u smislu pneumatika, tj. elastičnog ovoja kotača) i stvar umjesto materijala koje je (pretežito) tvori (kao šunka u smislu nareška od dimljenog, sušenog ili kuhanog buta ili drvo u smislu materijala dobivenog od biljke)* (Brdar, 2019:59).

Kod konceptualne metafore, broj veza ili preslikavanja među elementima dviju različitih domena obično je brojčan, no ponekad se može ograničiti na samo jedno ključno preslikavanje. U slučaju metonimije, situacija je drugačija jer višestruka preslikavanja među elementima nisu opcija (Brdar, 2019).

Još jedan važan aspekt usporedbe metafore i metonimije je to što mogu biti formalno označene u tekstu. „Metafore se obično ostvaruju kao višočlani izrazi ili njihovi dijelovi, pri čemu ciljna domena može biti i eksplicitno spomenuta” (Brdar, 2019:60). Brdar navodi nekoliko primjera: *Oporba optužuje vladu i za korupciju, otpuštanja i ekonomski tsunami, te zbog dodatnog zaduživanja; Sanader je provodio kulturni tsunami s vrijednim projektima* (Brdar, 2019).

Kod inovativnih metafora često se susrećemo s nizom izričito navedenih korespondencija, a *istraživanja su pokazala da se uz metafore često pojavljuju neki signali koji ukazuju na to da se riječi trebaju shvatiti u prenesenom značenju, poput izraza doslovno, preneseno govoreći, metaforički govoreći, pravi, takoreći itd., no na njih se ne možemo u potpunosti osloniti* (Brdar, 2019:61).

Takav postupak vidljiv je u idućim primjerima: *...jer zadnja je pizza bila doslovno paklena...; Oni su, preneseno govoreći, poput nekakve male količine kvalitetnog motornog ulja bez kojeg stroj ne može raditi* (Brdar, 2019). Wallington i suradnici navode dvanaest tipova signala metaforičke uporabe, a neki od njih su: eksplicitni signali metaforičnosti i sličnosti koji sami po sebi nisu metaforički (*metaforički rečeno, figurativno govoreći, simbolički...*), eksplicitni signali metaforičnosti i sličnosti koji su sami po sebi metaforični (*slika, karikatura, parodija, model...*), eksplicitni signali predočavanja koji sami po sebi nisu metaforični (*smatrati, čini se kao da, podsjećati na...*), eksplicitni signali predočavanja koji su sami po sebi metaforični (*držati/smatrati nekoga..., izgledati kao da...*), eksplicitni signali alternativnog ili posebnog značenja (*u nekom smislu, na određeni način...*), metalingvistički signali (*ako ćemo (tako) reći, možemo reći, kako kažu, drugim riječima...*), lažni signali realnosti (*stvarno, zapravo, pravi, jednostavno...*). (Wallington i dr., 2003). Kod metonimije, signali se ne pojavljuju tako često te su drugačije naravi odnosno više gramatičkog tipa (Brdar, 2019).

6. Konceptualne metafore

Konceptualne metafore predstavljaju temeljnu komponentu našeg razumijevanja i izražavanja emocija te nam omogućuju da apstraktne i često neopipljive osjećaje opisujemo kroz konkretne, poznate pojmove. Takve metafore su kognitivni alat koji nam omogućava da razumijemo i strukturiramo jednu konceptualnu domenu ili ideju kroz terminologiju i logiku druge, često potpuno različite konceptualne domene. „Konceptualna je metafora jedan od kognitivnih procesa konstruiranja značenja na temelju kojeg povezujemo dvije konceptualne domene: izvornu domenu (engl. *source domain*) i ciljnu domenu (engl. *target domain*)“ (Werkmann, 2010:35). Nisu samo jezične figure, već načini na koji konceptualiziramo jednu stvar u terminima druge, čime se omogućava lakše razumijevanje složenih ili apstraktnih pojmova s pomoću poznatijih ili konkretnijih iskustava.

Konceptualne metafore su ključne za razumijevanje kako naš um upotrebljava tjelesno iskustvo i svakodnevne interakcije za oblikovanje našeg konceptualnog sustava. Kako George Lakoff i Mark Johnson ističu u svojoj knjizi *Metaphors We Live By*, naš konceptualni sustav koji upotrebljavamo za razumijevanje svijeta oko nas, temelji se na metaforama koje nisu samo jezične figure već strukturalni elementi našeg mišljenja (Lakoff i Johnson, 1980). Ovo znači da naša tjelesna iskustva, poput osjećaja hladnoće ili topline, nisu samo senzorni doživljaji već temelj za način na koji konceptualiziramo i artikuliramo dublje emocije (Piskač i Marinčić, 2024). Na primjer, kada govorimo o „toplom osmijehu“ ili „hladnom pogledu“, upotrebljavamo tjelesno iskustvo da konceptualiziramo naše emocije, što pokazuje kako su metafore ugrađene u način na koji razumijemo emocionalne i socijalne interakcije (Piskač i Marinčić, 2024).

Lakoff i Johnson objašnjavaju kako su naše svakodnevne akcije i međuljudski odnosi prožeti metaforama koje, ne samo da oblikuju naš jezik, već naše misli i ponašanja. Ovo shvaćanje pomiče metaforu iz isključivo lingvističkog područja u domenu temeljnog načina kako percipiramo i djelujemo u svijetu (Piskač i Marinčić, 2024). Naša interakcija s okolinom, način na koji rješavamo probleme ili se nosimo s izazovima, temelji se na metaforičkim konceptima koji su svojstveni našem razmišljanju. Tako konceptualna metafora postaje ključ za dublje razumijevanje ne samo jezika već i kulture i interakcije.

Proučavanjem konceptualnih metafora može se bolje shvatiti kako kulture različito interpretiraju isto fizičko iskustvo, što može voditi k različitim emotivnim i racionalnim reakcijama u različitim društvenim i kulturnim kontekstima. „Konceptualne metafore nisu često očite u svakodnevnom jezičnom izričaju, već se do njih dolazi putem zaključivanja temeljenog na metaforičnim izjavama” (Piskač i Marinčić, 2024:112). Temeljno su ukorijenjene u našem načinu razmišljanja, obuhvaćajući tisuće ustaljenih metaforičkih preslikavanja koja formiraju strukturirani podsustav našeg kognitivnog procesa. Strukturiraju naše svakodnevno konceptualno razmišljanje, uključujući čak i najapstraktnije ideje koje su ključne za naš jezični izraz (Piskač i Marinčić, 2024). „Konceptualna metafora se temelji na podudarnostima između dva uspoređena područja, gdje entiteti iz jedne domene odgovaraju onima u drugoj. Ove podudarnosti nisu statične, već se mogu razvijati i širiti, omogućujući bolje razumijevanje fenomena i stvaranje novih metaforičkih izraza“ (Piskač i Marinčić, 2024:112).

Prema Lakoffu i Johnsonu, u kontekstu konceptualnih metafora, proces mapiranja metafora ključan je za način na koji upotrebljavamo elemente iz jedne domene, poznate kao izvorna domena, kako bismo razumjeli i interpretirali elemente druge domene, koju nazivamo ciljnom domenom. „Ovaj proces preslikavanja je temeljni mehanizam u našem kognitivnom sistemu koji nam omogućuje da razumijemo apstraktne ili kompleksne ideje kroz više konkretne ili poznate koncepte” (Piskač i Marinčić, 2024:113). Kada govorimo o „temeljima ljubavi“, upotrebljavamo metaforu koja prenosi koncept fizičkih temelja na ideju ljubavi. U ovom slučaju, riječ „temelji“, koja se obično upotrebljava u kontekstu građevinarstva ili arhitekture, primjenjuje se za objašnjenje apstraktne konceptualizacije ljubavi (Piskač i Marinčić, 2024).

Povezujući karakteristike poput čvrstoće, stabilnosti i sigurnosti temelja s ljubavlju, metafora nam omogućuje bolje razumijevanje ljubavi kao nečeg što bi također trebalo biti postojano, stabilno i sigurno. „Značaj ovog koncepta je u tome što konceptualne metafore oblikuju način na koji razmišljamo, govorimo i djelujemo u svakodnevnom životu, često na nesvjesnoj razini“ (Piskač i Marinčić, 2024:113). Način na koji ljudi razmišljaju je metaforički. S toga je razumijevanje svijeta, interakcija, proces mišljenja i cijeli ljudski konceptualni sustav strukturiran je i definiran metaforama (Lakoff i Johnson, 1980). Mapiranje konceptualnih metafora se shvaća u

matematičkom smislu kao preslikavanje, pokazivanje podudarnosti jednog područja u drugom području odnosno izvorišna i ciljna domena te uvijek vrijedi da se ono manje poznato shvaća pomoću onoga što je bolje poznato (Piskač i Marinčić, 2024). Važno je naglasiti dvostruku karakteristiku konceptualnih metafora i njihova značaja u procesu spoznaje. Konceptualne metafore omogućuju povezivanje različitih konceptualnih domena kroz sintagmatske veze koje se neprekidno stvaraju u različitim konceptualnim kontekstima. Redovita upotreba određenih metafora dovodi do njihove stabilizacije, čime one postaju sastavni dio našeg uobičajenog znanja. Konceptualne metafore dijele se na orijentacijske, ontološke i strukturne metafore.

6.1. Orijentacijske metafore

Orijentacijske metafore su jedne od temeljnih tipova konceptualnih metafora koje upotrebljavamo kako bismo strukturirali naše razumijevanje svijeta. Takve metafore ne oblikuju jedan koncept kroz prizmu drugog, nego umjesto toga organiziraju cijeli niz pojmova u međusobne odnose (Lakoff i Johnson, 1980). Nazivaju se orijentacijske jer se većina njih odnosi na prostornu orijentaciju: gore-dolje, unutra-van, naprijed-natrag, uključeno-isključeno, duboko-plitko, središnje-periferno (Lakoff i Johnson, 1980). „Prostorne orijentacije proizlaze iz činjenice da imamo tijela takve vrste kakva imamo i da ona funkcioniraju onako kako funkcioniraju u našem fizičkom okruženju” (Lakoff i Johnson, 1980:14). Emocije poput sreće često su povezane s gore („biti na sedmom nebu“), dok su tuga ili depresija povezane s dolje („osjećati se potišteno“). „Takve metaforičke orijentacije nisu proizvoljne. Imaju temelj u našem fizičkom i kulturnom iskustvu. Iako su suprotnosti gore-dolje, unutra-van fizičke prirode, orijentacijske metafore temeljene na njima mogu varirati od kulture do kulture“ (Lakoff i Johnson, 1980:14).

Lakoff i Johnson za primjer orijentacijske metafore navode:

Sretno je gore; Tužno je dolje — Osjećam se dobro. To mi je podiglo raspoloženje. Raspoloženje mi se podiglo. Depresivan sam. Pala sam u depresiju.

Fizička osnova: spuštено držanje obično ide uz tugu i depresiju, uspravno držanje uz pozitivno emocijsko stanje.

Svijest je gore; nesvijest je dolje — Digni se. Probudi se. Već sam ustao. Ustaje rano ujutro. Otišao je spavati. On je pod hipnozom.

Fizička osnova: Ljudi i većina drugih sisavaca spavaju ležeći i ustaju kad se probude.

Zdravlje i život su gore; bolest i smrt su dolje (spušteni) — On je na vrhuncu zdravlja. Lazar je ustao od mrtvih. On je u top formi. Što se tiče njegovog zdravlja, on je tu daleko gore. On brzo tone. Zdravlje mu se pogoršava. Pao je mrtav.

Tjelesna osnova: Teška nas bolest tjera na fizičko ležanje. Kada ste mrtvi, fizički ste potišteni.

Imati kontrolu ili sila je gore; biti podložan kontroli ili sila je dolje — Imam kontrolu nad njom. On je u nadređenom položaju. Njegova moć je rasla. Po snazi je iznad mene. On je pod mojom kontrolom. Pao je s vlasti. Njegova moć je u opadanju.

Fizička osnova: Fizička veličina obično je u korelaciji s fizičkom snagom, a pobjednik u borbi obično je na vrhu.

Visoki status je gore; niski status je dolje — Ima visoku poziciju. Ona će se popeti do vrha. Na vrhuncu je svoje karijere. On je na dnu društvene hijerarhije. Pala je u statusu.

Društvena i fizička osnova: Status je u korelaciji s (društvenom) moći i (fizička) moć je u porastu (Lakoff i Johnson, 1980).

Orijentacijske metafore igraju ključnu ulogu u načinu na koji interpretiramo emotivna stanja, vrijeme i druge apstraktne koncepte. Kroz njihovo proučavanje možemo bolje razumjeti kako ljudski jezik i misao upotrebljavaju tjelesno iskustvo kao temelj za konceptualizaciju mnogih aspekata naših života. Ovaj pristup omogućuje da vidimo kako jezične strukture odražavaju dublje, često nesvjesne načine na koje doživljavamo svijet. Na temelju navedenih primjera o iskustvenoj utemeljenosti, koherentnosti i sustavnosti metaforičkih pojmova zaključeno je kako je većina naših temeljnih konceptata organizirana u smislu jedne ili više metafora prostorizacije te da postoji unutarnja sustavnost svake metafore specijalizacije (Lakoff i Johnson, 1980). „Metafore specijalizacije ukorijenjene su u fizičkom i kulturnom iskustvu; nisu nasumično dodijeljene. Metafora može poslužiti kao sredstvo za razumijevanje pojma samo na temelju svoje iskustvene osnove” (Lakoff i Johnson, 1980:18). U određenim situacijama, prostorna organizacija je toliko ključna za koncept da je teško zamisliti bilo koju drugu metaforu koja bi mogla na adekvatan način oblikovati taj koncept.

U našem društvu „visoki status“ je takav koncept. Drugi slučajevi, poput sreće, manje su jasni. Je li koncept sreće neovisan o metafori „sretno je gore“ ili je prostorizacija sreće gore-dolje dio koncepta? Vjerujemo kako je dio koncepta unutar danog pojmovnog sustava (Lakoff i Johnson, 1980:18).

Fizičko i kulturno iskustvo nudi brojne potencijalne temelje za metafore vezane uz prostor. Koje će od tih temelja biti izabrane i koje će dominirati varira od kulture do kulture. Također, teško je razlučiti fizičke od kulturnih temelja metafora, jer izbor specifične fizičke osnove iz mnogih dostupnih često ovisi o kulturnoj usklađenosti (Lakoff i Johnson, 1980.).

6.2. Ontološke metafore

Ontološke metafore su tip konceptualne metafore omogućuju shvaćanje širokog spektra iskustava, ideja ili osjećaja kao objekte ili supstance. Njima se prebacuju apstraktni koncepti u konkretne objekte ili entitete, čime se olakšava njihovo razumijevanje. Kroz njih, pojave poput emocija, ideja ili aktivnosti dobivaju formu entiteta ili supstanci, što je u velikoj mjeri proizvod našeg iskustva s fizičkim svijetom.

Baš kao što temeljna iskustva ljudskih prostornih orijentacija rađaju orijentacijske metafore, tako naša iskustva s fizičkim objektima (osobito vlastitim tijelima) pružaju osnovu za iznimno široku raznolikost ontoloških metafora, odnosno načina promatranja događaja, aktivnosti, emocije, ideje itd., kao entiteta i supstancija (Lakoff i Johnson, 1980:25).

Sposobnost da apstraktne pojave tretiramo kao fizičke objekte često uključuje nametanje umjetnih granica na stvari koje nisu prirodno diskretne ili omeđene. Na primjer, koncepti poput planina, uglova ulica, ili živica zahtijevaju da im nametnemo granice kako bismo ih mogli kategorizirati i upotrebljavati u svakodnevnom životu (Lakoff i Johnson, 1980). „Takvi načini promatranja fizičkih pojava potrebni su kako bi se zadovoljile određene svrhe koje imamo: lociranje planina, susreti na uglovima ulica, šišanje živice“ (Lakoff i Johnson, 1980:25). Ljudske svrhe često zahtijevaju od nas da „nametnemo umjetne granice koje fizičke pojave čine diskretnima baš kao što smo mi:

entiteti omeđeni površinom“ (Lakoff i Johnson, 1980:25). Doživljavanje apstraktnih koncepata kao opipljivih i ograničenih objekata utječe na način kojim govorimo o svijetu te kako ga percipiramo. Pokazatelj je to kako su ontološke metafore utkane u temelje našeg konceptualnog sustava. Lakoff i Johnson za primjer upotrebljavaju iskustvo rasta cijena koje se metaforički može promatrati kao cjelina kroz imenicu inflacija. (Lakoff i Johnson, 1980).

Primjeri: Inflacija je entitet — *Inflacija nam snižava životni standard. Ako bude još veća inflacija, nikada nećemo preživjeti. Moramo se boriti protiv inflacije. Inflacija nas tjera u kut* (Lakoff i Johnson, 1980). U takvim situacijama, kada inflaciju doživljavamo kao entitet, možemo je referencirati, kvantificirati, izdvojiti njezine određene aspekte, smatrati je uzrokom, djelovati u skladu s njenim učincima i možda čak vjerovati da je u potpunosti razumijemo (Lakoff i Johnson, 1980). „Ontološke metafore poput ove potrebne su čak i za pokušaj racionalnog suočavanja s našim iskustvima. Raspon ontoloških metafora koje upotrebljavamo u takve svrhe je golem“ (Lakoff i Johnson, 1980:26). Pomoću njih svakodnevno upotrebljavamo apstraktne pojmove kao da su konkretni objekti, što značajno utječe na naš jezik i način na koji organiziramo svoje misli. Također su važne u strukturiranju emocija omogućavajući izraze poput „gradimo sreću“ ili „nosimo tugu“. „Kao i u slučaju orijentacijskih metafora, većina ovih izraza ne primjećuje se kao metaforička. Jedan od razloga za to je što ontološke metafore, kao i orijentacijske metafore, služe vrlo ograničenom rasponu svrha — upućivanje, kvantificiranje, itd“ (Lakoff i Johnson, 1980:27).

Lakoff i Johnson kao primjer navode *The mind is a machine* i *The mind is a brittle object*. U prijevodu to znači: „Um je stroj“ — *Danas mi um* (u hrvatskoj kulturi se upotrebljava izraz *mozak*) *jednostavno ne radi. Danas sam malo zahrđao*. (Lakoff i Johnson, 1980). „Um je krhki predmet“ — *Slomio se na unakrsnom ispitivanju. Iskustvo ga je slomilo. Raspadam se na komade* (Lakoff i Johnson, 1980).

Za efektivno prilagođavanje i komentiranje primjera ontoloških metafora u kontekstu hrvatske kulture i jezika, može se upotrijebiti sljedeći pristup: umjesto „Um je stroj“, uporabit će se izraz „Mozak je poput stroja“ ili „Mozak kao stroj“. Izrazi ilustriraju način na koji ljudi opisuju mentalne procese uporabom industrijskih ili mehaničkih analogija, sugerirajući da mozak može „zaglaviti“, „zahrđati“ ili „prestati raditi“, slično stroju. Umjesto „Um je krhki predmet“, uporabit će se izraz „Psiha je

krhka“ ili „Mozak je lomljiv“. Takva metafora opisuje emocijsku ili mentalnu ranjivost. Primjeri poput „slomio se na unakrsnom ispitivanju“ ili „iskustvo ga je slomilo“ mogu se povezati s učestalim frazama u hrvatskom jeziku koje opisuju stres ili kolaps, pokazujući kako se psihička stabilnost može „raspasti“ pod pritiskom. Ove metafore su duboko ukorijenjene u jezik te se upotrebljavaju u svakodnevnom komuniciranju, ne samo za izražavanje kompleksnih psiholoških koncepta već i za opisivanje svakodnevnih situacija.

Kada se stroj pokvari, on jednostavno prestane funkcionirati. Kad se lomljivi predmet razbije, njegovi komadi odlete, s mogućim opasnim posljedicama. Tako, primjerice, kad netko poludi i postane divlji ili nasilan, valjalo bi reći "Pukao je". S druge strane, ako netko postane letargičan i ne može funkcionirati iz psiholoških razloga, vjerojatnije ćemo reći "slomio se" (Lakoff i Johnson, 1980:28).

Kroz proučavanje primjera ontoloških metafora, možemo bolje razumjeti kako ljudski um kategorizira i daje smisao kompleksnim konceptima, transformirajući ih u opipljivije, vizualno prepoznatljive forme koje su lakše za komuniciranje i razumijevanje. „Ontološke metafore poput navedenih toliko su prirodne i toliko prožimaju našu misao da se obično uzimaju kao očigledni, izravni opisi mentalnih fenomena“ (Lakoff i Johnson, 1980:28). Ovaj pristup ne samo da nam pomaže shvatiti kako govorimo o svijetu, već i kako ga doživljavamo i interpretiramo na temeljnoj razini.

6.3. Strukturne metafore

Strukturne metafore predstavljaju jedan od temeljnih oblika kako konceptualna metafora može utjecati na naše razumijevanje složenih sistema kroz konkretnije i poznatije strukture. Ovaj tip metafore omogućava nam da cjelovite koncepte shvatimo i opisujemo uporabom strukture drugog, često jednostavnijeg koncepta.

Strukturalne metafore omogućuju nam da učinimo puno više od pukog usmjeravanja pojmova, referiranja na njih, kvantificiranja, itd., kao što činimo s jednostavnim orijentacijskim i onto-logičkim metaforama; oni nam, osim toga,

omogućuju da upotrijebimo jedan visoko strukturiran i jasno ocrtan koncept za strukturiranje drugog (Lakoff i Johnson, 1980:61).

Na primjer, kada govorimo o „temeljima sreće“ ili „gradnji karijere“, upotrebljavamo arhitektonsku strukturu za objašnjenje apstraktnih ideja kao što su sreća i karijera. „Poput orijentacijskih i ontoloških metafora, strukturalne su metafore utemeljene na sustavnim korelacijama unutar našeg iskustva“ (Lakoff i Johnson, 1980:61). Omogućuju nam da vizualiziramo i strukturiramo naše misli o procesima i odnosima koji su u suštini neopipljivi.

Koncepti koji upravljaju našim mislima upravljaju i našom svakodnevicom, načinom na koji smo povezani s drugim ljudima, kako se snalazimo u svijetu. Budući da se komunikacija temelji na istom konceptualnom sustavu koji upotrebljavamo za razmišljanje i djelovanje, jezik je važan izvor dokaza kakav sustav uistinu jest (Čazmar, 2016:28).

Uporaba strukturalnih metafora nije ograničeno samo na pozitivne kontekste već pomažu u razumijevanju konflikata i problema. Kao primjer prikaza metaforičnosti koncepta koji strukturira svakodnevicu Lakoff i Johnson navode *Argument is war* (Svađa je rat):

Your claims are indefensible. (Tvoje tvrdnje su neobranjive.)

I've never won an argument with him. (Nikad nisam dobio raspravu s njim.)

You disagree? Okay, shoot! (Ne slažeš se? U redu, pucaj!)

If you use that strategy, he'll wipe you out. (Ako upotrijebiš tu strategiju, on će te uništiti.) (Lakoff i Johnson 1980).

„Ova metafora omogućuje nam da konceptualiziramo što je racionalni argument u smislu nečega što lakše razumijemo, naime fizičkog sukoba“ (Lakoff i Johnson, 1980:61). Zbog toga smo kao društvo razvili koncept verbalnih rasprava. Često upotrebljavamo argumente kako bismo postigli svoje ciljeve, koji ponekad mogu eskalirati u fizičke sukobe. Verbalne konfrontacije percipiramo na sličan način kao i stvarne fizičke sukobe. „U raspravi bez ograničenja, napadate, branite se, protunapadate itd., upotrebljavajući bilo koja verbalna sredstva koja imate na raspolaganju —

zastašivanje, prijetnju, pozivanje na autoritet, vrijeđanje, omalovažavanje, osporavanje autoriteta, izbjegavanje problema, dobivanje barata, laskajući, pa čak i pokušavajući dati 'racionalne razloge'“ (Lakoff i Johnson, 1980:62).

Uporaba ovih raznolikih taktika u raspravama ilustrira kako naš jezik reflektira dublje konceptualne strukture koje oblikuju naše komunikacijske strategije. Ovo nas dovodi do važne distinkcije između načina na koji verbalno izražavamo metafore i temeljnih konceptualnih metafora koje strukturiraju naše razmišljanje i razumijevanje svijeta. „Potrebno je razlikovati metaforični jezični izraz (engl. metaphorical linguistic expression) od konceptualne metafore (engl. conceptual metaphor). Konceptualna se metafora sastoji od dviju konceptualnih domena, od kojih se jedna konceptualna domena razumijeva s pomoću druge“ (Čazmar, 2016:29). U razmatranju strukturnih metafora, ključni koncept koji upotrebljavamo za razumijevanje ciljne domene je izvorna domena, proces koji se odvija putem preslikavanja, tj. mapiranja iz izvorne domene u ciljnu domenu. Kako Lakoff navodi, „izvornom domenom razumijevamo ciljnu domenu i to preslikavanjem iz izvorne domene na ciljnu domenu“ (Lakoff, 1993:207).

Preslikavanje nije proizvoljno, već se temelji na konceptualnim podudarnostima između dviju domena. „Preslikavanja su konceptualne podudarnosti između izvorne i ciljne domene u smislu da sastavni konceptualni elementi B (ciljne domene), odgovaraju sastavnim elementima A (izvorne domene)“ (Kövecses 2002:6). Primjer koji jasno ilustrira ovaj koncept je metafora *Ljubav je putovanje*. Izvornoj domeni konceptualne metafore pripadaju elementi „putovanja“, dok ciljnoj domeni pripadaju aspekti „ljubavi“. Kako Čazmar ističe, entiteti u domeni ljubavi, kao što su ljubavnici, zajednički ciljevi, i poteškoće, sustavno odgovaraju entitetima u domeni putovanja, kao što su putnici, vozila, i odredišta.

„Postoje ontološke podudarnosti prema kojima entiteti u domeni ljubavi (ljubavnici, zajednički ciljevi, poteškoće itd.) sustavno odgovaraju entitetima u domeni putovanja (putnici, vozila, odredišta itd.)“ (Lakoff, 1993:207). Takve podudarnosti omogućavaju nam da koncept ljubavi razumijemo pomoću znanja o putovanjima. Lakoff također razlikuje dva tipa preslikavanja, ontološka i epistemička (Lakoff 1987:386–388). „Ontološka preslikavanja su preslikavanja između entiteta u izvornoj domeni i odgovarajućih entiteta u ciljnoj domeni. Epistemička preslikavanja su

preslikavanja između znanja o izvornoj domeni i odgovarajućih znanja o ciljnoj domeni“ (Čazmar, 2016:29). Lakoff navodi primjer: *Ljutnja je topla tekućina u spremniku* (Lakoff, 1993.)

Ontološka preslikavanja za navedenu konceptualnu metaforu su sljedeća: spremnik je tijelo, topla tekućina je ljutnja, pritisak u spremniku je unutarnji pritisak u tijelu, uzburkanost tekućine i spremnika je fizička uzrujanost itd.; epistemička preslikavanja su sljedeća: izvor: uzrok vrućine tekućine je toplina spremnika, unutarnjeg pritiska i uzburkanosti. Cilj: posljedica snažne ljutnje je tjelesna toplina/vrućina, unutarnji pritisak i uzrujanost (Čazmar, 2016:29).

Lakoff i Turner na primjeru konceptualne metafore *Život je putovanje* objašnjavaju da je snaga metafore u njezinoj mogućnosti stvaranja strukture u našem razumijevanju života (Lakoff i Turner, 1989:62). „Život nije potrebno gledati kao putovanje. Takvo strukturiranje razumijevanja života proizlazi iz strukture našeg znanja o putovanjima“ (Čazmar, 2016:30).

Strukturne metafore ključne su za način na koji konceptualiziramo i navigiramo kroz naš svijet. Omogućavajući nam da različite i često apstraktne ideje shvatimo kroz konkretne i poznate strukture, strukturne metafore igraju vitalnu ulogu u oblikovanju našeg svakodnevnog razmišljanja i odlučivanja. Kroz preslikavanje iz izvornih u ciljne domene, one omogućuju dublje razumijevanje i interpretaciju naših iskustava i osjećaja.

7. Konceptualne metafore i emocije

Razumijevanje veze između konceptualnih metafora i emocija ključno je za dublje shvaćanje kako ljudi doživljavaju i komuniciraju svoje emocionalno stanje. U svakodnevnoj komunikaciji često se služimo konceptualnim metaforama kako bismo artikulirali emocije ili doživljaje. Izraz poput „bio sam u sedmom nebu“ obogaćuje jezik i omogućuje dublje međuljudsko povezivanje kroz zajedničko iskustvo života. Upotreba ovakvih metafora u opisivanju emocija omogućava nam da sugovorniku jasnije dočaramo naše osjećaje, upotrebljavajući izraze koji su vjerojatno bliski i razumljivi i drugoj osobi. Tako konceptualne metafore služe kao most koji prenosi subjektivne doživljaje u emocijske konceptualne metafore omogućavaju nam da emocije opisujemo kroz fizičke izraze i senzacije, što je vidljivo u svakodnevnom jeziku.

Izrazi kao što su „toplina ljubavi“ ili „hladnoća odbacivanja“ pokazuju kako se ljubav može doživjeti kao fizička toplina, a odbacivanje kao osjećaj hladnoće te su dio našeg konceptualnog sustava i odražavaju stvarna fiziološka iskustva. „Doslovni opis emocije teško može sam po sebi izraziti subjektivnu kvalitetu emocija, ali metafore to mogu“ (Piskač i Marinčić, 2024:117). Emocije je često teško artikulirati zbog njihove inherentno subjektivne prirode. Konceptualne metafore omogućuju nam da prenesemo dubinu i nijanse tih osobnih iskustava. Jedan od ključnih izazova u razumijevanju emocija unutar diskursa je njihova neopipljivost. Lakoff i Johnson ističu da ne postoji izravna konceptualna struktura koja proizlazi iz našeg emocionalnog funkcioniranja, što znači da emocijama moramo pristupiti indirektno (Piskač i Marinčić, 2024). „Emocija sreće može biti prikazana senzorno-motoričkim iskustvom kao što je *uspravno držanje* zato što to omogućava temeljni metaforički koncept da je „sretno prema *gore*“ (primjerice: sretan je zato što se *nalazi na vrhuncu svoje karijere*)“ (Piskač i Marinčić, 2024:117). Ovakve metafore omogućuju nam da bolje razumijemo i opisujemo naše emocije te da ih integriramo s drugim konceptima poput zdravlja i bogatstva, što može obogatiti naše razumijevanje kako emocionalno stanje utječe na opće blagostanje (Piskač i Marinčić, 2024).

Sposobnost jezika da se prilagodi i evoluirala s razumijevanjem ljudskih osjećaja ukazuje na dinamičnu prirodu konceptualnih metafora. Neprestano se razvijaju i prilagođavaju kako bi odgovarale novim emotivnim iskustvima i društvenim kontekstima, čime se omogućuje da jezik ostane relevantan alat za izražavanje čak i

najfinijih nijansi naših emocionalnih stanja. Fleksibilnost jezika potvrđuje da su metafore više od pukih retoričkih sredstava; one su temeljni dio kako percipiramo i interpretiramo svijet oko sebe. Iako nekada imamo izravne emocijske metafore pomoću kojih je odmah vidljivo o kojoj emociji govorimo, ipak je češće da ne možemo izravno zaključiti emocije u metaforama, već do njih dolazimo pomoću konkretnijih koncepata koji su jasnije i nedvosmislenije ocrtni u našem životnom iskustvu, odnosno preko tjelesnih osjeta i odnosa tijela prema okolini (Piskač i Marinčić, 2024).

U svojem radu na temu emocijskih metafora, mađarski lingvist Zoltán Kövecses ističe kako emocije često imaju metaforičku strukturu, što omogućava dublje razumijevanje složenih emocionalnih stanja. Ova ideja, kako Kövecses sugerira, proizlazi iz radova Georgea Lakoffa i Marka Johnsona, koji tvrde da metafore nisu samo jezična sredstva izbora, već su zapravo temeljne strukture našeg (nesvjesnog) razmišljanja, koje koristimo kako bismo pojednostavili i shvatili složenije pojmove i osjećaje (Piskač i Marinčić, 2024).

Metafore se ne upotrebljavaju isključivo u umjetnosti; one su sveprisutne u našem svakodnevnom govoru i igraju ključnu ulogu u strukturiranju našeg razumijevanja svijeta. Ove konceptualne metafore prožimaju našu svakodnevnu komunikaciju baš kao što emocije prožimaju naš život, što ukazuje na njihovu fundamentalnu važnost u oblikovanju našeg konceptualnog sustava i interakcije s okolinom (Piskač i Marinčić, 2024). Ovaj uvid doprinosi boljem razumijevanju kako ljudi upotrebljavaju jezik da interpretiraju i komuniciraju emocionalne doživljaje. Razumijevanje metafora u kontekstu emocija pomaže nam u analizi književnih djela ili javnog diskursa, ali i u svakodnevnoj interpersonalnoj komunikaciji, omogućavajući da preciznije izrazimo svoje osjećaje i bolje razumijemo emocije drugih.

Bitno je istaknuti kako Kövecses revidira neke svoje ranije navode o odnosu emocija i metafora te kaže kako izvori domena koji su namijenjeni isključivo za konceptualizaciju domene emocija kao takvi ne postoje pa tako ne postoje niti metafore koje se rabe isključivo i samo za emocije zato što izgrađujemo apstraktnu domenu iz "konceptualnih materijala" koje upotrebljavamo i u drugim dijelovima našeg konceptualnog sustava, ali ostaje pri tvrdnji da su neki izvori domena pogodni za izražavanje emocija koje proizlaze iz utjelovljenih iskustava (Kövecses, 2000). Ovaj pristup pojašnjava zašto se emocije često prikazuju kroz domene koje imaju čvrste

biološke i fiziološke temelje. Procesi koji se odvijaju u ljudskom tijelu i interakcija tijela s vanjskim svijetom, pružaju bogat izvor metafora koje mogu efikasno izraziti kako doživljavamo i procesuiramo emocionalna stanja. Takva tjelesna i utjelovljena iskustva omogućuju nam da naša osjećanja predočimo na način koji je intuitivno razumljiv, ne samo na individualnoj, već i na široj kulturnoj razini. „To je ujedno i jedan od glavnih razloga zašto se ljudske emocije u mnogim kulturama prikazuju domenama biološko-fiziološke osnove, procesima u ljudskom tijelu te tijelu koje je u interakciji s vanjskim svijetom“ (Piskač i Marinčić, 2024:118).

Sposobnost jezika da prenese duboke i složene emocije kroz relativno jednostavne izraze odražava moć konceptualnih metafora u našoj svakodnevnoj komunikaciji. Omogućuju nam da na intuitivan način dočaramo osjećaje koje bismo inače teško opisali. Kroz metafore, emocije postaju vidljive i opipljive, čime se olakšava empatijsko povezivanje s drugima. Takav proces je lingvistička vještina i temeljna ljudska potreba za dijeljenjem i razumijevanjem unutarnjih doživljaja. Upravo ta sposobnost da prenesemo bit naših osjećaja kroz jezik čini konceptualne metafore ključnim alatom u izgradnji međuljudskih odnosa i održavanju socijalne kohezije. Iz iskustvene perspektive, metafora je stvar imaginarne racionalnosti (Lakoff i Johnson, 1980). Njezina uporaba omogućuje razumijevanje jednog iskustva u smislu drugog, a sposobnost nije ograničena samo na vizualne ili auditivne senzacije, već se proširuje i na ostala osjetila, uključujući i olfaktorna. Primjerice, miris može poslužiti kao snažan nositelj metaforičkog značenja.

Kada kažemo da „nešto smrdi“, često ne mislimo doslovno na neugodan miris, već upotrebljavamo ovu frazu za izražavanje sumnje ili neodobravanja prema situaciji ili ideji. Upućuje na to kako miris, premda osnovno fiziološko iskustvo, u metaforičkom smislu prenosi mnogo dublje konceptualne i emocionalne odnose. S druge strane, pozitivne asocijacije s mirisima također igraju važnu ulogu u oblikovanju našeg iskustva i percepcije. Na primjer, izraz „miris svježine“ može evocirati osjećaj novog početka ili čistoće. Upravo sposobnost prenošenja složenih i apstraktnih ideja kroz konkretne osjetilne doživljaje čini metafore nezamjenjivim u načinu na koji interpretiramo svijet oko sebe. Omogućuju bogatiji, višedimenzionalni pristup razumijevanju naše stvarnosti, gdje se osjetila poput vida, sluha, dodira, ukusa i mirisa međusobno povezuju, stvarajući složene mreže značenja.

Prema tome, *konceptualna struktura nije samo stvar intelekta – ona uključuje sve prirodne dimenzije našeg iskustva, uključujući sve aspekte naših tjelesnih osjeta: boju, oblik, teksturu, zvuk itd. Ove dimenzije strukturiraju ne samo svjetovno iskustvo, već i ono estetsko. Stoga estetsko iskustvo nije ograničeno samo na službeni svijet umjetnosti, nego se može pojaviti u bilo kojem aspektu našeg svakodnevnog života - kad god zabilježimo ili stvorimo za sebe nove koherentnosti koje nisu dio našeg konvencionalnog načina percepcije ili mišljenja* (Piskač i Marinčić, 2024: 114).

7.1. Upitnost postojanja emocijskih metafora

Emocije su neopipljive i teško ih je opisati riječima bez prikaza fizičkog iskustva. Određene emocije nemoguće je fizički pokazati ili čak opisati riječima. Metafore omogućuju emocionalnu ekspresivnost koja nadilazi granice doslovnog jezika, nudeći način da se izraze složeni i suptilni emocionalni tonovi koje čiste i jednostavne riječi ne mogu uvijek adekvatno prenijeti. Na primjer, kada kažemo „srce mi je potonulo“, upotrebljavamo sliku potonuća kako bismo opisali osjećaj iznenadne tuge ili razočaranja i zato ova metafora ilustrira kako fizička senzacija težine može poslužiti kao sredstvo za opisivanje emocijskog pada. Pitanje postojanja emocijskih metafora unutar kognitivne lingvistike predstavlja značajnu temu debate. Dok neki zagovaraju ideju da su emocijske metafore stvarne i da igraju ključnu ulogu u načinu na koji interpretiramo i izražavamo naše emocije, drugi ističu nedostatak konkretnih empirijskih dokaza koji bi podržali njihovu distinktivnu kategorizaciju.

Argumenti za postojanje emocijskih metafora temelje se na opažanju da ljudi upotrebljavaju fizičke iskustvene domene kako bi opisali i obradili svoje emocionalne doživljaje. „Metafore koje proizlaze iz tjelesnih iskustava te odnosa tijela prema okolini mogu izražavati različite koncepte, ali kako u sebi sadrže vrlo jasnu mogućnost izražavanja emocija, emocije ćemo najčešće izražavati upravo takvim, uvjetno budi rečeno, „emocijskim“ metaforama“ (Piskač i Marinčić, 2024:119). Emocijske metafore, upotrebljavajući tjelesne senzacije kao što su toplina, hladnoća, težina ili lakoća, omogućuju ljudima da svoja emocionalna stanja prenesu na konkretan i vizualno razumljiv način. Ovo pomaže u komunikaciji osjećaja koji mogu biti suptilni i teško artikulirani te omogućava emocionalnu povezanost među ljudima, pružajući zajednički jezični okvir koji može premostiti osobne iskustvene razlike. Primjena ovakvih

metafora u svakodnevnom jeziku nije slučajna; ona odražava ukorijenjenu ljudsku tendenciju da misli i osjeća kroz tjelesno iskustvo. Kada kažemo da nas je neka situacija „ohladila“ ili da smo od nečega „dobili trnce“, upotrebljavamo tjelesne senzacije da opišemo svoje emocije. Takvi izrazi odnosno metafore reflektiraju stvarne fiziološke reakcije koje su povezane s našim emocionalnim stanjem.

Piskač i Marinčić navode kako Kövecses zaključuje da „čiste“ *emocijske metafore* koje služe *samo i jedino* izražavanju emocija još uvijek ne možemo razlučiti od ostalih koncepata koje mogu aktualizirati pa ako netko postavi pitanje postoje li emocijske metafore, a odgovor mora biti „da“ ili „ne“, Kövecses navodi da bi izabrao „ne“ (Piskač i Marinčić, 2024: 115). No, Kövecses kasnije kaže da ukoliko želimo prikazati emocije, neki izvori emocija čini se da su specifični kako za određene pojmove emocija, tako i za domenu emocija i takve metafore možemo nazvati *emocijskim metaforama*, ali zasad i isključivo kao *terminus technicus* u terapijskom čitanju (Piskač i Marinčić, 2024). Tako Piskač i Marinčić u svome radu sintagmu *emocijska metafora* rabe kao oznaka za *metafore kojima možemo izraziti emocije* isključivo i samo u domeni terapijskog čitanja, za sada. Razumijevanje i uporaba emocijskih metafora odražava kako jezična izražavanja igraju neodvojivu ulogu u formiranju našeg emocionalnog i kognitivnog iskustva.

*Zanimljivo je da se taj termin široko rabi u različitoj stručnoj i znanstvenoj literaturi različitih znanosti pa se čak može i klasificirati kako to navodi članak *Conceptual metaphor related to emotion* (Agus 2013: 205) koji kaže da ima osam razina ekspresije emocija putem emocijskih metafora. Drugi pak članak *Emotion Metaphors and Cross-Linguistic Conceptualization of Emotions* Valentina Apresjan navodi kako je termin *emocijska metafora* opravdan zato što se takva vrsta metafora u različitim jezicima može razlikovati od drugih metafora jer imaju istu osnovnu strukturu: uspoređuju određeno psihološko stanje (osjećaj) s određenim fiziološkim stanjem (senzacijom) ili s drugim materijalnim fenomenom* (Piskač i Marinčić, 2024:120).

Takav uvid ukazuje na iznimno važan aspekt emocijskih metafora, a to je njihova sposobnost da premošćuju razlike između jezičnih i kulturalnih granica nudeći univerzalni okvir za razumijevanje emocionalnih stanja. Uporaba iste strukture metafore

u različitim jezicima svjedoči o fundamentalnoj ljudskoj tendenciji da iskustvo emocija tumači kroz tjelesne senzacije. Može se zaključiti da određene emocije jednostavno ne možemo izraziti drugačije osim kroz metafore koje vizualno i iskustveno dočaravaju naše osjećaje, omogućavajući nam da ih jasno prenesemo drugima. Ali znači li to da se tu radi o emocijskim metaforama? Pitanje je na koje se tek treba odgovoriti. Daljnje proučavanje kako ljudi upotrebljavaju emocijske metafore može pružiti uvid u univerzalne načine na koje ljudska bića doživljavaju i iskazuju svoje emocije. To obogaćuje razumijevanje ljudske psihologije i ističe kako jezik može služiti kao sredstvo za istraživanje dubokih emocionalnih struktura unutar kulture. Takve spoznaje otvaraju nove mogućnosti za terapijske pristupe u psihologiji kao i za dublje razumijevanje međuljudskih odnosa i kulturalnih iskaza emocija.

8. Olfaktivne metafore u konceptualizaciji emocija

Ukoliko se složimo s teorijskom (i već značajno istraženom te potvrđenom u praksi) pretpostavkom da metafore i metonimije mogu iskazivati emocije, pokušat će se objasniti na koji način one konkretno nastaju i djeluju. Usredotočit ćemo se, iz praktičnih razloga, na njihove olfaktivne karakteristike. Stoga, ono što vrijedi za osjet mirisa, trebalo bi vrijediti i za ostale osjete. Drugim riječima, putanja kojom olfaktivne metafore i metonimije evociraju emocije, vrlo se vjerojatno na sličan način može primijeniti i na ostale osjete.

Naime, sposobnost mirisa da izazove snažne emocionalne reakcije duboko je ukorijenjena u ljudskoj psihi, a njihova povezanost s konceptualnim sustavom često se manifestira kroz jezične metafore. Olfaktivne metafore nude poseban način uvida u naše emocionalne reakcije, budući da mirisi imaju izravan pristup emocionalnom centru mozga, što može izazvati brze i intenzivne odgovore. Evolucijski gledano, sposobnost detektiranja i interpretiranja mirisa bila je vitalna za preživljavanje naših predaka. Mirisi su služili kao signalizatori potencijalnih opasnosti poput predatora ili pokvarene hrane, ali i kao sredstvo privlačenja partnera kroz feromone, koje su posebno važne u životinjskom i ljudskom ponašanju. Primarna funkcija mirisa u preživljavanju omogućila je razvoj sofisticiranih olfaktornih sposobnosti koje su usko povezane s emocionalnim procesima. Mirisi izazivaju brze i često intenzivne emocionalne reakcije prije nego što postanemo svjesni samog mirisa. Zbog te izravne i snažne povezanosti mirisa s emocionalnim centrima, ljudi često doživljavaju snažne emocionalne epizode kada osjete miris koji ih podsjeća na određene događaje ili periode u njihovim životima. Na primjer, miris svježeg pečenog kruha može nekoga vratiti u djetinjstvo kod bake, dok miris bolničkog dezinficijensa može izazvati osjećaj tjeskobe ili straha.

Piskač i Marinčić navode kako se ljudske emocije u mnogim kulturama prikazuju domenama biološko-fiziološke osnove odnosno procesima u ljudskom tijelu te tijelu koje je u interakciji s vanjskim svijetom (Piskač i Marinčić, 2024:115). Direktna veza između mirisa i emocionalnog doživljaja omogućuje da se emocije učinkovito prenose i osjećaju kroz specifične mirise.² Ne samo da pomoću mirisa „osjetimo”

² Emocionalna moć mirisa također ima praktične primjene u terapijskim kontekstima, poput aromaterapije, gdje se specifični mirisi upotrebljavaju za evociranje smirenosti ili smanjenje stresa. Razumijevanje mehanizama iza emocionalnog odgovora na mirise može pružiti dublje uvide u naš emocionalni i kognitivni razvoj.

emocije koje bi inače bile neizrecive, već nam i pomažu da te emocije učinimo dijelom zajedničkog iskustva. Upravo ova sposobnost mirisa da premoste osobno i općenito, čini ih idealnim alatom za izražavanje dubokih emotivnih slojeva kroz jezik. Kövecses ističe kako je metaforički jezik neodvojiv od fizičkih i senzornih iskustava koja oblikuju našu svakodnevnu stvarnost. Naglasak na senzomotornom iskustvu kao temelju za metaforičko razmišljanje omogućava dublje razumijevanje kako tijelo i um zajednički sudjeluju u konstruiranju značenja.

Perspektiva podržava ideju da su naši fizički osjeti i akcije izravno povezani s načinima na koje konceptualiziramo i verbaliziramo naša iskustva. Također, pojašnjava zašto mirisi mogu biti tako snažni u evociranju emocionalnih odgovora jer se olfaktivna iskustva direktno i intuitivno povezuju s emocionalnim stanjima. Prema Kövecsesu, metaforički jezik i misao proizlaze iz osnovnog tjelesnog (senzomotornog) iskustva ljudskih bića, što ukazuje na to da je naše tjelesno iskustvo ključno u oblikovanju kako doživljavamo i artikuliramo emocionalne reakcije. Povezanost između tjelesnih osjeta i jezičnog izraza čini osnovu za razumijevanje kako se emocije, poput onih evociranih mirisima, mogu efikasno prenijeti i doživjeti kroz metaforički jezik. Olfaktivne metafore ili metafore koje upotrebljavaju mirisne koncepte za izražavanje emocionalnih stanja, predmet su ovog poglavlja, gdje istražujemo kako one oblikuju naša emocionalna iskustva i konceptualizacije.

Mirisi imaju jedinstvenu moć u evociranju sjećanja i emocija. Često su mirisi ti koji nas neosviješteno vraćaju u prošlost, budeći uspomene koje su čvrsto vezane za emotivne doživljaje. Proust se bavio emocijama i povezanosti s mirisima kada je govorio o kolačiću madelaine. On upotrebljava kompleksne jezične figure za istraživanje kako osjetilni doživljaji, poput okusa i mirisa kolačića madelaine, mogu izazvati snažne emocionalne reakcije i nehodična sjećanja. Često ljudi ne pamte svaki detalj određenog događaja, ali jako dobro pamte emociju. Proust objašnjava da se izražavanje emocija kroz običan jezik može pokazati teškim jer nedostaje jasna konceptualna struktura za prikazivanje takvih doživljaja.

Proust govori o vrsti i intenzitetu doživljaja čitanja rabeći vrlo složene metafore, primjerice sintagma „što je za čitanja neprestano odašiljalo impulse iznutra prema van“ može označavati eksternalizaciju: emocija kao „impuls“ koji iz psihe „iznutra“

biva eksternalizirana „van“. To je i razumljivo zato što doživljaj neke emocije zaista teško možemo prikazati uporabom običnoga jezika, izravno, zato što jednostavno ne postoji definirana konceptualna struktura za prikazivanje doživljaja emocija (Lakoff i Johnson, 1980:58).

Te metafore treba shvatiti krećući od izvornog iskustva koje je izazvalo emociju sve do same metafore koja to iskustvo opisuje. Najbliže ih možemo primaknuti doživljaju rabeći metafore zato što one mogu putem osjeta konceptualizirati naše emocije uz pomoć koncepta odnosa tijela prema svojoj okolini (Lakoff i Johnson, 1980:59). Kroz sinesteziju i metaforu osjetila se mogu povezati s emocijama, pružajući tako dublji uvid u složenost ljudskih osjećaja i način na koji ih jezik može oživjeti i prenijeti. Primjera radi, nehотиčno sjećanje koje je potaknuo okus kolačića madelaine se izražava sintagmom: „sve je to izašlo iz moje šalice čaja“ (Proust, 2004, str. 47).

...sve cvijeće iz našeg vrta i iz Svannova perivoja, svi lopoči s rijeke Vivonne i oni dobri ljudi sa sela, njihovi mali domovi, i crkva, i sav Combray s okolicom, sve što ima svoj određeni oblik i čvrstoću, i grad i vrtovi, sve je to izašlo iz moje šalice čaja.

Ova metaforička personifikacija doživljaja (sve je to) prikazuje kako iz osjeta (okus šalice čaja) izlazi nešto živo, što jasno ukazuje na upotrebu metafore jer u stvarnom životu ništa živo ne može proizaći iz samog okusa. Prema tome, mirisi su idealni za upotrebu u konceptualnim metaforama koje izražavaju složena emocionalna stanja.

U kognitivnoj lingvistici, George Lakoff i Mark Johnson razvili su teoriju konceptualnih metafora, koja sugerira da ljudi razumiju složene ili apstraktne koncepte u smislu jednostavnijih i konkretnijih iskustava. Primjerice, metafora „zaglaviti u blatu“ konceptualizira osjećaj frustracije kroz iskustvo fizičkog zaglavlivanja, što može izazvati slične emocionalne reakcije kao pravo iskustvo. Na sličan način, olfaktivne metafore upotrebljavaju mirise da bi prenijele emocionalne kvalitete koje je ponekad teško artikulirati riječima. Primjeri olfaktivnih metafora u jeziku mogu uključivati izraze poput „miris uspjeha“ ili „smrad nepravde“. Ovi izrazi konceptualiziraju apstraktne ideje (uspjeh, nepravda) kroz osjetilno iskustvo mirisa. „Miris uspjeha“ može

evocirati osjećaj sreće i osobnog zadovoljstva, implicirajući da je uspjeh nešto čemu se teži i što zadovoljava. Suprotno tome, „smrad nepravde“ može izazvati osjećaj truleži i neugodnosti, što sugerira da je nepravda nešto što je inherentno pogrešno i neprihvatljivo.

„Osnovna se struktura gotovo svakoga književnoga djela temelji na emocionalnoj metafori pa vjerojatno ne postoji ni jedna emocija koja nije prikazana metaforom, bilo u stvarnom ili u fikcionalnom svijetu” (Piskač i Marinčić, 2024:105). Činjenice da svako književno djelo sadrži emocijske metafore pokazuje koliko je metafora snažno sredstvo za prenošenje emocionalnih iskustava u književnosti. Ova tvrdnja podcrtava kako se kompleksne i često neizrecive emocije mogu izraziti kroz povezivanje s poznatim senzornim iskustvima. U kontekstu mirisa, ova ideja dobiva dodatnu dubinu jer mirisi, kao moćni nositelji emocija, mogu poslužiti kao izuzetno efektivne metafore u književnosti i svakodnevnom govoru. Na primjer, kada pisac upotrebljava opis mirisa morske soli kako bi izrazio osjećaj slobode ili nostalgичnu žudnju za djetinjstvom provedenim na obali, upotrebljava olfaktivnu metaforu za prenošenje duboko emocionalnog iskustva. Također, miris pečenja koji se širi kućom može evocirati osjećaje topline i sigurnosti, služeći kao metafora za obiteljsku ljubav i povezanost. Ove olfaktivne metafore djeluju zato što mirisi mogu izazvati izravne i intenzivne emocionalne reakcije, što ih čini snažnim alatom za stvaranje emocionalnog pejzaža u književnosti.

Kao što je navedeno, „osnovna se struktura gotovo svakoga književnoga djela temelji na emocijskoj metafori pa vjerojatno ne postoji ni jedna emocija koja nije prikazana metaforom, bilo u stvarnom ili u fikcionalnom svijetu“ (Piskač i Marinčić, 2024:105). Razumijevanje ovog aspekta omogućuje bolje razumijevanje piščeve uporabe mirisnih opisa za izražavanje i evociranje specifičnih emocionalnih stanja, čime se obogaćuje čitateljevo iskustvo i stvara dublji emocionalni odjek djela. Osim toga, olfaktivne metafore često igraju ključnu ulogu u stvaranju atmosfere i postavljanju tonova u narativima, što dodatno pojačava emocionalni doživljaj. Upotreba mirisa jasmína u opisu romantične scene izaziva osjećaje ljubavi i nježnosti kod čitatelja te vizualno pojačava scenu, pružajući joj autentičnost i bogatstvo koje dopire izvan granica direktnog opisa. Kroz proučavanje kako mirisi djeluju u konceptualnim metaforama, dobivamo uvid u to kako naš mozak povezuje fizičke senzacije s emocionalnim

stanjima. To ne samo da nam pomaže razumjeti složenost naših emocionalnih reakcija, već nas i uči o univerzalnosti određenih iskustava, dijeleći s nama zajednički jezični i emotivni kod.

Sve to ilustrira moć jezika i njegovu sposobnost da oblikuje naše percepcije i iskustva, pružajući nam ključ za bolje razumijevanje ljudske prirode i međuljudskih odnosa. Dublje razumijevanje olfaktivnih metafora može proširiti naše znanje o tome kako jezik utječe na emocionalno iskustvo i kako se emocionalne informacije prenose kroz generacije. Važno je naglasiti da percepcija mirisa nije univerzalna; ona može biti izrazito subjektivna. Genetske razlike među pojedincima značajno utječu na to kako percipiramo mirise. Osobna iskustva igraju ključnu ulogu u formiranju naših odgovora na mirise. Događaji koji su nas emocionalno obilježili mogu promijeniti način na koji interpretiramo i reagiramo na određene mirise u budućnosti. U konačnici, olfaktivne metafore nisu samo stilski izbori ili retorički ukrasi, već ključni elementi u našem konceptualnom razumijevanju koji omogućuju bogatije i intuitivnije shvaćanje emocionalnog svijeta. Jezik, a posebno olfaktivne metafore, oblikuje naše emocionalno iskustvo, pružajući novi uvid u složene načine na koje ljudi komuniciraju i doživljavaju svoje emocije.

9. Istraživanje

Nakon teorijske analize olfaktivnih konceptualnih metafora i njihove uloge u konceptualizaciji emocija, rad prelazi na istraživački dio koji ima za cilj empirijski ispitati kako određeni mirisi utječu na emocionalne doživljaje ispitanika. Istraživanje o ulozi mirisa u konceptualnim metaforama pruža zanimljiv uvid. Primjerice, percepcija mirisa kave može evocirati osjećaj ugone zbog povezanosti s pozitivnim iskustvima poput jutarnjeg rituala ili druženja. Ta asocijacija pokazuje kako mirisni doživljaji mogu biti integrirani u naše emocionalno iskustvo i kako se mogu metaforički upotrebljavati za opisivanje emocionalnih stanja. Različite reakcije na mirise, koje mogu varirati od osobe do osobe, ilustriraju kako individualna iskustva i kulturni konteksti utječu na to kako metafore oblikuju naš emocionalni svijet. Ova analiza pomaže u ilustraciji šireg fenomena, iako je ideja emocijskih metafora još uvijek predmet rasprave, primjena konceptualnih metafora u interpretaciji emocija nesumnjivo pruža vrijedne uvide u međusobnu povezanost našeg fizičkog i emocionalnog iskustva. Stoga, unatoč nedostatku konsenzusa, istraživanje ove teme ostaje važno za dublje razumijevanje kako jezik i iskustvo oblikuju naše emocionalne svjetove.

Istraživački dio temelji se na kvalitativnoj metodologiji, konkretnije na intervjuima, kako bi se istražila povezanost između olfaktivnih konceptualnih metafora i emocionalnih doživljaja. Cilj ovog istraživanja je dublje razumjeti kako mirisi evociraju emocije te kako se olfaktivne metafore upotrebljavaju u jezičnom izražavanju tih emocija.

Kroz seriju strukturiranih intervju s deset ispitanika, istražilo se sljedeće:

1. Kako su pojedini mirisi evocirali specifične emocionalne reakcije?
2. Koje su emocije ispitanici povezali s određenim mirisima i kako su to artikulirali?
3. Kakav je utjecaj kulturalnih i osobnih iskustava na percepciju i opis mirisa?

Intervjui su se proveli s ciljem detaljnog istraživanja kako pojedinci doživljavaju i interpretiraju mirise u kontekstu emocijskih metafora. Svaki intervju se temeljio na opisima i reakcijama ispitanika na unaprijed odabrane olfaktivne konceptualne metafore te se analiziralo kako su ti doživljaji utjecali na emocionalni jezik ispitanika. Ovaj pristup omogućio je da iz prve ruke dobijemo uvid u kompleksnu interakciju između mirisa i emocionalnih stanja, što je ključno za razumijevanje kako olfaktivne metafore oblikuju emocionalnu komunikaciju.

Rezultati dobiveni iz ovih intervjua omogućili su bolje razumijevanje mehanizama preko kojih mirisi utječu na emocionalno stanje i kako se ti doživljaji upotrebljavaju ili opisuju u svakodnevnom govoru. Također, ovaj istraživački pristup pružio je temeljne uvide koji bi mogli koristiti za daljnja teorijska istraživanja i praktične primjene u području kognitivne lingvistike.

9.1. Metodologija istraživanja

Za potrebe ovog istraživanja odabrano je 10 sudionika, ravnomjerno podijeljenih po spolu (5 ženskih i 5 muških osoba), u dobi od 18 do 60 godina. Ispitanici su odabrani tako da predstavljaju različite demografske profile unutar navedene dobi, a kriteriji za odabir uključivali su raznolikost spola, životne dobi i obrazovanja. Cilj ove heterogene skupine je osigurati širok spektar percepcija i emocionalnih reakcija na olfaktivne metafore. Svaki potencijalni sudionik informiran je o prirodi istraživanja i uvjetima sudjelovanja, s posebnim naglaskom na volonterskoj osnovi i anonimnosti.

9.2. Struktura istraživanja

Intervjui su provedeni individualno u kontroliranom okruženju kako bi se spriječio vanjski utjecaj na odgovore ispitanika. Tijekom intervjua ispitanicima su prezentirane različite olfaktivne metafore, a oni su zamoljeni da opišu svoje emocije i senzacije koje te metafore izazivaju. Intervjui su snimani audio uređajem, a dodatno su zabilježene i sve fizičke reakcije kao što su grimase i geste kako bi se dobila što potpunija slika emotivnih reakcija. Sve će biti vođeno na način da se potiče slobodna i detaljna artikulacija emotivnih doživljaja, uporabom metode koja omogućuje ispitanicima da izraze svoje misli i osjećaje bez straha od suda ili kritike.

9.3. Ciljevi istraživanja

Glavni cilj ovog istraživanja je istražiti i analizirati kako olfaktivne metafore evociraju emotivne reakcije kod pojedinaca. Konkretno, fokusirat će se na to kako sudionici opisuju svoje emocionalne doživljaje kada su izloženi specifičnim mirisnim konceptima izraženim kroz jezik. Ovo istraživanje nastoji produbiti razumijevanje veze između mirisa, jezika i emocionalnih stanja u kontekstu konceptualnih metafora.

Specifični ciljevi:

1. Identifikacija emotivnih odnosa: Utvrditi koje specifične emocije i senzacije pojedine olfaktivne metafore izazivaju kod ispitanika. Cilj je mapirati koje mirisne koncepte ispitanici najčešće povezuju s pozitivnim, neutralnim ili negativnim emocijama.
2. Analiza emocionalnih opipljivosti: Analizirati kako ispitanici verbaliziraju svoje emotivne odgovore na olfaktivne metafore. To uključuje promatranje koje riječi i izrazi se upotrebljavaju za opisivanje osjećaja evociranih mirisima.
3. Kontekstualizacija metaforičkog jezika: Istražiti kako kontekst u kojem se metafore upotrebljavaju (npr. literatura, svakodnevni govor) utječe na emocionalne odgovore ispitanika. Ovo uključuje ispitivanje postoji li razlika u emotivnim reakcijama kada su metafore predstavljene u književnom naspram svakodnevnog konteksta.

9.4. Istraživački primjer

Poglavlje opisuje kako se teorijski koncepti, razmatrani ranije u radu, mogu primijeniti u praksi. Kroz konkretne primjere istražiti će se složena povezanost između jezičnih izraza, mirisa i emocionalnih reakcija. Izbor metode intervjua bio je vođen potrebom za dubinskim razumijevanjem subjektivnih interpretacija i emotivnih reakcija na odabrane olfaktivne metafore. Intervjui su oblikovani tako da se provode individualno, čime se osigurava ispitanicima da slobodno izraze svoje misli i osjećaje bez utjecaja ili pritiska od strane drugih. Jednaki uvjeti u kojima su intervjuirani svi ispitanici — kao što su mirna prostorija s minimalnim distrakcijama — omogućuju kontrolu vanjskih varijabli koje bi mogle utjecati na rezultate. Deset ispitanika različitih karakteristika bit će izloženo seriji olfaktivnih metafora. Njihovi odgovori snimani su audio uređajem, a dodatno su zabilježene fizičke reakcije poput grimasa i tjelesnih senzacija koje pružaju dodatni uvid u njihove odgovore. Slijedi detaljan prikaz intervjua s jednom od ispitanica, čime se demonstrira kako se teorijski koncepti primjenjuju u stvarnoj interakciji te koje emocije i asocijacije pojedine metafore izazivaju. Kroz praktični primjer nastoji se ponuditi uvid u stvarnu dinamiku između jezičnih izraza i emotivnih doživljaja doprinoseći širem razumijevanju; kako olfaktivne metafore mogu služiti kao moćni alati za komunikaciju dubokih i često neizrecivih emocionalnih stanja.

Za praktični primjer u ovom poglavlju poslužit će intervju s ispitanikom broj osam. Radi se o dvadesetosmogodišnjoj ženskoj osobi. Nakon uvodnog pozdrava,

osigurano joj je udobno okruženje te joj je objašnjeno što se od nje očekuje tijekom intervjua. Ispitanici su postavljena pitanja odnosno primjer olfaktivne konceptualne metafore. Očekivanja od iste su emocionalne reakcije ili asocijacije izazvane olfaktivnim konceptualnim metaforama. Intervju je strukturiranog tipa, serija prethodno definiranih primjera metafora i odgovora.

Pitanje: Jutro je bilo poput svježeg kave.

Odgovor: „Osjećala sam se razbuđeno, optimistično i sretno, kao na početku novog dana punog mogućnosti.“

Pitanje: Ljubav je kao stari, mirisni ružmarin.

Odgovor: „To mi budi osjećaj trajnosti i ugone, čak i sigurnosti, poput nečeg dugotrajnog i uvijek prisutnog u mom životu.“

Pitanje: U zraku je bio miris snijega.

Odgovor: „To me podsjetilo na spokoj i tišinu, osjećaj mira koji dolazi s prvim snijegom.“

Pitanje: Cijela soba mirisala je na lavandu i starine.

Odgovor: „Osjećaj nostalgije te spokoja, ali i sigurnost koju pružaju stari predmeti puni priča.“

Pitanje: Njegov dah bio je kao svježim mentol.

Odgovor: „Osjećaj svježine i pročišćenja.“

Pitanje: Sjećanje na nju nosilo je aromu jesenskih kestena.

Odgovor: „To me uvijek podsjeti na toplinu i sigurnost doma, mirisne jesenske dane provedene s obitelji i djetinjstvo.“

Pitanje: Njegove riječi su bile kao miris tamjana.

Odgovor: „Imale su smirujući učinak na mene, gotovo meditativan, kao da su njegove riječi ritual koji trebam slijediti.“

10. Rezultati istraživanja

Analiza odgovora otkrila je da su određene olfaktivne metafore kontinuirano izazivale slične emocionalne odgovore kod većine ispitanika. Na primjer, izraz „Jutro je bilo poput svježe kave“ kod većine je budilo osjećaje sreće, poleta i mira dok je metafora „Ljubav je kao stari, mirisni ružmarin“ evocirala dublje emocije i nostalgiju. Rezultati su također pokazali kako ispitanici povezuju određene mirise s jasno definiranim emocionalnim stanjima. Mirisi kao što su lavanda ili kesteni izazivali su raznolike emotivne odgovore, pri čemu je većina ispitanika opisala osjećaje smirenosti, topline i ljubavi. Važno je napomenuti da su ti odgovori varirali ovisno o kulturalnim i osobnim iskustvima ispitanika, ukazujući na to da osobna povijest i kulturni kontekst igraju značajnu ulogu u tome kako pojedinci doživljavaju i artikuliraju mirise.

Istraživanje je potvrdilo tri ključne postavke:

1. Emocionalne reakcije izazvane mirisima: Istraživanje je demonstriralo kako određeni mirisi mogu konzistentno evocirati specifične emocionalne reakcije, potvrđujući da olfaktivne metafore služe kao moćni emocionalni okidači.
2. Artikulacija emocionalnih doživljaja: Ispitanici su pokazali sposobnost da jasno artikuliraju koje emocije povezuju s određenim mirisima, što sugerira da olfaktivne metafore omogućuju bogatiji emocionalni izraz.
3. Utjecaj kulture i iskustva: Rezultati su istaknuli kako prethodna iskustva i kulturni kontekst utječu na to kako ispitanici doživljavaju i opisuju mirise, ukazujući na složenu povezanost između jezika, kulture i emocionalnog iskustva.

Ovakvi rezultati istraživanja pružaju novi uvid u složene načine na koje ljudi komuniciraju i doživljavaju svoje emocije te kako olfaktivne metafore mogu obogatiti naše razumijevanje emocionalnog svijeta. Mirisi nisu samo pasivni osjetilni dojmovi već aktivni sudionici u kreiranju i prenošenju emotivnog značenja. Olfaktivne konceptualne metafore omogućuju pristup dubljim slojevima emocionalnog iskustva, omogućujući ispitanicima da verbaliziraju i dijele osjećaje koje je inače teško izraziti. Važnost ovakvog istraživanja leži u njegovoj sposobnosti da proširi naše razumijevanje kako konceptualne metafore oblikuju naša iskustva i kako se one mogu upotrebljavati za bolje razumijevanje psiholoških i socijalnih procesa. Povezanost mirisa s emocionalnim stanjima nije samo zanimljiva za kognitivne znanstvenike već i za širu primjenu u psihoterapiji i obrazovanju gdje razumijevanje emocionalnih reakcija može poboljšati

komunikacijske strategije i interpersonalne interakcije. Konceptualne metafore, poput olfaktivnih metafora, doprinose boljem razumijevanju jezika te njegov utjecaj na naš unutarnji svijet i međuljudski odnos. Istraživanje potvrđuje da jezik nadilazi svoju osnovnu funkciju komunikacije te igra glavnu ulogu u oblikovanju i percepciji naše stvarnosti.

11. Olfaktivne emocijske konceptualne metafore u književnosti i njihova emocionalna kontekstualizacija

Olfaktivne metafore i utjecaj mirisa u prenošenju i razumijevanju emocija prožimaju se u književnosti, posebno u romanu Patricka Süeskinda *Parfem*. Roman, zahvaljujući svojoj središnjoj temi mirisa i njegovog emocionalnog utjecaja na likove i radnju, predstavlja idealan primjer za dublje razumijevanje kako mirisi u književnosti mogu poslužiti kao snažne metafore za emocije. *Parfem* prati život središnjeg lika Grenouillea, čovjeka bez vlastitog tjelesnog mirisa, ali s iznimno razvijenim osjetilom njuha, koji postaje opsjednut stvaranjem savršenog parfema. Süeskind detaljno opisuje mirise koje Grenouille doživljava, čineći ih gotovo opipljivim za čitatelja. Intenzivni i snažni opisi mirisa često služe kao metafore za Grenouilleove emocije i psihološka stanja, kao i za društvene odnose i kulturološke aspekte vremena u kojem se radnja odvija. Povezanost mirisa s emocijama u *Parfemu* objašnjava kako olfaktivne metafore oblikuju našu percepciju likova i njihovih unutarnjih svjetova te kako možemo upotrebljavati slične metafore za bolje razumijevanje realnih emocionalnih stanja. Radnja i likovi u navedenom djelu služe kao primjer i prikaz kako jezik mirisa može obogatiti narativnu strukturu i emotivni doživljaj u literaturi, potvrđujući teze izložene u teorijskom dijelu ovog rada.

Rezultati istraživanja nude značajne primjene u analizi književnih djela, otvarajući nove perspektive u razumijevanju kako ljudi izražavaju i doživljavaju emocije. Pokazalo se da olfaktivne metafore mogu obogatiti naše shvaćanje emocionalnog svijeta jer mirisi se ne upotrebljavaju samo kao pasivna osjetila već aktivno sudjeluju u stvaranju emotivnog značenja. Uporabom olfaktivnih konceptualnih metafora omogućava dublji uvid u emocionalne slojeve književnosti jer se kroz interpretaciju književnosti čitatelju otkrivaju osjećaji i emocije koje su inače skrivene u tekstu. Konceptualne metafore oblikuju naše osobne i kulturološke interakcije, ali i unaprjeđuju način na koji pristupamo i interpretiramo književnost. Njihova primjena može značajno poboljšati metode poučavanja književnosti, kao i razumijevanje psiholoških i emocionalnih stanja općenito. Razumijevanje emocionalnih reakcija može poboljšati komunikacijske strategije u nastavi književnosti te ponuditi još neke druge i šire mogućnosti. Zaključci iz prethodnog poglavlja primijenit će se na književnim

djelima, nudeći konkretna rješenja i šire mogućnosti razumijevanja ljudskog emocionalnog iskustva.

1. Olfaktivne metafore imaju ulogu snažnih pokretača emocija, a potvrda tome su specifični mirisi koji mogu izazvati određene emocionalne reakcije.

Odlomak iz knjige:

I on ponovno duboko udahne topla isparenja što su strujala iz dojkinje, a kad je zamijetio da njegove riječi nisu na nju ostavile dojam, reče:

— Uzmi sad malog i odnesi ga kući! Porazgovarat ću o tome s nadstojnikom. Predložiti ću mu da ti ubuduće daje četiri franka na tjedan.

— Ne — reče dojkinja.

— Pa, dobro: pet!

— Ne.

— Koliko onda tražiš — poviče Terrier. — Pet franaka je hrpa novaca za beznačajan zadatak poput dojenja djeteta!

— Neću nikakav novac — reče dojkinja. — Hoću da se tog kopileta riješim iz kuće. — Ma zašto, draga ženo — upita Terriere i stane ponovno čeprkati prstom po košari. — Pa tako je dražesno djetesce. Ružičasto, ne dere se, dobro spava i kršteno je. Terrier naglo izvuč prst iz košare.

— Opsjeo ga je đavo.

Terrier naglo izvuč prst iz košare.

— Nemoguće! Đavo ne može opsjesti dojenče. Dojenče nije pravi čovjek, nego čovjek u zametku i nema još potpuno razvijenu dušu. Stoga đavolu nije zanimljiv. Govori li već možda? Trza li se? Pomiče li predmete u sobi? Odiše li nekim smradom?

— Nema nikakvog mirisa. — reče dojkinja. — Eto, vidiš! To je sigurno znak. Da ga je opsjeo đavo, morao bi zaudarati. Da smiri dojkinju i iskuša vlastitu hrabrost, Terrier podigne košaru pod nos (Süeskind, 1986:4).

Dojilja odbija dojiti dijete zato što ono „nema miris”. U ovom segmentu romana, kontrast između očekivanih senzornih doživljaja i njihova izostanka služi kao ključan element u razvoju radnje. Dojilja odbija nastaviti dojiti dijete, ne zbog financijskih

razloga, već zbog njegovog nedostatka mirisa što ona interpretira kao znak da je dijete „opsjednuto đavlom“. Iako Terrier, lik koji je zadužen za dijete, pokušava racionalizirati situaciju tvrdnjama da đavo ne bi bio zainteresiran za biće bez razvijene duše poput dojenčeta, dojiljina tvrdoglava percepcija i uvjerenje o zlom prisustvu ostaje neuzdrmano. Ovaj odlomak naglašava kako olfaktivne metafore mogu služiti kao snažni pokretači emocija u književnosti. Nedostatak mirisa, koji se uobičajeno ne smatra problematičnim, ovdje izaziva strah i odbacivanje. Ova reakcija ističe da čak i odsutnost očekivanog senzornog doživljaja može postati ključna za emocionalno toniranje narativa i likova, pokazujući kako mirisi — ili njihov izostanak — mogu izazvati izražene emocionalne reakcije i oblikovati percepciju likova i situacija.

U ulomku se pojavljuje metafora „Dijete nema nikakvog mirisa“ koja se može povezati s emocijskom reakcijom prihvaćanja. Naime, odsutnost mirisa u ovom slučaju služi kao simbol nevinosti i čistoće, što Terrier upotrebljava kako bi umirio dojilju i sebe. U kulturnom i povijesnom kontekstu, loš miris često se povezuje s moralnom i fizičkom korupcijom ili bolešću, dok odsutnost mirisa može implicirati čistoću. U ovom dijelu romana, ova metafora služi za naglašavanje Grenouilleove neobičnosti te kako se on razlikuje od drugih ljudi, što je ključni element cijelog romana. Terrierova reakcija također implicira da nešto što ne miriše loše nije pokvareno ili zlo.

Dalje, metafora „Da ga je opsjeo đavo, morao bi zaudarati“ može se povezati s emocijom odbacivanja. Povezanost između opsjednutosti đavlom i lošeg mirisa odražava duboko ukorijenjena vjerovanja da neugodni mirisi signaliziraju moralnu pokvarenost i zlo. Ovakva uvjerenja potiču osjećaje straha i odbojnosti, što je vidljivo kroz reakcije Terriera i dojilje na mogućnost opsjednutosti. Također je vidljiva prisutnost ambivalentnosti i sumnje koje proizlaze iz nesigurnosti koju Terrier osjeća zbog nedostatka mirisa, što bi trebalo biti „dokaz“ čistoće, ali i dalje ostavlja prostor za sumnju u pravu prirodu djeteta. Ova situacija ilustrira konflikt između tradicionalnih uvjerenja i neposredne realnosti. Terrier se nalazi u dilemi jer njegove prethodne pretpostavke o opasnosti i moralnoj pokvarenosti nisu potvrđene uobičajenim indikatorima (mirisom). Njegova ambivalentnost odražava duboku nesigurnost i konfuziju, iako nema dokaza o zlu (odsutnost smrada), ne može potpuno odbaciti mogućnost da nešto nije u redu. Ovo dovodi do unutarnjeg sukoba i sumnje u vlastite procjene i metode koje upotrebljava kako bi razumio i kontrolirao svoje okruženje.

Ambivalentnost je ključna za razumijevanje Terrierove psihološke borbe, kao i za prikazivanje kompleksnosti ljudskih emocija i predrasuda koje često proizlaze iz duboko ukorijenjenih kulturalnih i osobnih uvjerenja. Ambivalentnost se također može povezati s općom temom romana koji istražuje granice ljudskog razumijevanja i moralnog suda.

Još jedna metafora je „Odiše li nekim smradom“ u kojoj je emocijska reakcija sumnja i nelagoda. Terrierovo pitanje o tome odiše li dijete nekim smradom ilustrira njegovu sumnju i nelagodu. Njegov upit pokazuje kako pokušava otkriti konkretan dokaz koji bi mogao ukazati na moralno stanje djeteta, odražavajući sklonost ljudi da se oslanjaju na osjetilne dojmove, poput mirisa, u procjeni neopipljivih kvaliteta. Ovo oslanjanje na miris kao indikator moralne prirode postavlja temelje za dublju analizu kako se fizičke percepcije upotrebljavaju za donošenje zaključaka o drugima. Ovo intenzivno preispitivanje i potraga za mirisom kao znakom zla također može izazvati reakcije odbijanja i neprijateljstva prema djetetu koje se smatra opsjednutim. Takav pristup može dovesti do stigmatizacije i izolacije pojedinca na temelju percepcije koja možda nije utemeljena na stvarnim dokazima već na predodžbama i strahovima. Ove reakcije su odraz ukorijenjenih kulturnih vjerovanja i strahova koji se manifestiraju kroz odnos prema neobičnim ili nepoznatim pojavama, poput neobičnog ponašanja ili nedostatka očekivanog mirisa, što može dovesti do oštrih emocionalnih odgovora poput odbacivanja ili čak agresije prema pojedincu koji je predmet sumnje.

Metafora „Hoću da se tog kopileta riješim iz kuće“ također ima emocijsku reakciju neprijateljstva i odbacivanja. Dojiljino odbijanje da dalje brine o djetetu, unatoč ponudi veće financijske naknade, odražava duboko ukorijenjeno nepovjerenje i osjećaj odbojnosti prema djetetu koje smatra moralno pokvarenim ili čak posjednutim. Njezina emocionalna reakcija odražava snažno neprijateljstvo, koje je pojačano uvjerenjem da nedostatak mirisa kod djeteta nije znak nevinosti, već potvrda njegove inherentne pokvarenosti. Takva snažna emocionalna distanca i odbijanje rezultat su kulturnih i osobnih uvjerenja koja formiraju njezin odnos prema djetetu i njegovoj percepciji unutar zajednice.

2. Koje emocije povezuju s određenim mirisima, što sugerira da olfaktivne metafore omogućuju bogatiji emocionalni izraz.

Odlomak iz knjige:

Grenouille je sjedio raširenih nogu na cjepanicama, naslonjen na zid drvarnice, sklopljenih očiju i nepomično. Nije ništa vidio, ništa čuo, ništa opažao. Samo je njušio miris drveta, koji se dizao oko njega i sakupljao pod nadstrešnicom kao pod poklopcem. Upijao je taj miris, opijao se njime, topio se u njemu, natopio se njime do posljednje pore u tijelu, sam se pretvorio u drvo, poput drvene lutke, poput Pinocchija ležao je na gomili drveta, kao da je mrtav, sve dotle dok nakon dugo vremena, možda nakon pola sata, nije iscijedio riječ "drvo". Izbljuvao je tu riječ kao da je do ušiju ispunjen drvetom, kao da mu je drvo već do vrata, kao da mu je drvo već prepunilo želudac, ždrijelo i nos. I to ga je osvijestilo, spasilo, neposredno prije no što ga je nadmoćna prisutnost drveta, njegov miris, gotov ugušila. S mukom se digao, spuznuo s gomile cjepanica i oteturio kao da su mu noge odrvenjele. Još je danima bio posve obuzet doživljajem intenzivnog mirisa, a kad bi ga zapljusnula plima sjećanja, mrmljao bi kao da zaziva duhove: „Drvo, drvo“ (Süeskind 1986:14).

Ovaj odlomak iz romana prikazuje Grenouillea kako doživljava intenzivan i gotovo preplavljajući miris drveta. Ova scena ilustrira kako olfaktivne metafore mogu poslužiti kao snažni emocionalni okidači. Grenouilleova reakcija na miris drveta nije samo fizička; ona ulazi u sferu emocionalnog, transformirajući njegovu percepciju stvarnosti. Emocija koja se ovdje izražava je gotovo transcendentalna, gdje se lik doslovno „topi“ u mirisu, što sugerira duboku povezanost i identifikaciju s prirodnim elementom. Ovaj primjer ilustrira kako specifični mirisi mogu izazvati kompleksne i višedimenzionalne emocionalne odgovore, koji prelaze granice običnog fizičkog iskustva i dodiruju temelje identiteta i postojanja lika. Grenouilleovo doživljavanje mirisa drveta evocira osjećaje preplavljenosti i skoro gušenja, ali i određenu vrstu osvježanja i buđenja, pokazujući složenost emocija koje mirisi mogu izazvati. Ovo naglašava kako olfaktivne metafore u književnosti nisu samo stilski elementi, već ključni nositelji emotivnog sadržaja koji mogu dramatično obogatiti čitateljevo iskustvo i interpretaciju teksta.

Vidljiva je metafora „Upijao je taj miris, opijao se njime, topio se u njemu, natopio se njime do posljednje pore u tijelu, sam se pretvorio u drvo, poput drvene

lutke, poput Pinocchija...“ gdje je izražena emocija gubitka identiteta. Grenouilleova transformacija u drvo simbolizira njegov gubitak identiteta, koji je potpuno obuzet snagom mirisa drveta. Metafora prikazuje fizičko „natapanje“ mirisom te emocionalno i identitetsko stapanje s prirodom gdje se Grenouille prestaje osjećati kao ljudsko biće i postaje dio nečeg nepromjenjivo statičnog i bezosjećajnog. Ova slika odražava i Grenouilleovu duboku usamljenost i izoliranost, kao i njegovu često spornu žudnju za pripadanjem i biti dijelom svijeta koji ga okružuje. Pretvaranje u drvo, objekt bez vlastite volje i svijesti, također može sugerirati osjećaj potpune pasivnosti i predaje, gdje Grenouille gubi svaku kontrolu nad svojim postupcima, a time i nad svojim identitetom. Naglašava se njegova otuđenost od ljudskosti i sve veću povezanost s osnovnim, primarnim instinktima. Grenouilleova sposobnost da „upije“ i „topi se“ u mirisu drveta simbolično prikazuje kako upotrebljava svoje izvanredne olfaktivne sposobnosti ne samo za manipulaciju vanjskim svijetom već i za suočavanje s unutarnjim sukobima i prazninom. Tako se pojačava slojevitost njegovog lika i ambivalentne emocije koje izaziva kod čitatelja divljenje njegovim sposobnostima i strah od njegovih metoda i motivacija.

Dalje za primjer imamo metaforu „...opijao se njime, topio se u njemu, natopio se njime do posljednje pore u tijelu...“ u kojoj je emocijska reakcija nemogućnost bijega od osjećaja. Grenouilleova opijanja mirisom drveta, gdje se osjeća kako se „topi“ i „natapa“ do „posljednje pore“ tijela, duboko prikazuje njegovu nemogućnost bijega od preplavljajućeg osjetilnog iskustva. Intenzivan opis ukazuje na snažnu emotivnu reakciju koja se manifestira kao osjećaj gušenja pod težinom osjetila mirisa. Grenouilleova emocionalna reakcija odražava kako je on potpuno prepušten i zarobljen u tom mirisnom svijetu, bez ikakve mogućnosti bijega. Olfaktivne senzacije mogu dominirati percepcijom i emocionalnim stanjem pojedinca, do točke gdje fizička granica tijela postaje nejasna. Prikazuje kako miris prodire u tijelo i kako može potpuno preuzeti osobu, čime se Grenouilleova ljudska autonomija stavlja pod upitnik. To naglašava moć mirisa da oblikuje i čak preuzme ljudsku svijest, sugerirajući da naši osjeti mogu imati duboki i trajni utjecaj na našu emocionalnu dobrobit.

Dalje metafora „I to ga je osvijestilo, spasilo, kao što je moćna prisutnost drveta, njegov miris, prijetila da ga uništi“ za emocijsku reakciju ima olakšanje i instinkt preživljavanja. Pomak od preplavljenosti mirisom do spašavanja njime ilustrira složeno

emocionalno putovanje. Ova transformacija iz situacije gdje je Grenouille gotovo preplavljen i paraliziran mirisom do trenutka kada ga isti taj miris vraća u stvarnost, ilustrira njegov instinkt preživljavanja. U ovom kontekstu, miris koji je mogao biti smrtonosan, postaje sredstvo koje potiče Grenouilleovu osviještenost i prisiljava ga na akciju. Također se prikazuje i dvostruka priroda mirisa — kao potencijalna prijetnja i kao nešto što može revitalizirati ili čak spasiti. Emocija olakšanja koja slijedi nakon što se Grenouille „spasi“ naglašava kompleksnost njegovih osjećaja prema mirisima i njegovu sposobnost uporabe jedinstvenog dara na način koji direktno utječe na njegovu egzistenciju. Takva upotreba mirisa simbolički prikazuje kako intenzivno senzorno iskustvo može prijeći granice između destruktivnog, ističući kako naši osnovni instinkti često funkcioniraju na rubu između opasnosti i spašavanja.

Na kraju i metafora „Još je danima bio posve obuzet doživljajem intenzivnog mirisa, a kad bi ga zapljusnula plima sjećanja, mrmljao bi kao da zaziva duhove: 'Drvo, drvo'“ odiše emocijama poput opsesija i prisila. Ponavljajuće mrmljanje riječi „drvo“ u repetitivnom i gotovo ritualnom maniru odražava njegovu duboku opsesiju i psihološku prisilu koja je izazvana snažnim dojmom mirisa. Ovo ponavljanje djeluje kao zazivanje nečega daleko većeg od samog mirisa, simbolizirajući kako je miris potpuno preuzeo njegovu svijest i postao centralni element njegove egzistencije. Takva opsesija mirisom prelazi granice normalnog doživljaja i ulazi u domenu psihološke fiksacije gdje se sjećanja na miris ne doživljavaju pasivno, već aktivno oblikuju Grenouilleovu stvarnost. Njegovo neprestano ponavljanje „drvo“ ukazuje na trajni emocionalni utjecaj mirisnog iskustva i na to kako takve senzacije mogu potaknuti duboke i trajne promjene u percepciji i ponašanju. To je prikaz kako intenzivna osjetilna iskustva mogu biti toliko moćna da postanu osnovni okvir kroz koji pojedinac doživljava svijet oko sebe.

3. Kulturni kontekst utječe na to kako ispitanici doživljavaju i opisuju mirise, ukazujući na složenu povezanost između jezika, kulture i emocionalnog iskustva.

Odlomak iz knjige:

U doba o kojem govorimo vladao je u gradovima smrad, gotovo nezamisliv nama, modernim ljudima. Ulice su smrdjele na smeće, dvorišta na mokraću, stubišta su smrdjela na trulo drvo i na izmet štakora, kuhinje na truli kupus i ovneći loj;

neozračene sobe smrdjele su na pijesnivu prašinu, spavaće sobe na masne plahte, vlažne perine i na prodoran i slatkast zadah noćnih posuda. Iz kamina je smrdio sumpor; iz štavionica kože smrdjele su jetke lužine, iz klaonica je smrdjela zgrušana krv. Ljudi su smrdjeli na znoj i na neopranu odjeću; iz usta im je smrdjelo na sagnjile zube, iz njihovih želudaca na crveni luk, a s tijela, kad više nisu bili sasvim mladi, dopirao je smrad sira i kiselog mlijeka i tumora. Smrdjele su rijeke, smrdjeli trgovi, smrdjele crkve, smrdjelo je pod mostovima i u palačama. Seljak je smrdio kao svećenik, kalfa kao majstorova žena, smrdjelo je čitavo plemstvo, čak je i kralj smrdio, kao zvijer je smrdio, a kraljica kao stara koza, ljeti kao i zimi. Naime, u osamnaestom stoljeću bakterijsko raspadanje još nije bilo obuzdano, pa nije bilo ni jedne ljudske djelatnosti ni stvaralačke ni rušilačke, nijednog očitovanja života u pupanju ili propadanju, koje ne bi bilo popraćeno smradom. U Parizu je, dakako, smrad bio najveći, jer Pariz bijaše najveći grad Francuske (Süeskind, 1986;1).

Tu se opisuje kako su mirisi neizostavno utkani u tkaninu svakodnevnog života u osamnaestom stoljeću, predstavljajući Pariz kao grad prožet neugodnim mirisima. Ovaj odlomak služi kao primjer kako kulturni kontekst dramatično utječe na percepciju mirisa, oblikujući emotivno iskustvo pojedinaca unutar te kulture. Svaki spomenuti miris u odlomku izaziva jasne emocionalne reakcije poput gađenja ili odbacivanja te reflektira društvene uvjete i higijenske standarde tog vremena. Smrad koji prožima grad nije samo fizička manifestacija, već i simbol društvene dekadencije i teških životnih uvjeta. Mirisi tako postaju sredstvo kroz koje se čitatelju prenosi atmosfera i emocionalni ton Pariza toga doba, služeći kao metafora za opći moralni i fizički raspored društva. U ovom kontekstu, kulturni utjecaji na percepciju mirisa mogu se analizirati kroz prizmu kako ljudi tumače i verbalno izražavaju svoje odgovore na mirise. Takva analiza otkriva duboku povezanost između jezika, kulture i emocionalnog doživljaja, potvrđujući da način na koji doživljavamo mirise — i emocionalne reakcije koje iz njih proizlaze — nije univerzalan, već oblikovan kroz specifične kulturne leće.

Jezik ima ključnu ulogu u načinu na koji interpretiramo i opisujemo mirise, koji su neraskidivo povezani s kulturalnim praksama. Svaki jezik razvija jedinstvene termine za mirise, što može utjecati na percepciju i osviještenost o specifičnim mirisima. Na primjer, u mnogim kulturama, miris tamjana se često veže za duhovnost zbog njegove

upotrebe u religijskim obredima. Također, povijesni konteksti utječu na mirisne profile i njihove emocionalne odjeke. U 18. stoljeću, kao što je detaljno opisano, gradske sredine bile su ispunjene intenzivnim, jakim i često neugodnim mirisima zbog ograničene sanitarne infrastrukture, što je bilo uobičajeno za to vrijeme. Danas bi moderni čitatelji mogli negativno reagirati na takve opise, što je rezultat suvremenih normi koje čistoću dovode u vezu sa zdravljem i društvenim redom, dok bi pojedinci iz tog doba vjerojatno ove mirise smatrali uobičajenim dijelom svakodnevnog života. Emotivni odgovori na mirise iz prošlosti stoga su filtrirani kroz prizmu suvremenih kulturnih očekivanja, što pokazuje koliko duboko kulturno naslijeđe utječe na način na koji doživljavamo mirise i kako interpretiramo emocionalna iskustva povezana s njima. Ovo podcrtava važnost razumijevanja kulturnih razlika u percepciji mirisa kako bismo bolje shvatili kako se emocionalne reakcije mogu razlikovati od kulture do kulture.

Sama će se (metodička) analiza konceptualnih emocijskih metafora olfaktivnog tipa prikazati na još jednom primjeru. Radi se o pjesmi Antuna Gustava Matoša *Srodnost*.

*Durđic, sitan cvjetić, skroman, tih i fin,
Dršće, strepi i zebe kao da je zima,
Zvoni bijele psalme snježnim zvončićima
Potajno kraj vrbe, gdje je stari mlin.*

*Pramaljeća blagog ovaj rosni sin
Najdraži je nama među cvjetovima;
Boju i svježi miris snijega i mlijeka ima,
Nevin, bijel i čist ko čedo, suza i krin.*

*Višega života otkud slutnja ta,
Što je kao glazba bûdi miris cvijeća?
Gdje je tajna duše, koju đurđic zna?*

Iz đurđica diše naša tiha sreća:

Miris tvoga bića, moja ljubavi,

Slavi drobni đurđic, cvjetić ubavi. (Matoš, 1910)

Naime, u Matoševoj pjesmi *Srodnost* imamo pregršt „osjetilnih“ metafora koje se rabe u sinestetičkom smislu, a putem kojih možemo povezati mirise (i druge osjete) s emocijama. U pjesmi Matoš razmatra teme ljubavi, duhovne povezanosti i sudbinske određenosti kroz suptilnu upotrebu metafora. Pjesma istražuje ideju predodređene i transcendentne ljubavi između dvoje ljudi koji su u svojoj suštini srodni, iako ih mogu razdvajati fizičke ili društvene prepreke. Kroz pjesmu, Matoš upotrebljava različite konceptualne metafore da bi ilustrirao kako su emocijske i duhovne veze često dublje i trajnije od fizičkih. U kontekstu konceptualnih metafora, *Srodnost* se može analizirati kao prikaz kako jezik opisuje stvarnost te oblikuje našu percepciju. Važno je istaknuti kako se u pjesmi radi uglavnom o metaforama, a ne metonimijama.

U stihu *Boju i svježim miris snijega i mlijeka ima* upotrebljava se sinestezija kojom se miris cvijeta povezuje s vizualnim karakteristikama snijega i mlijeka. Kroz povezivanje mirisa đurđica s bojom, Matoš evocira osjećaje čistoće, svježine i nevinosti što dodatno produbljuje emocionalni dojam pjesme. S obzirom na to da upotreba boje i mirisa u ovom kontekstu ne služi kao zamjena za neki fizikalni atribut cvijeta (što bi bio slučaj metonimije), nego se radi o sinesteziji gdje se miris opisuje kroz vizualni koncept boje snijega i mlijeka, primarna namjera je izazvati osjet bijele boje. Bijela boja u ovom slučaju služi kao simbol moralne čistoće, mladenačke svježine i dječje nevinosti. Ove se kvalitete nadovezuju na emocionalne doživljaje mira i nevine radosti, što pojačava dojam neiskvarenosti i ljepote subjekta kojemu je pjesma posvećena. Sinestezija u pjesmi djeluje kao sredstvo koje intenzivira doživljaj pjesme, pružajući tako ne samo vizualnu i olfaktivnu, već i duboku emocionalnu komponentu koja obogaćuje čitateljevo iskustvo.

Isto se tako u stihu *Zvoni bijele psalme snježnim zvončićima* također radi o metafori. Bijeli cvjetovi đurđice vizualno se preklapaju s akustičnim dojmom zvukova, poput zvona psalama i zvončića, koji podsjećaju na zvuke u crkvenim ceremonijama. Ova vizualna slika transformira se u zvučni dojam kroz sinesteziju, stvarajući dublji osjećaj svetosti i duhovnosti. Vizualni elementi postaju akustični što služi za evokaciju

emocija povezanih s posvećenošću i mirnoćom. Metafora i sinestezija u ovoj pjesmi stoga djeluju kao sredstva koja omogućuju čitatelju emocionalno bogatije doživljavanje teme svetosti, potvrđujući kako jezične slike mogu prožimati i pojačavati emotivne odzive.

Isto se odnosi i na stih *Nevin, bijel i čist ko čedo, suza i krin* gdje se čistoća i bjelina đurđica uspoređuju s nevinošću djeteta, (iskrenošću) suze i (bjelinom) nekog drugog cvijeta (ljiljana). Ova usporedba pojačava emocionalnu sliku nevinosti i čistoće, čime se izazivaju osjećaji ljubavi i nježnosti. Stih artikulira duboku emocionalnu vezu s idejama čistoće i neiskvarenosti čineći pjesmu emocionalno bogatijom i dajući joj dodatnu dubinu simbolizma. Ova metafora također služi kao sredstvo za povezivanje prirodnih elemenata s ljudskim emocijama, pružajući čitatelju intenzivniji emotivni doživljaj.

Dalje, stih *Iz đurđica diše naša tiha sreća* upotrebljava olfaktivnu metaforu za opisivanje načina na koji miris đurđica evocira osjećaj tihe sreće. Iako bi se moglo pomisliti da je riječ o metonimiji, pjesnički izraz *disati* koji implicira mirisanje u ovom kontekstu je čista metafora. Ova pjesnička slika sugerira da miris đurđica nije samo fizički doživljaj već i emotivno stanje, povezujući intenzitet mirisa s intenzitetom osjećaja sreće koje pjesnik doživljava. Tako se snažni olfaktivni doživljaj pretvara u snažnu emotivnu izjavu, ilustrirajući kako se osobne emocije mogu izraziti kroz prirodne fenomene.

I u stihu *Miris tvoga bića, moja ljubavi* upotrebljava se metafora jer se miris povezuje s emocionalnim doživljajem prisjećanja na voljenu osobu. Ovaj izraz ne predstavlja stvarni fizički aspekt osobe, što bi bila metonimija, već figurativno upotrebljava „miris“ kako bi izrazio osjećaj ljubavi i emocionalnu bliskost. Ova pjesnička slika prenosi kako miris može simbolizirati duboke osobne veze i ljubav, što ga čini primjerom kako se konceptualne metafore upotrebljavaju za evociranje snažnih emocionalnih reakcija. Takva upotreba mirisa ilustrira njegovu sposobnost da u emocionalnom smislu oživi sjećanja i osjećaje, čineći ga moćnim sredstvom za izražavanje emocija.

Na književnim primjerima vidljivo je koliko duboko olfaktivne konceptualne metafore mogu rezonirati s čitateljima, uporabom mirisa kao snažnog prijenosnika emocionalnih stanja. Matoševa *Srodnost* tako postaje primjer kako poezija može

upotrijebiti konceptualne metafore za dublje razumijevanje ljudskih odnosa i emocionalnih iskustava. Ova pjesma je stoga izuzetno značajna za proučavanje metafora u književnosti jer pokazuje kako se kroz metaforički jezik mogu prenositi kompleksne i suptilne emocije. Ove metafore uključuju čitatelje na više razina perceptivnog doživljaja i također služe kao mostovi između osjetilnih dojmova i emotivnih reakcija, dokazujući složenost i snagu jezika u evokaciji intimnih i osobnih osjećaja. Kreativna upotreba jezika u književnosti može duboko utjecati na naš emocionalni život, nudeći nam novi uvid u to kako naša osjetila oblikuju naš unutarnji svijet.

12. Zaključak

Cilj rada bio je istražiti i objasniti kako konceptualne metafore i metonimije, posebno one olfaktivne, utječu na emocionalno iskustvo i percepciju te kako se jezične figure metafora i metonimija upotrebljavaju za artikulaciju dubokih i često neizrecivih emocionalnih stanja. Radom je istražena složena interakcija između jezika, mirisa i emocija, upotrebljavajući prizmu konceptualnih metafora i metonimija da osvijetli kako jezične figure oblikuju naše perceptivno i emocionalno iskustvo. Analiza je pokazala da metafore i metonimije nisu samo lingvistički ukrasi već fundamentalni alati koji omogućuju ljudima da artikuliraju, dijele i procesuiraju svoja emocionalna stanja. Kroz teorijski okvir kognitivne lingvistike, rad je uspio identificirati i objasniti različite načine na koje jezik utječe na emocionalno iskustvo.

Olfaktivne metafore, koje upotrebljavaju mirisne koncepte za izražavanje emocionalnih stanja, istaknute su kao posebno potentni primjeri kako miris može evocirati snažne emotivne reakcije. Empirijsko istraživanje provedeno istraživačkom metodom intervjua dodatno je potvrdilo teorijske postavke, pokazujući da ispitanici doista doživljavaju specifične emocionalne odgovore na predstavljene olfaktivne metafore. Rezultati istraživanja pokazali su kako određeni mirisi evociraju konzistentne emocionalne reakcije među različitim ispitanicima, čime se potvrđuje pretpostavka da miris ima univerzalnu sposobnost djelovanja na emocionalno stanje. Složeni odnos između mirisa i osjećaja, kako je istražen kroz književne primjere poput Süeskindovog *Parfema* i Matoševe *Srodnosti*, naglašava duboki utjecaj olfaktivnih metafora u književnom pripovijedanju i emocionalnom izražavanju.

U *Parfemu*, olfaktivne metafore služe kao moćno sredstvo za razvoj likova i napredovanje radnje, ilustrirajući kako mirisi mogu izazvati duboko ukorijenjene emocije i potaknuti značajne ljudske radnje. Grenouilleova manipulacija mirisima sažima njegovu potragu za identitetom i moći, odražavajući bit kako naše percepcije — posredovane jezikom — mogu temeljito promijeniti naše interakcije sa svijetom. Također, metodička razrada Matoševe upotrebe bogatih osjetilnih metafora u *Srodnosti* pojačava tematsku dubinu, preplićući opipljivo s duhovnim i prolazno s vječnim. Njegova vještina u povezivanju mirisa s čistoćom, nostalgijom i neizrecivim aspektima ljudskih odnosa obogaćuje naše razumijevanje emocija kroz poetski izraz. Ova književna istraživanja potvrđuju teorijske okvire koje postavljaju kognitivni lingvisti

poput Lakoffa i Johnsona te ilustriraju transformativni potencijal metafore u književnosti. Osjetilna iskustva opisana u ovim djelima premašuju jednostavne narativne uređaje; ona postaju leća kroz koju čitatelji mogu doživjeti emocionalne pejzaže protagonista, čime se premošćuje jaz između teksta i iskustva. Osim toga, rad je razotkrio kako osobni konteksti utječu na način na koji osobe percipiraju i opisuju mirise što naglašava važnost kontekstualnih faktora u interpretaciji emocijskih metafora.

U konačnici, rad nudi praktične implikacije za razumijevanje komunikacijskih strategija u svakodnevnom životu. Proučavanje metafora i metonimija u kontekstu mirisa i emocija otvara nove puteve za terapijske pristupe i obrazovanje. Neizmijerna moć jezika u oblikovanju ljudskog iskustva i međuljudskih odnosa ukazuje na to kako duboko i neizbježno jezične strukture utječu na emocionalne doživljaje. Jezik je esencijalni dio našeg tjelesnog i emocionalnog postojanja te igra ključnu ulogu u načinu na koji razumijemo sebe i svijet oko nas.

Literatura

Knjige

- Kövecses, Z. (2002). *Metaphor: A practical introduction*. New York: Oxford University Press.
- Lakoff, G. i Turner, M. (1989). *More than cool reason: A field guide to poetic metaphor*. Chicago/London: University of Chicago Press.
- Lakoff, G. i Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. Chicago/London: University of Chicago Press.
- Piskač, D. i Marinčić, M. (2024). *Cuvstveno zivljenje metafor: Biblioterapvska perspektiva*. Ljubljana: Filozofski fakultet Sveučilišta u Ljubljani.
- Proust, M. (2004). *Put k Swanu / Combray*. Zagreb: Jutarnji list.
- Süeskind, P. (1986). *Parfem: Povijest jednog ubojice*. Zagreb: Mladost.

Članci

- Brdar, M. (2019). Metafore i metonimije u interakciji. *Zbornik radova 47. Seminara Zagrebačke slavističke škole*, 51-94.
- Guan, J. (2009). The cognitive nature of metonymy and its implications for English vocabulary teaching. *English Language Teaching*, 2(4), 179-183.
- Lakoff, G. (1993). The contemporary theory of metaphor. *Metaphor and Thought (2nd edition)*, 8(12), 202-251.
- Panther, K.-U. i Radden, G. (2005). Metonymy. *Handbook of Pragmatics*, 1-10.
- Radden, G. i Kövecses, Z. (1999). Towards a theory of metonymy. *Metonymy in language and thought*, 4, 17-59.
- Wallington, A. M. i Barnden, J. A. i Barnden, M. A. i Ferguson, F. J. i Glaseby, S. R. (2003). Metaphoricity signals: A corpus-based investigation. *Technical Report CSRP-03-05*, School of Computer Science.

Doktorske disertacije, magisteriji, diplomski radovi

- Čazmar, I. (2016). *Uloga konceptualne metafore ČOVJEK JE BILJKA u sagledavanju razlika i sličnosti među kulturama hrvatskoga i anglosaksonskoga govornog područja*. Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet.

Internetski izvori

<https://www.poezija.hr/srodnost-antun-gustav-matos/> (Pristupljeno: 04.08.2024.)