

Univerzitet u Sarajevu
Filozofski fakultet u Sarajevu
Franje Račkog 1

Dženita Baščaušević
Konceptualne metafore ŽIVOT JE KOCKA, VRIJEME JE NOVAC i POLITIKA JE GLUMA u
novinarsko-publicističkom stilu

Završni diplomski rad

Mentor: prof. dr. Ismail Palić

Sarajevo, 2018.

Univerzitet u Sarajevu
Filozofski fakultet u Sarajevu
Franje Račkog 1

Dženita Baščaušević

Konceptualne metafore ŽIVOT JE KOCKA, VRIJEME JE NOVAC i POLITIKA JE GLUMA u
novinarsko-publicističkom stilu

Završni diplomski rad

Sarajevo, 2018.

Sadržaj

1. Uvod	2
I. Teorijski pristup	
2. Metafora	4
3. Konceptualna metafora	5
3.1. Konceptualna je metafora isključivo konceptualni entitet	7
3.2. Dvostruki karakter konceptualne metafore i motiviranost	8
3.3. Vrste konceptualnih metafora	11
3.3.1. Primarne metafore	11
3.3.2. Korelacijske metafore	11
3.3.3. Metafore sličnosti	12
3.3.4. Strukturne metafore	12
3.3.5. Orijentacijske metafore	13
3.3.6. Ontološke metafore	13
4. Metonimija	14
II. Istraživanje	
5. Cilj istraživanja	16
5.1. Metoda istraživanja	16
6. Konceptualne metafore VRIJEME JE NOVAC, ŽIVOT JE KOCKA i POLITIKA JE GLUMA u novinarsko-publicističkom stilu	17
6.1. Konceptualna metafora VRIJEME JE NOVAC	17
6.2. Konceptualna metafora ŽIVOT JE KOCKA	24
6.3. Konceptualna metafora POLITIKA JE GLUMA	31
7. Zaključak	36
8. Literatura	38
9. Internetski izvori	41

1. Uvod

U posljednje je vrijeme sve više radova o konceptualnoj metafori. Konceptualna metafora sastavni je dio kognitivnolingvističke teorije. Kognitivna lingvistika bavi se, između ostaloga, i istraživanjem motivacije konceptualnih metafora, njihove kulturalne određenosti, konvencionaliziranosti te pitanjem je li riječ o ustaljenoj strukturi znanja ili procesu. Zadatak ovoga rada jeste istražiti prisutnost odabranih konceptualnih metafora u novinarsko-publicističkom stilu.

U prvom dijelu rada posvetili smo se teoriji o konceptualnim metaforama. Teorijske postavke o konceptualnim metaforama kasnije smo primijenili prilikom analize primjera ekscerpiranih iz korpusa. Obradene su konceptualne metafore: VRIJEME JE NOVAC, ŽIVOT JE KOCKA i POLITIKA JE GLUMA pokušavajući dokazati kako su one vrlo prisutne u novinarsko-publicističkom stilu.

Često je metaforički govor nesvjestan. Trebalo je dugo vremena da se dokaže kako metafore ne koriste i ne tvore samo pojedinci. Metafora nije sredstvo koje se koristi samo u poetičnom govoru. Koriste je i obični govornici koji često i ne znaju da se njome služe svakodnevno. Iako su mnogi metaforički jezički izrazi konvencionalizirani, tj. zbog česte upotrebe postali su ustaljeni, oni uvijek ukazuju na neku konceptualnu metaforu.

Teoriju konceptualne metafore razvili su Lakoff i Johnson (1980) u knjizi *Metaphors We Live by*, a poslije je nadograđivana u radovima mnogih kognitivista. U jednom se svi slažu: za tvorbu konceptualne metafore potrebne su dvije domene, izvorna i ciljna, gdje se sistemom preslikavanja formira određena konceptualna metafora. Od mnogih se njenih osobnosti najprije ističe utjecaj enciklopedijskog znanja i iskustva kolektiva, kao i pojedinca.

U ovom smo radu pokušali pokazati kako i koliko često konceptualne metafore bivaju iskorištene u novinarsko-publicističkom stilu. Nasumično smo birali novinske članke koji su sačinili korpus iz kojeg smo crpili primjere metaforičkih jezičkih izraza koji ukazuju na određenu konceptualnu metaforu. Korpus se sastoji od 57 novinskih članaka pronađenih na bosanskohercegovačkim, srbijanskim i hrvatskim portalima i veb-stranicama. Izdvojili smo 19 primjera, tj. obradili smo devetnaest novinskih članaka za konceptualnu metaforu VRIJEME JE NOVAC, dvadeset i tri za ŽIVOT JE KOCKA i petnaest za metaforu POLITIKA JE GLUMA. Primjera i članaka s određenim metaforama bilo je mnogo više. Mi smo odabrali

najupečatljivije primjere konceptualne metafore u datim člancima novinarsko-publicističkog stila.

I. Teorijski pristup

2. Metafora

Metafora je privlačila pažnju lingvista još u davnim vremenima. Skoro dvije hiljade godina proučavana je u retorici. Ova disciplina osnovana je još u drevnoj Grčkoj, a fokusirala se na praktične smjernice kako nekoga navesti na određeno gledište upotrebom retoričkih sredstava. Upravo je metafora bila jedno od tih sredstava, a prema retoričarima svrstavala se u trope. U okviru ovog pristupa metafora je prikazivana shematski: *A je B, kao: Ahil je lav* (Evans i Green 2006: 293). Tradicionalno, metaforom smatramo način govora u kojem se jedan pojam doživljava kao zamjena za drugi (Kövesces 2002: 7–8). Tradicionalni, odnosno objektivni pogled na metaforu, kako ga Lakoff i Johnson (1980) zovu, baziran je na Aristotelovom učenju zasnovanom na činjenici da je metafora poređenje dviju stvari na neeksplicitan način. Suštinu objektivnog pristupa metafori najbolje je objasnio Kövesces (2002: 7–8) navodeći kako je metafora lingvistički fenomen koji se koristi u umjetničke svrhe, bazira se na jednakosti dva entiteta te je samo talentirani ljudi koriste, i to svjesno. Također, koristi se u posebnim prilikama i nije dio naše svakodnevnice.

Svaka gore navedena stavka opovrgnuta je od Lakoffa i njegovih suradnika. Oni smatraju da takav pristup narušava doprinos metaforičkom govoru. Svodeći metaforu samo na svjesnu upotrebu i ograničavajući je na talentirane osobe, potcjenjuje se jedan od vrlo važnih aspekata u našem svakodnevnom životu. U prilog tome valja istaknuti da osoba, koliko god bila inteligentna, u svakodnevnom govoru metaforu nesvjesno upotrijebi nekoliko puta. Stoga, kognitivnolingvistički pristup metafori predstavlja najprihvatljiviji način razumijevanja metafore. Tradicionalno, zagovornike ovog pristupa zovemo eksperijentalistima, odnosno kognitivistima. Kognitivni pristup metafori zagovara da metafora nije samo pitanje jezika, već da je njena upotreba itekako prirodna i nesvjesna. Stoga, kako i Kövesces ističe, metafora nije ograničena samo na upotrebu u umjetničke svrhe niti se upotrebljava samo svjesno (2002: 4). Jednakost je katkad zaista prisutna kod metafore, ali je to samo jedna od mnogih osnova za metaforu. Konačno, metafora je neizbježan dio našeg svakodnevnog života: bez nje ne možemo, zaključuje Kövesces.

Kognitivni pristup jezik posmatra kao dio ljudskoga kognitivnoga (spoznajnoga) sistema i proučava ga u sprezi najprije s percepcijom, mišljenjem i razumijevanjem, s kojima je u izravnoj i neprekidnoj interakciji. Jezičke strukture odraz su ljudskih konceptualnih struktura. Stoga će biti važno objasniti koliko ljudsko znanje, iskustvo pa i kultura imaju utjecaja pri stvaranju određenih metafora.

3. Konceptualna metafora

Teorija konceptualne metafore vezuje se za knjigu Georga Lakoffa i Marka Johnsona *Metaphors We Live By* (1980), odnosno *Metafore koje život znače* u prijevodu na hrvatski jezik (prev. Anera Ryznar: Disput, Zagreb, 2015). Navest ćemo neke od definicija konceptualne metafore. To je veza između dvije domene znanja koja se očituje na različitim jezičkim i nejezičkim razinama – u svakodnevnom jeziku, u pjesništvu, u frazemima, u diskursu, kroz povijesni razvoj jezika (Stanojević 2013: 15). Konceptualna metafora podrazumijeva razumijevanje jedne konceptualne domene na temelju pojmova iz druge konceptualne domene (Kövecses 2010: 4).

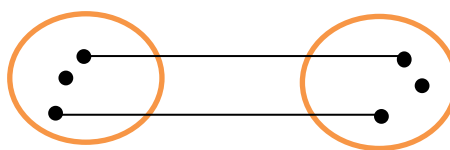
Početak konceptualne metafore nije u jeziku. Konceptualno, spoznajno, ono nastalo u našem umu prethodilo je izgovorenom, ali jezik je sredstvo kojim izražavamo naše poimanje svijeta. Stoga u ovome će radu biti važno objasniti da li je metafora jezički ili konceptualni entitet. Osvrnut ćemo se i na konvencionalnost, odnosno nekonvencionalnost metafora, što ustvari zavisi od kulture onoga koji metafore tvori. Zanimljivo je i pitanje da li metafore nastaju u određenom vremenu ili su nastale mehanički u trenutku naše motivacije. Svakako je važno osvrnuti se i na podjelu metafora koja je usko vezana za prethodna pitanja.

Ono što je zajedničko i neosporivo u svim radovima o konceptualnoj metafori jeste činjenica da se *metaforički jezički izrazi tumače kao izrazi umne veze između dvije domene* (Stanojević 2014: 13). Konceptualna metafora izjednačava dvije oblasti koncepata, kao u: RASPRAVA JE RAT. Izraz izvorna domena koristi se za područje koncepcije iz kojeg se izvlači metafora: ovdje – *rat*. Ciljna domena koristi se za područje koncepta na koji se metafora primjenjuje: ovdje – *rasprava* (Knowles i Moon 2006)¹.

Dakle, to je kognitivni proces konstruiranja značenja na temelju kojeg povezujemo dvije konceptualne domene: izvornu domenu (engl. *source domain*) i ciljnu domenu (engl. *target domain*; Lakoff i Johnson 1980; Kövecses 2002, 2005). Izvorne su domene konkretne domene, utemeljene na ljudskom iskustvu s fizičkim svijetom, dok su ciljne domene obično apstraktne (Berberović i Delibegović Džanić 2010: 34).

¹ Navedeno prema: Nordquist, Richard, *Target Domain (Conceptual Metaphors)*, <<https://www.thoughtco.com>>, stranica posjećena 23. 9. 2017.

Izvorna domena Ciljna domena



Slika 1. Konceptualna metafora²

Budući da se konceptualna metafora kao spoznajna sposobnost odražava u jeziku, *razlikujemo dvije razine: metaforički jezički izraz i konceptualnu metaforu* (Stanojević 2009: 339–340). Vrlo je važno razlikovati ta dva pojma. Kövecses (2002: 30) navodi kako je konceptualna metafora način razmišljanja o apstraktnim konceptima, dok je metaforički izraz način govora o apstraktnim konceptima. Također, navodi i listu najčešćih izvornih i ciljnih domena i to – izvorne domene: ljudsko tijelo (šef: glava odjela); životinje (*Ona je prava zmija*); biljke (plod rada); zgrade i objekti (*Njena karijera je ruševina*); toplota i hladnoća (hladan pogled); svjetlo i tama (tamno, loše raspoloženje) itd. Neke od najčešćih ciljnih domena koje navodi su: emocije (*Oslobodio je bijes*); želja (*Gladan sam ljubavi*); društvo (*prijateljska nacija*); vrijeme (*Vrijeme leti*); život i smrt (*Beba ubrzo stiže*) itd. (Kövecses 2002: 16-24).

Da bismo pojasnili o čemu se zapravo radi, iskoristit ćemo sljedeći primjer:

(1) Zašto Komšiću smeta stabilizacija prilika u FBiH, zašto **se kocka** sa interesima države? (www.vijesti.ba) Stranica posjećena 17. 10. 2016.

Primjer (1) metaforički je jezički izraz jer se u njemu određeni postupak i događaj u životu opisuje kao kartaška igra ili igra na sreću, tj. kocka. Na izvornu domenu kartaške igre upućuje jezički izrazi *kockati se* u (1). Uprkos tome, Komšić u (1) nema veze s kockanjem, ali se ipak preko njega *kockanje* kao konkretniji fenomen preslikava na domenu *političkog života* kao apstraktnijeg fenomena. Na taj način možemo uspostaviti konceptualnu metaforu ŽIVOT JE KARTAŠKA IGRA ili ŽIVOT JE IGRA NA SREĆU, ili, kako ćemo ju kasnije u ovom radu zvati, ŽIVOT JE KOCKA. Takav je naziv metafore samo skraćeni oblik bilježenja skupa preslikavanja (engl. *mapping*) iz izvorne na ciljnu domenu (Werkmann 2010: 36). Preslikavanja u konceptualnoj metafori odnose se na korespondencije između dviju domena (Evans 2007: 130). Dakle, riječ je o skupu naših znanja o tome šta se preslikava na šta. Za konceptualnu metaforu mnogo je važnije preslikavanje nego metaforički izrazi. Lakoff i Johnson (2015) navode da se svako preslikavanje posmatra kao ustaljen, fiksiran uzorak ontološke

² Navedeno prema: Berberović i Delibegović Džanić (2014: 8).

korespondencije prema domenama koje se mogu ili ne mogu primijeniti na strukturu znanja izvornih domena ili na njihovu leksičku stavku. Osim preslikavanja, tj. povezivanja pojedinih dijelova domena, kod konceptualne su metafore važne i posljedice shvaćanja ciljne domene putem izvorne domene (engl. *metaphorical entailments*; Lakoff 1987: 386–389). Ovdje se misli na metaforičko zaključivanje o pojedinim aspektima ciljne domene na temelju zaključaka i znanja o izvornoj domeni. Naprimjer, u kockarskim igrama postoje karte koje manje ili više vrijede u igri, pa to ima posljedice u ciljnoj domeni stvarnog života te se tako ljudi dijele na one koji su manje ili više uspješni u igri života.

Dakle, dvije su stvari izuzetno bitne za konceptualnu metaforu. Prva jeste iskustvo koje je od centralne važnosti za teoriju konceptualne metafore. Jezik koji svakodnevno koristimo u vezi je s našim iskustvom o određenim stvarima, a onda to iskustvo projiciramo i pohranjujemo u naš konceptualni sistem iz kojeg stvaramo konceptualne metafore. Iskustvo, bilo biološko, kulturalno ili neko drugo, omogućava nam da konceptualiziramo jedan pojam preko drugog (Kövecses 2002: 69–71). Tako, naprimjer, naše iskustvo putovanja pomaže nam da konceptualiziramo ljubav te nastaje metafora LJUBAV JE PUTOVANJE. Druga stvar jeste jednakost kao osnova preslikavanja s jedne domene na drugu. Kövecses (2020: 189) ističe kako je jedan entitet strukturalno jednak drugom. U prilog tome navodi primjer: IDEJA JE HRANA. U ovom se primjeru ideja izjednačava s hranom. Oba pojma mogu biti progutana, sažvakana, ali je razlika u tome što se ideje ne žvaču ili gutaju doslovno, već se taj termin koristi da konceptualiziramo ideje pomoću konkretnog pojma.

3.1. Konceptulna je metafora isključivo konceptualni entitet

U prethodno rečenom naveli smo da konceptualne metafore nastaju prvenstveno u našem umu. Lakoff i Johnson (2003) smatraju da o nekim stvarima ne možemo drukčije razmišljati nego metaforički. Ono što metaforu čini konceptualnom (a ne samo jezičkom) jeste ideja da motivacija za metaforu boravi na razini konceptualne domene. Drugim riječima, Lakoff i Johnson smatraju da ne govorimo već i da mislimo metaforički (Evans i Green 2006: 295). Takve su metafore dio naše kognitivne sposobnosti i njima um slobodno operira. Da bismo izrazili šta mislimo, ponekad nužno povezujemo osjećaje koji su nam fizički bliski. Naprimjer, osjećaj topline nam je fizički blizak, pa preko njega objašnjavamo mnoge druge osjećaje i pojave te tako tvorimo konceptualne metafore, recimo: LJUBAV JE VATRA. Lakoff i Johnson (2003: 245) ističu kako nije baš široko prihvaćena ideja da su konceptualne metafore

pitanje konceptualnosti sistema, a ne jezika. U prilog tome Stanojević (2014: 12) naglašava kako se neki istraživači (kao Steen i ostali) bave isključivo jezičkim metaforama ili prihvaćaju upozorenja da valja jasno razlikovati jezičku od konceptualne i psiholingvističke analize. Međutim, ne treba i ne mogu se odvajati ove dvije razine. Onoliko koliko je važna, pa i primarna, konceptualna razina metafore toliko je važna i jezička. Jasno je da konceptualne metafore nastaju u umu i da su posljedica nekog našeg iskustva, međutim *način na koji je metafora izražena – tj. njezin jezički dio – itekako je važan* (Stanojević 2014: 13). U ranijim su radovima Lakoff i Johnson konceptualnu metaforu povezivali s jezikom, ali Stanojević (2013: 91) navodi kako oni nikada nisu obraćali puno pažnje na jezičke izraze kojima se izriče neka konceptualna metafora. Međutim, kako naglašava, jezik je važan iz dva razloga:

1. područje znanja neodvojivo je vezano za um, pa preko jezika možemo doći do kognitivnih procesa kao što je metafora;
2. neki metaforički jezički izrazi mogu biti konvencionalni, tj. uobičajeni (npr. *Planula je ljubav*), dok su drugi inovativni, tj. u navedenom obliku nisu uobičajeni (npr. *Vatra jedva da se pali*).

Dakle, jezik je važan budući da njime izražavamo svoja iskustva pretočena u neku konceptualnu metaforu. Stalnom upotrebom određenih metafora one postaju ustaljene, dok neke nastaju u određenim situacijama i nisu toliko svakodneвне. Ovaj problem ćemo dalje objasniti.

3.2. Dvostruki karakter konceptualne metafore i motiviranost

Kako smo već ranije spomenuli, konceptualna je metafora kognitivna sposobnost koja nam dopušta povezivanje dviju domena znanja. Svaki se put kod procesuiranja aktivira neka veza između dviju domena bazirana na našem iskustvu poimanja svijeta. Neke od tih veza preuzeli smo iz govora drugih ljudi. Čuli smo neku metaforu, procesuirali je te je prihvatili kao način izražavanja osjećaja ili misli. Neke metafore su nam iskustveno bliže i samim tim češće ih upotrebljavamo. One su istaknute i upravo ta njihova istaknutost opravdava gledanje na konceptualnu metaforu kao na ustaljenu vezu između dviju domena. Druge metafore, manje ustaljene, jesu plod određenog stanja, osjećaja ili trenutka. Konceptualna se metafora ne može predvidjeti, tj. ne možemo tačno reći koja će se upotrijebiti u određenoj situaciji. Dakle, *ona može biti motivirana* (Kövecses 2002: 68–69).

Lakoff i Johnson (2003) motiviranost smatraju središnjim fenomenom u spoznaji. Neke izvorne domene, čak i često, odnose se na različite ciljne domene. Takav su primjer, recimo, metafore: ŽIVOT JE PUTOVANJE i LJUBAV JE PUTOVANJE. Obje metafore koriste izvornu domenu putovanja kako bi se objasnile ciljne domene života i ljubavi. Ne možemo predvidjeti kada ćemo upotrijebiti koju, odnosno situacija mora biti prikladna, moramo biti njome motivirani da bismo jednu ili drugu upotrijebili. Pitanje motiviranosti metafora vrlo je važan dio teorije o konceptualnoj metafori. Njime se pokušava odgovoriti zašto dolazi do određenih veza u konceptualnoj metafori te zašto su izvorne domene kojima pokušavamo objasniti ciljne iskustveno bliže i jednostavnije. Jedno je od načela strukturnih ograničenja metafore, koje ograničava preslikavanje iz izvorne u ciljnu domenu, načelo *nepromjenjivosti* (Werkmann 2010: 37). Nije moguće preslikavanje svega na sve. Kövecses (2002: 107–120)³ predlaže tri pojma za analizu metaforičkog jezika i misli: *doseg metafore* (engl. *scope of metaphor*), *glavno žarište značenja* (engl. *main meaning focus*) i *središnja preslikavanja* (engl. *central mapping*). Polazi od činjenice da ciljna domena može imati nekoliko izvornih domena te postavlja pitanje na kakve i koliko se ciljnih domena prenosi jedan izvorni koncept. Navedeno objašnjava pojmom *dosega metafore*: jedna se izvorna domena može koristiti za više različitih ciljnih domena. Svaka izvorna domena ističe jedan vid ciljne domene, odnosno preslikava se glavno žarište, značenje koje je utemeljeno u centralnom znanju, našem znanju o svijetu. Preslikavanja su središnja ako se glavno žarište izvorne domene (središnje znanje) preslikava na ciljnu domenu. Stoga je ideja središnjeg preslikavanja sljedeća⁴:

1. dovodi do pojave drugih preslikavanja,
2. odražava kulturalnu važnost polazne domene,
3. iskustveno je motivirano (fizički i/ili kulturalno) te
4. dovodi do jezičkih izraza koji prevladavaju u pojedinoj metafori.

Ovdje trebamo spomenuti i univerzalnost. Ljudi različitog govornog područja dijele neke određene metafore. Jedan od najboljih primjera koje navodi Kövecses (2002: 166) jeste metafora: LJUTNJA JE VRUĆINA (engl. ANGER IS HEAT). Budući da je ova konceptualna metafora uvjetovana psihološkim procesima u našem tijelu (kako se povećava temperatura našeg tijela, tako raste i stepen ljutnje), smatra se da je ona univerzalna. Razlika kako ljudi

³ Navedeno prema: Čizmar (2016: 35).

⁴ Navedeno prema: Stanojević (2001: 86).

objašnjavaju svoju ljutnju samo je pitanje izbora metaforičkih izraza koje koriste, a ne kako ju konceptualiziraju. Naprimjer, konceptualnu metaforu LJUTNJA JE VRUĆA TEKUĆINA U POSUDI (engl. ANGER IS A HOT FLUID IN A CONTAINER) govornici engleskog jezika koriste uključujući ljudsko tijelo u cjelini (Ljutnja je *ključala u njemu*; engl. The anger *welled-up inside him*), dok se govornici japanskog jezika fokusiraju na određeni dio tijela – utrobu, i često ju uključuju umjesto tijela u cjelini kao metaforički jezički izraz (Kövecses 2002: 166–67). Taj fenomen uvjetovan je kulturom.

Ako na metaforu gledamo na način koji predlažu Lakoff i Johnson (1980), možemo zaključiti da se metafore ne pojavljuju najprije u jeziku, nego u misli, što bi značilo da mi njima ustvari razumijemo svijet i ne služe nam samo u govoru. To znači da je jedan vrlo važan dio kulture metaforičko razumijevanje koje koristimo za neke neopipljive entitete kao što su mentalni procesi, osjećaji, moralne vrijednosti, društvene i političke institucije i slično (Werkmann 2010: 39). U tom slučaju metafore kojima se služimo postaju ključne za razumijevanje tih neopipljivih entiteta, iz čega slijedi da su metafore sastavni dio kulture. Kövecses (2005: 34) smatra da će primarne metafore vrlo često biti univerzalne, a one složenije neće jer kultura uveliko utječe na stvaranje kompleksnih metafora zbog složenih veza među primarnim metaforama. Ističe kako je očito da metafore na konceptualnoj, tj. generičkoj razini funkcioniraju univerzalno, no generičke su sheme u različitim kulturama ispunjene na različite načine. Metafore variraju od kulture do kulture jer naša iskustva variraju. Ne poimamo iste stvari jednako. Kövecses (2005: 231–246) naglašava da je ono što utječe na naša različita iskustva fizička okolina, društveni kontekst (odnosi moći i društveni pritisak), kulturalni identitet, kulturalni kontekst, osobna povijest te različita zanimanja i interesi (grupni ili osobni). Ljudi su generalno različito usredotočeni na različite aspekte društvenog života, neki svoja iskustva stavljaju u prvi plan, neki u drugi. Zasiurno je da, recimo, metaforu LJUBAV JE RAT oni koji nisu doživjeli pakao rata neće shvatati i doživljavati jednako kao oni koji jesu ili su trenutno u ratu. Moje iskustvo rata nije isto kao kod onoga ko je učestvovao u ratu i lice u lice svjedočio toj borbi. Međutim, moja upotreba te metafore neće oslabiti moju ljubav, već je nečije iskustvo dovelo do stvaranja takve metafore općenito. Svi imamo asocijacije vezane za rat, bilo da ga gledamo na televiziji ili ga doživimo; rat je borba, pobjeda, bitka, gubitak, sukob i pomoću tih domena pokušavamo opisati domenu ljubavi. Lakoff i Johnson (2015: 5) kažu kako je bit metafore razumijevanje i doživljavanje jedne vrste stvari pomoću druge. Zbog toga moja okolina razumijeva ljubav kao borbu, dok to možda ne bi bio slučaj u nekoj drugoj kulturi.

Iz svega navedenog vidjeli smo da metafore mogu biti motivirane, međutim nisu predvidljive. Kövecses (2002: 67) načelo *predvidljivosti* (engl. *predictability*) smatra odlikom formalnih teorija jezika, npr. generativne gramatike, koje su se pokušale oblikovati prema „tačnim“ naukama poput fizike. Na osnovu toga, metafore koje imamo trebale bi biti predvidive, a ako ih naša teorija ne može predvidjeti, onda bi teorija bila neznanstvena, smatra Kövecses (2002: 67). Međutim, kako smo već naveli, temelj konceptualne metafore jeste iskustvo, tj. iskustvena baza i motivacija metafore. Iako je problem konceptualne metafore što se upotrebljava samo jedan njen dio, a drugi ostaje neiskorišten, rješenje nam daje načelo *nepromjenjivosti* (engl. *invariance principle*) koje je Lakoff (1990: 54) odredio ovako: *Metaforičko preslikavanje čuva kognitivnu topologiju (strukturu predodžbene sheme) izvorne domene*. Odnos izvorne i ciljne domene ograničava moguća preslikavanja, nemoguće je proizvoljno preslikavanje bilo kojeg dijela izvorne domene na bilo koji dio ciljne domene. Grady je svojom klasifikacijom i objašnjenjem konceptualnih metafora djelimično odgovorio zašto se pojavljuju određena preslikavanja, dok druga nisu moguća.

3.3. Vrste konceptualnih metafora

Grady (1999) je konceptualne metafore podijelio na *primarne* (engl. *primary*) i *korelacijske* (engl. *correlation*) te na *metafore sličnosti* (engl. *resemblance*).

3.3.1. *Primarne metafore* predstavljaju suprotne veze koje u konačnici žive unutar većih konceptualnih kompleksa (Grady 1999: 1608). One su utemeljene na iskustvu *te preslikavaju osnovne perceptivne koncepte na jednako važne, ali neperceptivne koncepte* (Čizmar 2016: 34). Takvu metaforu navode Lakoff i Johnson (2015: 15): VIŠE JE GORE. Ona je jednostavna i postoji iskustvena osnova po kojoj je formirana. Grady (2007: 193) to objašnjava ovako: postoji iskustvena korelacija između količine i visine i samim tim između drugih koncepata sparenih u primarnim metaforama: npr., sreća i svjetlost (osjećamo se sretnije i zadovoljnije na svjetlu nego u mraku).

3.3.2. *Korelacijske metafore* proizlaze iz kombinacije dviju ili više primarnih metafora. Time se objašnjavaju ograničenja mogućih preslikavanja. Naprimjer, korelacijska metafora TEORIJE SU ZGRADE nastala je kombinacijom primarnih metafora TRAJANJE JE USPRAVLJENOST i STRUKTURA JE FIZIČKA STRUKTURA te samim tim objašnjava zašto su preslikavanja vezana za strukturu teorije (Grady 1997: 37–72).

3.3.3. *Metafora sličnosti* temelji se na sličnosti navedenih koncepata. Grady (1999: 87–88) navodi primjer *Ahilej je lav* i zaključuje da hrabri ljudi i lavovi, u nekom smislu, nalikuju jedni drugima. Nadalje, Grady (1999: 95–97) objašnjava da su primarne i korelacijske metafore jednosmjerne, dok metafore sličnosti dopuštaju dvosmjernost. Ontološkom razlikom Grady (1999: 96) definira vrste koncepata izvorne i ciljne domene. Metafore sličnosti uključuju iste ili slične koncepte, a korelacijske/primarne metafore različite. Iako je Grady ovakvom podjelom pokušao objasniti zašto ne dolazi do nekih preslikavanja, nedostatak ove podjele jeste što je zapostavljena uloga kulture u metaforama. Za razliku od Gradyja, Kövecses nam je obrazloženjem središnjeg preslikavanja potvrdio koliko je kultura neodvojiva od konceptualne metafore, pa samim time možemo smatrati da je Gradyjeva podjela djelomično nepotpuna.

Druga podjela metafora jeste podjela na osnovu kognitivne funkcije koju vrše i to na strukturne, ontološke i orijentacijske metafore (Kövecses 2010: 59).

3.3.4. Strukturne metafore

Konceptualna funkcija strukturnih metafora pomaže slušaocu da pomoću značenja domene B razumije domenu A. Dakle, radi se o klasičnom preslikavanju značenja s domene A na domenu B, odnosno jedan koncept metaforički se ustrojava pomoću drugoga (Lakoff i Johnson 2015: 14). Kövecses (1999: 37) navodi primjer *vremena*, koje se strukturira pomoću pokreta i prostora. Vrijeme razumijevamo u smislu nekih osnovnih elemenata: fizičkih objekata, njihovih lokacija i pokreta. Postoje uvjeti koji se odnose na ovaj način razumijevanja vremena: *sadašnje vrijeme je na istoj lokaciji kao i posmatrač* (Kövecses 1999: 37).

Kövecses (1999: 37) nadalje objašnjava da se na temelju osnovnih elemenata i uvjeta dobijaju određena preslikavanja:

VRIJEME SU STVARI.

PROLAZAK VREMENA JE POKRET.

BUDUĆE VRIJEME JE ISPRED POSMATRAČA; PROŠLO VRIJEME JE IZA NJEGA.

JEDNA STVAR SE POKREĆE, DRUGA MIRUJE; ONA KOJA MIRUJE JE DEIKTIČKI CENTAR.

Na osnovu ovih podataka dobijamo metaforu: VRIJEME JE KRETANJE. Takva je i metafora koja nas posebno zanima: VRIJEME JE NOVAC. Uz pomoć preslikavanja razumijevamo pojam vremena. Bez metafora bi bilo teško zamisliti kakav bi naš koncept vremena uopće bio.

3.3.5. Orijentacijske metafore

Prema nazivu i sami možemo zaključiti da ove metafore imaju veze s prostorom. Dakle, većina ovih metafora vezuje se za osnovne ljudske prostorne orijentacije, kao što su gore-dolje, centar-periferija i slično. U slučaju orijentacijskih metafora jedan koncept ne ustrojava drugi kao kod strukturnih, već organizira čitav sistem koncepata i njihov međuodnos. Kövecses (2002: 40) smatra da je ovu vrstu konceptualne metafore prikladnije nazvati "metafora koherentnosti" jer je više u skladu s kognitivnom funkcijom koju ova metafora obavlja. Pod pojmom "koherentnosti" jednostavno mislimo da određeni ciljni koncepti imaju tendenciju da budu koncipirani na jedinstven način. Kövecses (2010) navodi primjer: VIŠE JE GORE i MANJE JE DOLJE, gdje koncepte karakterizira "uzlazna" orijentacija, dok njihove "suprotnosti" dobijaju "silaznu" orijentaciju. Lakoff i Johnson (2015: 14) ističu da ove metafore nisu arbitrarne, već su utemeljene na fizičkom i kulturalnom iskustvu. Neke orijentacijske metafore mogu varirati od kulture do kulture, a Lakoff i Johnson (2015: 24) za primjer uzimaju pogled na budućnost koja se kod jednih nalazi ispred, a kod drugih iza. Međutim, vrlo je teško razlikovati fizičku od kulturalne osnove na kojoj se metafora temelji, jer se *odabir neke fizičke osnove između mnogo mogućih veže i uz kulturalnu koherentnost* (Lakoff i Johnson 2015: 18).

3.3.6. Ontološke metafore

Kövecses (2010: 59) ontologiju definira kao granu filozofije koja se dotiče prirode postojanja. Dakle, svoja iskustva shvatamo u smislu predmeta i supstancija općenito, bez preciziranja o kojoj se vrsti predmeta ili supstancije radi. Kövecses nadalje objašnjava kako je naše saznanje o objektima i supstancijama prilično ograničeno na općem nivou, pa ove općenite kategorije ne možemo koristiti da bismo shvatili mnogo o ciljnim domenama. To je posao strukturnih metafora, koje pružaju detaljnu strukturu za apstraktne koncepte. Tako Lakoff i Johnson (2015: 24) objašnjavaju da nam razumijevanje naših iskustava pomoću predmeta i supstancija omogućava da odaberemo dijelove svojeg iskustva i pristupimo im kao

odjelitim entitetima ili istovrsnim supstancijama. Ljudi su skloni da neke pojave uokvire i omeđe, pa pokušavaju da događaje, aktivnosti, misli i osjećaje posmatraju kao entitete ili supstancije. Ontološke metafore imaju različite namjene, a one se ogledaju u različitim vrstama tih metafora. Međutim, te su namjene, kao i kod orijentacijskih metafora, ograničene. To što neki nefizički predmet posmatramo kao entitet ili supstanciju ne znači da ga na temelju toga možemo istinski razumjeti. Mi ne znamo šta je um ustvari, ali ga posmatramo kao objekat i pokušavamo što više saznati o njemu. Na taj način nepredmetna stvar poprima predmetnost preko ontoloških metafora. Samim time personifikacija bi se mogla posmatrati kao oblik ontološke metafore, ističe Kövecses (2010: 60), budući da se ljudski kvaliteti dodjeljuju neljudskim entitetima.

Na ovaj način upotrebom ontoloških metafora mi svijet bolje razumijevamo, posebice upotrebom personifikacije, jer preko „sebe“ razumijevamo bića koja nisu naše vrste.

4. Metonimija

Teško je raspravljati o metafori a ne dotaknuti se metonimije budući da su one jako slične, čak se često jako teško razlikuju. Osvrnut ćemo se kratko na metonimiju, tek toliko da ju definiramo i distanciramo od metafore.

Kövecses (2010: 194) metonimiju na nejezičkom nivou definira kao kognitivni proces u kojem jedan konceptualni entitet, izvorna domena, pruža mentalni pristup drugom konceptualnom entitetu, ciljnoj domeni, unutar istog domena ili idealizovanog kognitivnog modela (ICM), kako metaforu nazivaju Lakoff i Johnson. Lakoff i Johnson (2015: 231) za najveću razliku između metafore i metonimije uzimaju činjenicu da u metafori postoje dvije domene: ciljna domena, koju čini neposredna tema o kojoj je riječ, i izvorna domena, u kojoj se odvija važno metaforičko rasuđivanje i koja je temelj ishodišnih koncepata koji se koriste u tom rasuđivanju. Navode kako u metonimiji postoji samo jedna domena: neposredna tema o kojoj je riječ. Samo je jedno preslikavanje; najčešće se metonimijsko ishodište preslikava na metonimijski cilj (referent) tako da jedan član domene može stajati za drugi. Kövecses (2010: 195) objašnjava kako su dva koncepta koji učestvuju u metaforičkom osnovu obično u odnosu *sličnosti*, dok se metonimija zasniva na odnosu *susjednosti*, tj. *neposredne blizine*. S obzirom

na razliku između *sličnosti* i *susjednosti*, Ray Gibbs (1994)⁵ predlaže dobar test kojim se može utvrditi da li se radi o metaforičkom ili metonimijskom izrazu. Riječ je o "je kao" testu. Kövecses (2010: 195) navodi primjer metonimije u kojem nije moguće upotrijebiti ovaj test:

We need a new glove to play third base. (Potrebna nam je nova rukavica za igru treće baze.)

Upotrebom testa „je kao“ rečenica bi parafrazom glasila: *The third baseman is like a glove.* (Igrač treće baze je kao rukavica) što je neprihvatljivo. Dakle, metonimija jednim entitetom referira na drugi, odnosno *omogućava nam da se jednim entitetom služimo kao „zastupnikom“ drugoga* (Lakoff i Johnson 2015: 34). Tako postoje razni primjeri gdje jedan entitet referira na drugi: dio za cjelinu, proizvođač za proizvod, korišteni predmet za korisnika, mjesto za ustanovu, mjesto za događaj i slično. Neki od primjera metonimije koje navode Lakoff i Johnson (2015: 25) jesu dio za cjelinu, proizvođač za proizvod i korišteni predmet za korisnika:

Najbolji mozgovi otišli su nam u inostranstvo.

Kupio je Ford.

Protiv tog silnika digla se kuka i motika.

⁵ Navedeno prema: Kövecses (2010: 174).

II. Istraživanje

5. Cilj istraživanja

U ovome radu pokušat ćemo prikazati koliko često i kako su upotrijebljene izabrane konceptualne metafore, odnosno koji jezički izrazi upućuju na njih. Izabrali smo korpus nasumično, koristeći se tekstovima objavljenim na različitim portalima i veb-stranicama određenih novina i časopisa koje smo pronašli na internetu. Neki od tekstova objavljeni su na poznatim i priznatim stranicama novina koje izlaze kao štampana izdanja, dok su neki portali manje poznati, pa čak i neprofesionalni. Smatramo da je takav izbor dobar jer će potvrditi činjenicu da metafora ne bira i nema veze s profesionalnošću (pa čak i obrazovanjem) onih koji tekstove pišu. Budući da je naše polje ograničeno na novinarsko-publicistički stil, takav korpus bilo je najjednostavnije pretražiti onlajn.

5.1. Metoda istraživanja

Kod istraživanja potrebno se fokusirati na empirizam. Dakle, šta god pokušali istražiti i opisati, to se mora slagati s usvojenom teorijom o konceptulnim metaforama, treba obuhvaćati dosta podataka (što više) te biti jasno formulirano i to sve na što jednostavniji način. U ovom ćemo radu objasniti zašto nešto smatramo produktom određene konceptualne metafore te prikazati što je moguće više primjera koji će reprezentativno ukazati na čestu upotrebu konceptualnih metafora u svakodnevnom govoru, tj. pisanju.

Stanojević (2013: 133) navodi kako postoje dva različita načina prikupljanja podataka: pretraživanje konceptualnih metafora u vezanom tekstu (*diskurzivni pristup*) i pretraživanje korpusa (*korpusni pristup*). Prvi pristup koristi se kada se želi prikazati koliko je potencijalnih metaforičkih izraza u određenom tekstu ili odlomku. Drugi pristup podrazumijeva da u elektronički pretraživom korpusu tekstova potražujemo neku riječ ili izraz koji nas upućuje na to koliko se ona puta javlja u nekom metaforičkom kontekstu. Korpusni pristupi pretražuju korpus kao neku vrstu „presjeka“ jezika, ističe Stanojević (2013: 139). U principu, najveća razlika između ova dva pristupa jeste u količini tekstova koji se istražuju.

U ovome radu koristit ćemo *korpusni pristup*. Pronašli smo određeni broj tekstova novinarsko-publicističkog stila, dakle tekstove iz sfere politike, sporta i općenito tekstova koji nas informiraju o dešavanjima u svijetu. Tekstovi zabavnog karaktera pokazali su se skoro beskorisnim jer se odabrane metafore slabo koriste u takvom govoru/pisanju.

Metoda kojom smo se koristili jest ona koju je i Stanojević (20013: 140) detaljno objasnio u svojoj knjizi o konceptualnoj metafori. Dakle, prvo pronađemo neki tekst i pod pretpostavkom da će se neki metaforički jezički izraz u njemu pojaviti, jer je naslov teksta aludirao na to, u pretraživač (upotrebom tipki ctrl + F) upisujemo izraz koji nas uputi ili ne na metaforički primjer. Za konceptualne metafore važne su kolokacije koje su gramatički vezane s ciljnom domenom riječi. Dakle, tražimo izraze u kojima se uz traženi javlja i neki drugi izraz koji je s datim povezan nekom gramatičkom vezom i to tako da drugi izraz upućuje na metaforičko shvaćanje prvog izraza (Stanojević 2013: 141). Ovakav pristup istraživanju dosta nam olakšava jer ne moramo isčitavati cijeli tekst, kao što bismo morali prilikom korištenja diskurzivnog pristupa, već možemo iskoristiti prednost korpusa. Međutim, ovaj pristup ima i svoje mane. Jedna od najvećih je što se ovim pristupom teško može doći do implicitnih metafora. Međutim, kako smo već naveli, istražujemo s pretpostavkom da metaforičko značenje u određenom tekstu postoji, tj. unaprijed pretpostavljamo i koji bi to metaforički izraz mogao upućivati na metaforičko značenje u skladu s našim iskustvom i znanjem.

6. Konceptualne metafore ŽIVOT JE KOCKA, VRIJEME JE NOVAC i POLITIKA JE GLUMA u novinarsko-publicističkom stilu

Ovim poglavljem započinjemo analizu i istraživanje navedenih metafora. Kako smo spomenuli, koristit ćemo korpus novinskih članaka pronađenih na internetu, gdje ćemo metaforičke izraze istaknuti i objasniti na koju se metaforu odnose. Prije svega definirat ćemo našu ciljnu i izvornu domenu te pojmove koji čine određenu konceptualnu metaforu i rječnički opisati.

6.1. Konceptualna metafora ŽIVOT JE KOCKA

Iz formulacije ove metafore izvlačimo dvije domene: život i kocku. Kako smo već u teorijskom dijelu objasnili, radi se o ciljnoj i izvornoj domeni. U ovom slučaju riječ je o preslikavanju izvorne domene kockanja na ciljnu domenu života. Metaforu ŽIVOT JE KOCKA ili ŽIVOT JE IGRA NA SREĆU ne koriste samo kockari, kako bismo pomislili, već i obični ljudi koji s kockanjem nikad nisu bili u dodiru. Ovom se metaforom naglašava neizvjesnost i rizik

u našim postupcima te da se nesreće i neuspjesi pojavljuju bilo kada, narušavajući naš dojam reda i kontrole (Werkmann 2010: 6).

ŽIVOT JE KOCKA pripada strukturnim metaforama. Dakle, apstraktni pojam *života* konceptualiziran je konkretnijim – *kockom*. Ljudima je bilo potrebno da neke situacije iz života objasne. Tako su metaforički razmišljajući o životu preko igara na sreću došli do nekog konkretnijeg odgovora šta je ustvari život. Zbog sličnosti između životnih situacija i kockanja došlo je do ove metafore.

Kockanje je zajednički naziv za različite igre. Igre na sreću historijski su jako stare. Neki povijesni dokumenti o postojanju igara na sreću stariji su za oko hiljadu godina od pojave prvog novca. Prema kineskim izvorima kartaška igra izumljena je 1120. na kineskom dvoru, gdje je vladarevim konkubinama služila za zabavu. U Evropi se prvi put spominje 1299. godine (Ilić-Dreven 1980: 3). Igre na sreću u većini se jezika nazivaju *hazardom*. Riječ *hasard* ili također *hazard*, *azard* ili *azart* arapskog je porijekla i izvedena je od riječi *az-zahr*, što na arapskom označava igru kockom. Dakle, pod pojmom hazardiranja, odavanja hazardu, strasti za hazard, podrazumijeva se da se čovjek u igri podređuje odlukama sudbine, odnosno da on odluku u igri ili nekim drugim rizičnim poduhvatima prepušta slučaju (Kozjak 2008: 2). Ponekada čovjek nije u stanju potpuno kontrolirati svoj život, pa se prepušta sreći i sudbini. Riskira budući da drugog izbora nema. Ljudi su uvidjeli sličnost takvih situacija s igrama na sreću i time pojam života učinili manje apstraktnijim. Promatramo naše postupke u životu kao kockanje, a njihove posljedice kao pobjedu ili gubljenje. *Postupci u životu, sami po sebi, nisu nalik kockanju* (Werkmann 2010: 6). Naši postupci jednostavno imaju posljedice, ali ih mi povezujemo s posljedicama u kockanju, tj. uočavamo sličnosti između odnosa kockanja i gubljenja ili pobjeđivanja i odnosa naših postupaka i posljedica (Kövecses 2002: 72). Percepcija života u smislu kockarske igre jeste proces razumijevanja života kao kockarske igre. Sličnost ove percepcije naziva se *percipirana strukturalna sličnost*. Sličnosti ove vrste pružaju važan izvor motivacije za neke konceptualne metafore, navodi Kövecses (2010: 82).

Kada govorimo o metaforičkim izrazima koji aludiraju na metaforu ŽIVOT JE KOCKA, najčešće nailazimo na: *kockati se*, *riskirati*, *ulagati* ili *ulog*, *licitirati*, *kartati*, *povući potez*, *biti na gubitku/dobitku*, odnosno izraz *dobitna kombinacija*. Ovi izrazi odnose se generalno na kockanje, tj. ne odnose se na neku konkretnu kartašku igru. Takvi su sljedeći primjeri (1a–8a):

1a. BiH se **kocka** i s novcem EU za obrazovanje: Potrebni su nam posvećeni partneri.
(www.klix.ba) Stranica posjećena 6. 7. 2017.

2a. Božo Petrov ovoga je tjedna bio spreman **riskirati** sve. (<http://www.slobodnadalmacija.hr>) Stranica posjećena 8. 7. 2017.

3a. Opušta se uz trešetu dok u Europi **licitiraju** milijunima... (<https://www.jutarnji.hr/>) Stranica posjećena 16. 7. 2017.

4a. Dok su trojica činili sve da Kladuša nazaduje, onaj koji je rođen 1966. godine u zaseoku od 20-tak kuća koji ni danas nema sigurne pitke vode iz kontrolisanog vodovoda je maksimalno raubovao Kladuščane i „**kartao**“ s državom sa obilježenim pokerom – sigurnim **dobitkom**. (<http://reprezent.ba/>) Stranica posjećena 24. 9. 2016.

5a. Spremićemo se da odigramo najbolje što možemo, jer je sutrašnji **ulog** veliki. Verujem da će utakmica biti sjajna", rekao je Đorđević. (<http://www.novosti.rs/>) Stranica posjećena 8. 7. 2016.

6a. Čak i kada bi, milošću Domoljubne koalicije, Orešković ostao premijer, on više ne bi imao ni milimetra prostora **povući** kakav samostalni **potez**. (<http://www.telegram.hr/>) Stranica posjećena 28. 5. 2016.

7a. Ukoliko se Andreju Plenkoviću prepusti vođenje Vlade bez zagarantirane saborske većine, svi zajedno **bit** ćemo **na dobitku**. (<http://www.telegram.hr/>) Stranica posjećena 13. 10. 2016.

8a. Jedan od njih je i manjinska Vlada HDZ-a kojoj bi Most pružao parlamentarnu podršku, a koja bar na prvu izgleda kao **dobitna kombinacija** za oba politička partnera. (<http://www.telegram.hr/>) Stranica posjećena 13. 10. 2016.

Svi su navedeni primjeri iz sfere politike, gdje se ovi izrazi i najčešće upotrebljavaju. Akteri u njima, BiH u (1a), Božo Petrov u (2a), on u (3a), onaj koji je rođen 1966. u (4a), Đorđević u (5a), Orešković u (6a), svi u (7a), Most u (8a) nemaju apsolutno nikakve veze s kockanjem, ne učestvuju u kartaškim igrama doslovno, već svoje postupke objašnjavaju izrazima koji su postali ustaljeni u našem govoru, a potječu iz sfere kartaških igara. Život je percipiran kao igra u kojoj se riskira, gubi ili dobiva, gdje se povlače potezi i ulaže baš kao što se to radi u pravim igrama. Ljudi doživljavaju određene sličnosti između igara na sreću i života, ali to nisu objektivne i već postojeće sličnosti između njih (Kövecses 2010: 82). Tu se radi, kako smo već spomenuli, o perceptivnim sličnostima, odnosno ljudi su na osnovu iskustva i znanja

o kockanju subjektivno povezali te dvije domene, a onda su takvi izrazi postali svakodnevni i ušli su u govor većine ljudi.

Postoje i izrazi koje često koristimo kako bismo istaknuli kako smo imali sreće u nečemu, a potječu iz konkretne kockarske igre.

10a. Naime, teško se oteti utisku da je atentat na Leutara došao kao **kec na jedanaest** Hrvatskoj demokratskoj zajednici i njenim neuspješnim nastojanjima da međunarodnu zajednicu ubijedi da bez Herceg-Bosne, u ovom ili onom obliku, nema ni opstojnosti Hrvata u Bosni i Hercegovini. (<https://www.bhdani.ba/>) Stranica posjećena 29. 3. 2016.

11a. Za moju psihu je bilo najbitnije da što pre dam gol, i zbog toga mi je rani gol došao kao **kec na desetku**. (<https://www.srbijadanas.com/>) Stranica posjećena 12. 4. 2017.

U navedenim primjerima situacija iz ajnca⁶ koristi se u kontekstu politike u (1a) kako bi se prikazala situacija koja je došla kao naručena, u pravi čas. Također se koristi i u kontekstu sporta (2a) za prikaz uspjeha (gola) kao dobrodošle nagrade.

Belot ili poznatije *bela* također je kartaška igra iz koje potječu izrazi koje svakodnevno koristimo, a da i ne znamo da su došli iz domene kartanja. U toj igri važan je adut, odnosno najjača boja od moguće četiri koja se određuje na različite načine, ovisno o vrsti igre. Kada kažemo da svako ima neke adute, mislimo na dobre osobine, prednosti, odnosno vrline. Taj izraz došao je iz domene kartanja i česti su primjeri u novinarsko-publicističkom stilu.

12a. Jedno je jasno, Klop dobija pravog **aduta iz rukava** za narednu sezonu! (<http://www.mozzartsport.com/>) Stranica posjećena 20. 7. 2016.

13a. Trener Hajduka Marijan Pušnik kaže kako priprema iznenađenja za meč protiv Rumuna, odnosno da **skriva karte i adute**... (<http://slobodnadalmacija.hr/>) Stranica posjećena 9. 7. 2016.

⁶ Ajnc, poznat kao i 21, igra se prema unaprijed određenom bodovnom sistemu. Svaka karta u špilu donosi određen broj bodova. Dvadeset jedan je najbolji mogući zbroj koji možete dobiti, a igrači bi se trebali fokusirati da dođu što bliže tom broju, bez prekoračenja. Igrači koji osvoje 21 automatski dobivaju 3:2 u odnosu na ulog. Igrači koji pobijede djelioca osvajaju duplo od iznosa koji su uložili. Ako djelilac pređe 21, svi igrači koji su ostali u igri dobivaju. Ukoliko djelilac dobije 21, svi igrači gube, osim onih koji imaju 21. (Izvor: <http://ajnc21.com/>)

U naš su jezik počeli ulaziti i primjeri s *asom*, pa se pojavljuje identična metafora koja riječ *adut* zamjenjuje *asom*. Takvu pojavu vjerovatno možemo pripisati sve većoj popularnosti pokera ili sve češćem posuđivanju iz engleskog jezika (Werkmann 2010: 9).

14a. Završava redovno zasjedanje Sabora, no postoji još jedan **as u rukavu** koji ima Plenković, koji ima HDZ. (<http://hr.n1info.com>) Stranica posjećena 20. 7. 2016.

15a. Za četvrtinu građana Srbije kralj je "**kec iz rukava**". (<http://www.b92.net/>) Stranica posjećena 20. 7. 2016.

16a. I što su s tim **asom u ruci** napravili Milanović, Vrdoljak i ostalih nekoliko hiljada zamjenika, pomoćnika, ravnatelja, načelnika i pročelnika zaduženih za državne nekretnine i strane investicije? (www.tacno.net) Stranica posjećena 20. 7. 2016.

Također se koristi i izraz *džoker u rukavu*. Džoker (engl. *joker*) posebna je igraća karta s likom lude koja nema boju niti vrijednost i može zamijeniti svaku drugu kartu (Ilić-Dreven 1980: 7).

Smatra se da ime džoker potječe od pogrešnog izgovora riječi "Jucker", njemačkog naziva za igru Juker (engl. Euchre), igre u kojoj je ta karta prvi put uvedena oko 1860. godine (Parlett 1996: 104). U njoj je džoker najjača karta.

I u novinarsko-publicističkom stilu takvi su primjeri česti.

17a. (...) ako je sklon partiji pokera, onda to ne mora samo biti blef, nego se možda i **joker iz rukava** pojavi! (<http://slobodnadalmacija.hr/>) Stranica posjećena 20. 7. 2016.

18a. Ima li Čović „**keca u rukavu**“, a Bakir Izetbegović „**džokera u rukavu**“, ostaje da se vidi. (<https://dnevni-list.ba>) Stranica posjećena 20. 7. 2016.

Jezički izrazi u primjerima (12a–16a) aludiraju na neko iznenađenje, neočekivanu situaciju u određenoj prilici. Obično se misli na nešto skriveno, što osoba čuva za sebe, a što će iskoristiti kako bi dobila ono što želi. Ta se „stvar“ čuva za kraj, dolazi kao „šlag na tortu“ i jasno je da dolazi od kartaških igara. As, kec, džoker u određenim igrama najjače su karte i s njima se pobjeđuje, čuvaju se za kraj i pobjedu, pa su stoga važne i u sferi života. One su sredstvo kojim se postiže cilj. Tako u primjeru (18a) možemo uočiti izraz *kec u rukavu* i *džoker u rukavu*. Moglo bi se govoriti i o nijansi značenja ta dva izraza tako što bi izraz *džoker u rukavu* predstavljao „nadograđenu“ verziju izraza *kec/as u rukavu*. Dakle, *džoker u rukavu*,

budući da je džoker najjača karta u Jukeru, ukazuje na apsolutnu pripremljenost na svaku situaciju, bez obzira na utjecaj drugih faktora. Misli se i na izlazak iz svake situacije, čak i one najgore. *Kec* ili *as u rukavu* znači isto, ali u blažoj varijanti budući da postoje i druge kombinacije karata koje pobjeđuju, odnosno *as/kec* nisu uvijek najjače karte.

Jedan od češćih izraza koje svakodnevno koristimo, a potječe iz kockarskih igara, jeste *blefirati*. Potječe od sofisticiranih igara poput bridža i pokera. *Blefirati* (engl. *bluff*) znači plašiti, zaplašiti, varati, zavaravati, obmanjivati; pretvarati se, praviti se, hvaliti se; zbunjivati razmetljivom reklamom, bacati nekom prašinu u oči u cilju obmanjivanja (Anić, Klaić, Domović 2002: 184). Glagol je ušao u naš govor kao običan, bez ideje da se odnosi prvenstveno na govor kockara. Tu se jasno primijeti koliko nismo svjesni metaforičnosti mnogih izraza koje koristimo.

19a. Ruski predsjednik Vladimir Putin smatra da Europa **blefira** oko istočne Ukrajine... (<https://www.jutarnji.hr/>) Stranica posjećena 20. 7. 2016.

20a. Dvorske igre na Markovom trgu: Petrov najviše izaziva, a Karamarko **blefira**. (<http://slobodnadalmacija.hr/>) Stranica posjećena 20. 7. 2016.

21a. Sjedinjene Američke Države (SAD) i Evropska unija (EU) smatraju da Rusija **blefira** u svom protivljenju nezavisnosti Kosova- (www.blic.rs) Stranica posjećena 20. 7. 2016.

Dakle, Europa u (19a), Karamarko u (20a) i Rusija u (21a) samo *plaše*, *bacaju prašinu u oči* i *prijete bez osnove*, baš kao što to čine kockari.

Česti su i izrazi potekli iz *preferansa*, kao što je izraz *biti u gabuli*.

22a. Dva mjeseca nakon Francuske i dva tjedna uoči starta kvalifikacija za Rusiju 2018, Ante Čačić **u maloj je gabuli**. (<http://sportske.jutarnji.hr/>) Stranica posjećena 20. 7. 2016.

Gabula (njem. Gabel) "rašlje", škare, odnosi se na težak položaj u preferansu gdje igrač ima damu i asa od kojih jedno vjerovatno mora izgubiti⁷. Dakle, situacija iz igre prenesena je na život, odnosno u primjeru (19a) Ante se našao u problemu ili će izgubiti ili dobiti. Na isti način koristi se i izraz *hopa ili tropa*, odnosno u kockanju ili dobiti ili izgubiti. I u životu je

⁷ www.onlinerječnik.com: stranica posjećena 25. 9. 2017.

tako, ili jedno ili drugo, pa smo preko domene kocke došli do izraza koji svakodnevno koristimo u životu. Inače, *biti tropa* znači *propasti*, *biti gubitnik*.

23a. Damir Zorić, predsjednik Uprave Euroherc osiguranja: 2012. bit će "**ili hopa ili tropa**". (<http://www.svijetosiguranja.eu/hr/>) Stranica posjećena 13. 4. 2016.

Zaista su izrazi koji se odnose na ovu metaforu mnogobrojni. Ona je univerzalna i možemo reći da je skoro sve kulture poznaju, s tim što postoje razlike u metaforičkim izrazima koji nisu svugdje isti – zbog toga govorimo o konvencionalnoj metafori koja je proistekla direktno iz određene kulture i *konvencionalne* je prirode. Poker je igra Zapada i nije jednako zastupljena u svijetu, a kod nas je tek u novije vrijeme aktualna, što znači da mnoge metaforičke izraze koje Amerikanci koriste mi ne poznajemo i njih je nemoguće prevesti na naš jezik da se metaforičko značenje zadrži. Takav primjer navodi Kövecses (2010: 82): *Where is he when the chips are down?* Ova metafora aludira na poker, tj. na žetone koji se koriste u pokeru. Problem se javlja kod prevođenja izraza *chips and down* jer ne postoji pravi ekvivalent u bosanskom jeziku i doslovnim prevodom gubi se i dio značenja koje nosi konceptualna metafora ŽIVOT JE KOCKA, tj. LIFE IS A GAMBLE. Navedeni je primjer kulturalno ograničen i ne može se prevesti na bosanski jezik a da se metaforičko značenje zadrži. Prijevod bi glasio: *Gdje je on kad zagusti/prigusti?* (Werkmann 2010: 9). Međutim, ipak se mnogi metaforički izrazi na engleskom jeziku koji proizlaze iz metafore ŽIVOT JE KOCKA/LIFE IS A GAMBLE mogu uspješno prevesti, ako ne istim izrazom, onda bar unutar iste konceptualne metafore (Werkmann 2010: 9). Generalno, ova metafora jedan je od najreprezentativnijih primjera konceptualne metafore općenito. Kockanje je sfera široko rasprostranjena u cijelom svijetu. Dovoljno je obrađivana i u književnosti od Dostojevskog *Kockara* do Puškinove *Pikove dame*. A svima je poznata Cezarova slavna izreka (konceptualna metafora u suštini) *Kocka je bačena* koja i danas živi u govoru širom svijeta i koristi se kako bi se istaknule neke kritične situacije, tj. one kada su neminovni neki sudbonosni događaji. Kad je riječ o „problemu“ prevođenja, ipak treba imati na umu da se prije svega prevodi smisao a ne denotativno značenje leksema nekog jezika.

Naposljetku, kockanje i izrazi koje kockari koriste nisu jedini način objašnjavanja života i pratećih problema u njemu. Metafora ŽIVOT JE KOCKA ne može odraziti sve strukturne vidove

života, ona samo doprinosi djelomičnom razumijevanju života. Postoje i druge metafore koje objašnjavaju život (Kim 1996: 39)⁸.

6.2. Konceptualna metafora VRIJEME JE NOVAC

Odmah na početku istaknut ćemo da je ova metafora strukturna. To znači da se vrijeme razumijeva u smislu konkretnog, opipljivog predmeta, tj. novca. Vrijeme se kao apstraktan pojam definira pomoću konkretnog pojma. Dakle, tu se radi o klasičnom preslikavanju značenja s domene A na domenu B, odnosno jedan se koncept metaforički ustrojava pomoću drugoga. Vrijeme se poima preko novca.

Evans (2004) ističe kako su još od vremena prije Sokrata filozofi i istraživači proučavali prirodu i strukturu vremena. Hamdi (2008: 5) ističe da Fraisse u *La Psychologie du Temps* (1956) objašnjava važnost vremena u ljudskom životu, ističući da od rođenja do smrti ljudsko tijelo prolazi kroz nekoliko promjena pod utjecajem vremena. Također ističe da su naši egzistencijalni uvjeti konstantno različiti i da nas modificiraju na različite načine, jer je naše postojanje strukturirano i oblikovano ritmovima noći i dana.

Vrijeme je svima dragocjeno, a u prilog tome govori činjenica da je vrijeme nepovratno. Vrijeme je i prolazno, brzo teče i o njemu nam ovisi život. Kako vrijeme teče, tako nam ističe i život. S druge strane, novac je u današnje vrijeme skoro pa isto toliko vrijedan kao i vrijeme. Novac je ograničen resurs kojim se služimo da bismo postigli svoje ciljeve (Lakoff i Johnson 2015: 8). U današnje doba potpuno je jasno zašto vrijeme poimamo preko novca. Sigurno je da je od najranijih vremena svima bilo jasno da se vrijeme troši. Kasnije, industrijalizacijom i modernizacijom društva novac je dobio izuzetnu vrijednost koju svi trošimo. Vratimo li se unazad, prije novca, zaključit ćemo da je uvijek postojala neka vrijednost kojom su se stvari plaćale, od perioda razmjene dobara, zlata pa i soli, ovisno o kojem se historijskom periodu radilo. U sadašnjem vremenu, iako se kaže da se novcem ne može kupiti sve, on ustrojava naše osnovne svakodnevne aktivnosti. Njime plaćamo hranu, račune, kredite, putovanja, pa ćemo otići toliko daleko i reći i ljubav i život, u nekom smislu. Neke su od praksi novije, nisu prije postojale, a u nekim kulturama ne postoje ni danas. Novac posmatramo i kao vrijednu robu, pa ga poistovjećujemo s vremenom i zato ga razumijevamo i doživljavamo kao nešto što

⁸ Navedeno prema: Werkmann (2010: 40).

se može potrošiti, protratiti, čime se raspolaže, što se ulaže mudro ili nepromišljeno, što se može štedjeti ili proćerdati (Lakoff i Johnson 2015: 8).

Jedan od najboljih primjera vrijednosti vremena prikazan je u filmu „In time“ (2017). Radnja je smještena u doba koje je za nas budućnost. Valuta kojom se sve plaća jeste vrijeme. Kada osoba postane punoljetna, njeno vrijeme počinje istjecati. Novca i zlata nema, sve se plaća vremenom koje svako nosi sa sobom (digitalni sat ispod kože na ruci govori koliko je vremena, tj. života nekome ostalo). Postoje sprave kojima se vrijeme može prebacivati drugome. Kada vrijeme istekne, ne zaradi se ili ne posudi, osoba umire. Ljudi ubijaju zbog *vremena*, krađu *ga*, posuđuju, dobivaju plaće u *vremenu*, od *njega* jedino žive. Poruka koju film nosi jasno aludira na metaforu VRIJEME JE NOVAC. Film je vrlo dobar pokušaj da se vrijeme opredmeti, da se pokuša prikazati u konkretnijem smislu. Izjednačeno je s opipljivim novcem, postalo je valuta. Na brutalan način prikazuje se sadašnje stanje s posjedovanjem, odnosno neimanjem novca. Kada ga nemate ili vam ga nestane, osuđeni ste na puko životarenje, smrt prije smrti. Izgubili smo vrijeme, tj. novac, gubimo i život. Budući da se radi o filmu američke produkcije, to nam je samo potvrda da i američka kultura vrijeme poima kroz novac.

Istražujući korpus tekstova, naišli smo na mnoge primjere konceptualne metafore VRIJEME JE NOVAC. Budući da smo spomenuli kako je vrijeme ograničen resurs i vrijedna roba, zaključujemo da pored metafore VRIJEME JE NOVAC možemo govoriti i o metaforama VRIJEME JE OGRANIČEN RESURS i VRIJEME JE VRIJEDNA ROBA. Sva tri metaforička koncepta čine jedinstven sistem zasnovan na supkategorizaciji jer u našem društvu novac je ograničen resurs, a ograničeni resursi vrijedna roba (Lakoff i Johnson 2015: 9). Ustvari, radi se o hijerarhijski ustrojenim metaforama, kako nadalje objašnjavaju Lakoff i Johnson, jer one imaju obilježje nužnih posljedica. VRIJEME JE NOVAC rezultira metaforom VRIJEME JE OGRANIČEN RESURS, što opet ima posljedicu da je VRIJEME VRIJEDNA ROBA.

Skladno tome, u nastavku ćemo pokazati pronađene primjere, objasniti i grupirati ih na osnovu hijerarhijskog ustrojstva gore navedenih metafora.

1b. Dodik je svjestan, kaže predsjednik SDS-a, da je **potrošio** svoje **vrijeme** i da promjene nezaustavljivo dolaze. (www.24sata.info) Stranica posjećena 29. 11. 2016.

2b. Ističe kako je **uložio** dosta **vremena**, energije i sredstava kako bi kombi vozilo uredio po vlastitom ukusu. (<https://www.nezavisne.com/>) Stranica posjećena 10. 8. 2017.

3b. Poslodavcu se daju apsolutne ovlasti da **gospodari vremenom** radnika što znači da će radnik postati totalni rob. (<https://dnevnik.hr>) Stranica posjećena 23. 12. 2016.

4b. Golman gostujuće ekipe želio je u sudijskoj nadoknadi **ukrasti par sekundi**, a onda je napravio veliku grešku. (<http://sportsport.ba>) Stranica posjećena 18. 9. 2016.

U primjerima (1b–4b) izrazi *potrošiti*, *uložiti*, *gospodariti*, *ukrasti* nas nedvojbeno upućuju na izvornu domenu, tj. *novac*. Dakle, preko domene novca, koja je konkretna, poimamo apstraktnu domenu *vremena*, pa skladno iskustvu da novac trošimo, ulažemo, krademo ili njime gospodarimo razumijevamo i vrijeme. S druge strane, zaključujemo da sudionici, dakle *Dodik* u (1b), *osoba* u (2b), *golman* u (3b) ili *poslodavac* u (4b) nisu iz sfere domene novca, nemaju veze s njim, već se preko njih novac kao konkretniji pojam preslikava na domenu vremena, koje je apstraktno. U slučaju da naša svijest ne funkcionira na ovaj način, ne bi bilo moguće razumjeti vrijeme. Stoga su ove metafore potvrda da one čine naš život, da bez njih ne možemo.

Kod navedenih metaforičkih izraza važne su i posljedice kod shvaćanja ciljne domene preko izvorne domene, odnosno na osnovu zaključka o izvornoj domeni donosimo stav o ciljnoj domeni. Tako možemo reći da se na osnovu količine novca koja je potrošena, uložena, kojom se gospodari ili koja je ukradena, može zaključiti koliko vremena imamo i koliko nam ga treba. U primjerima (1b–4b): *Dodik* u (1) je potrošio *svoje* (puno, sve) vrijeme, *NN* u (2) je uložio *dosta* vremena, *poslodavac* u (3) *gospodari* vremenom (potpuno ga posjeduje), a *golman* u (4) je ukrao *par sekundi*, dakle malo vremena. Stoga, preko iskustva s novcem, ukazuje se na to koliko ko raspolaže vremenom, koliko ga ima, koliko ga vrednuje i koliko je uspješan u njegovom posjedovanju i korištenju.

5b. Radnikovim će se **vremenom raspolagati** po volji poslodavca, a radnik nema izbora u ovakvoj situaciji visoke nezaposlenosti. (<https://dnevnik.hr>) Stranica posjećena 23. 12. 2016.

6b. Čini se kako general i saborski zastupnik Željko Glasnović dobro **raspolaže vremenom**, jer stigne obilaziti osnovne škole, ali istodobno i uvjetovati premijeru. (www.7dnevno.hr) Stranica posjećena 12. 11. 2016.

7b. Idemo se oporaviti jer **imamo** dosta **vremena**. (www.scsport.ba) Stranica posjećena 12. 11. 2016.

8b. **Preostalo** nam je još vrlo malo **vremena** da bismo reagirali uz prihvatljiv trošak, rekao je predsjedavajući Međuvladina panela o klimatskim promjenama (IPCC) dr. Rajendra Pachauri. (<https://www.tportal.hr/>) Stranica posjećena 12. 11. 2016.

9b. Možda nam je u vrijeme francuskog predsjedanja EU-om **ponestalo vremena**, a ako je to točno, onda nam se isto ne smije dogoditi pod predsjedanjem Češke. (<https://www.tportal.hr/>) Stranica posjećena 12. 11. 2016.

10b. Imamo **dovoljno vremena** za pregovore, sve će biti obavljeno u ustavnim rokovima. (<http://www.radio101.hr>) Stranica posjećena 12. 11. 2016.

U primjerima (5b–10b), jezički izrazi *imati dovoljno*, *raspolagati*, *preostalo* i *ponestalo* odnose se na ograničene resurse. Novac je najčešće najvredniji resurs i ograničen je. Ne postoji beskonačno novca, i svako ga posjeduje u određenim količinama. Zbog toga i vrijeme poimamo baš preko novca. Dakle, *imamo ga dovoljno*, *raspoložemo* određenom količinom, *preostalo* nam je toliko i toliko, odnosno *ponestalo* nam ga je, nemamo ga više nimalo. Neke od ovih izraza, kao recimo *Imamo dovoljno vremena*, govornik ili slušalac bez znanja o konceptualnim metaforama uopće ne bi smatrao metaforičnim, posebno jer ih koristi svakodnevno, bez predstave o tome da su one u osnovi izrazi nastali preslikavanjem apstraktnog pojma konkretnim. Našem umu bilo je potrebno da preko novca, koji je vidljiv očima, pojmi vrijeme i učini ga manje apstraktnijim nego što jeste. Možemo konstatirati da su svi apstraktni pojmovi u osnovi metaforički, jer ih drukčije i ne bismo mogli pojmiti, što je najveća vrijednost konceptualnih metafora.

U narednim primjerima izrazi navedeni pod metaforom VRIJEME JE NOVAC odnose se na vrijednu robu.

10b. **Hvala Vam na** izdvojenom vremenu za sportskevijesti.com, želimo vam sve najbolje u daljem radu! (<https://sportskevijesti.com/>) Stranica posjećena 12. 11. 2016.

11b. **Imamo vremena** za to, nije nikakva drama. Institucije funkcioniraju, Vlada i ministarstva funkcioniraju. (<https://dnevnik.hr>) Stranica posjećena 12. 11. 2016.

12b. Svake sedmice **poklonjeno** nam je **168 sati**. Na nama je kako ćemo ih iskoristiti! (<http://interview.ba>) Stranica posjećena 12. 11. 2016.

13b. **Izgubili smo** dio **vremena** zbog malog dječjeg vrtića Dubrovnik, neka djeca odlučila su se zaigrati i osvetiti i reći da razvoj treba stati. (<http://www.dnevno.hr>) Stranica posjećena 12. 11. 2016.

14b. Psiholog Žarko Trebješanin smatra da nije potrebno **odvojiti mnogo vremena** za analizu njihovih pojavljivanja u takvim emisijama, jer je političarima jedino bitno da budu poznati i popularni. (<http://www.danas.rs>) Stranica posjećena 12. 11. 2016.

Dakle, izrazi *hvala na, imamo, poklonjeno, izgubili smo* i *odvojiti* odnose se na vrijednu robu, kakva novac i jeste. Kao što smo i rekli, radi se o metafori VRIJEME JE VRIJEDNA ROBA koja je posljedica prethodno spomenute VRIJEME JE OGRANIČEN RESURS. Ako bismo definirali sintagmu „vrijedna roba“, mogli bismo reći da je to dragocjeno materijalno dobro čije je osnovno svojstvo da zadovoljava određene ljudske potrebe. Dakle, novac je dragocjeno dobro koje nam zadovoljava naše potrebe. Budući da naše enciklopedijsko znanje potkrijepljeno vlastitim iskustvom potvrđuje ovu činjenicu, samo smo ga prenijeli i na vrijeme. U principu, niti jedan akter u navedenim primjerima nema veze s novcem, ali vrijeme pojmi preko njega. Stoga, sva ova preslikavanja objašnjavamo kao: VRIJEME SU STVARI kako je objasnio Kövesces (1999: 37).

Pronašli smo još neke primjere navedene konceptualne metafore. Riječ je o frazama koje vrlo često koristimo.

15b. Turski predsjednik Recep Tayyip Erdogan u razgovoru za BBC poručio je da Europska unija **trati vrijeme** Turske. (<http://www.prvi.hr>) Stranica posjećena 12. 11. 2016.

16b. Očigledno je da **vrijeme postaje ključni faktor** - poručio je Genjac. (<https://www.oslobodjenje.ba/>) Stranica posjećena 12. 11. 2016.

Tratiti u (15b) znači rasipnički potrošiti, izgubiti nešto. Većinom se misli na vrijeme, jer su se *tratiti* i *vrijeme* udružile u izraz koji svakodnevno koristimo. Tako ćemo u rječniku pod *tratiti* često u zagradi naći *vrijeme* kako bismo taj glagol bolje razumjeli. Razlog je tome što tu imenicu najviše koristimo uz navedeni glagol. Međutim, pozadina te sintagme proizlazi iz iskustva s novcem koji neko rasipnički troši i gubi što rezultira preslikavanjem tog konkretnog entiteta na apstraktni, kakav je vrijeme. Dakle, radi se o središnjem preslikavanju, odnosno glavno žarište izvorne domene (središnje znanje) preslikalo se na ciljnu domenu.

Primjer (16b) je idealan da se dotaknemo vrlo važnog segmenta konceptualnih metafora, tj. kulture. Već smo spomenuli koliko ona igra važnu ulogu u kreiranju i razumijevanju metafora. Vrijeme kao ciljna domena shvaćena je preko izvorne domene (novca) kao ključni faktor u navedenom primjeru. Dakle, vrijeme je od velike važnosti. Shvaćamo da je tvorac ove metafore novac doživio kao ključni faktor života i na osnovu tog iskustva razumio i vrijeme. Međutim, da li se u svim kulturama vrijeme shvaća jednako? Zanimljivo je prije svega navesti da se naše podneblje dosta slaže sa američkim, odnosno kultura Zapada uveliko utječe na naše poimanje svijeta. Za to su zaslužni mediji prije svega, ali i politički i društveni život. Američka kultura poznaje metaforu VRIJEME JE NOVAC, i čak je vrlo često korištena, pa slobodno možemo reći da se vrijeme kod njih razumijeva preko novca, kao što je pokazano u ovome radu. Amerikanci vrijeme shvaćaju vrlo ozbiljno plašeći se da ga ne izgube. Ono je postalo toliko vrijedno da se smatra da ukoliko je neko utrošio godinu dana na neki zadatak, on je urađen bolje od onoga na koji se potrošilo samo mjesec dana, čak i ako je kvalitet rada isti. Takvu tendenciju sve više možemo primijetiti i kod nas.

Vrijeme je počelo da se mjeri satom, dok se ranije mjerilo prirodno, položajem Sunca. Međutim, danas nam sat više ne služi samo da vidimo koliko je vremena prošlo, već da odredimo brzinu naših radnji. Ukoliko se zamislimo, Amerika je jedna od bogatijih zemalja na svijetu i novac joj je vrlo važan. Drži monopol nad skoro cijelim svijetom. Nije ni čudno zašto svoje vrijeme percipiraju kao vrijednu robu. Za razliku od Amerike, naprimjer Burundi vrijeme percipiraju potpuno drukčije. Uopće ne koriste sat prilikom dogovaranja sastanaka, već, budući da su poljoprivredno društvo, koriste krave kao orijentir. Ukoliko žele zakazati poslijepodnevni sastanak, kažu: *Vidimo se kada krave izađu* (Marukhnyak 2010: 8). U ovoj kulturi nije potrebna preciznost sata, njihovo je vrijeme biološko. Samim time, zasigurno ga ne poistovjećuju s novcem i ne poznaju metaforu VRIJEME JE NOVAC. Međutim, možemo zaključiti da se pomenuta metafora može nazvati (djelomično) univerzalnom budući da ju dosta kultura u svijetu poznaju. Sličan primjer nalazimo i kod Kövecsesa (2005: 84–85): on navodi primjer rezultata istraživanja u kojem je od grupe američkih i mađarskih studenata zatraženo da izaberu zajedničke izvorne domene za ciljni koncept – život. Rezultati su otkrili da iako su učesnici uglavnom dijelili izvorne domene, javile su se razlike u prednosti za određene domene, i to tako što Mađari pokazuju prednost za konceptualizaciju života kao borbe, a Amerikanci za percepciju života kao dragocjenog posjeda.

Navest ćemo i interesantnu studiju koja je potekla od japanskog lingviste M. Hirage (1994), koji je detaljno analizirao neke razlike između japanske i američke kulture u okviru

kognitivne teorije metafore. Ona je pokazala da postoje četiri moguće kombinacije prilikom upoređivanja metafora dviju kultura.

Dvije kulture mogu imati:

- slične koncepte predstavljene u sličnim izrazima;
- slične koncepte predstavljene u različitim izrazima;
- slične izraze koji ipak ne dijele isti metaforički koncept ili
- različite metaforičke koncepte i različite metaforičke izraze.

Hiraga (1994: 2) dalje navodi primjere metafore VRIJEME JE NOVAC u engleskom (američkom) i japanskom jeziku:

- a. You're **wasting** my time. Kimi-wa boku-no jikan-o **roohishi-te i-ru**. (Trošiš moje vrijeme.)
- b. He's living on **borrowed** time. Jikan- o **kari-te** iki-te-i-ru yoona mono da. (Živi u **pozajmljenom** vremenu.)
- c. That flat tire **cost me** an hour. Sono panku-ni ichijikan **kakat-ta**. (Ta guma me je **koštala** sahat vremena.)

Kao što vidimo, navedene primjere moguće je prevesti i na naš jezik i to tako da se metafora očuva. Dakle, i u našoj su kulturi navedeni jezički izrazi postojeći. U našem korpusu pronađeni su primjeri sa istim jezičkim izrazima koji nas upućuju na metaforu VRIJEME JE NOVAC:

17b. Najkraće rečeno – želim državu koja više neće **trošiti** moje **vrijeme**, jer kad se ono izgubi to je nepovratno. (<https://www.onenastupaju.hr/>) Stranica posjećena 20. 7. 2016.

18b. Nakon toga im je to jesu li poklonili ili **posudili** vrijeme postalo manje važno. (<http://www.jutarnji.hr>) Stranica posjećena 20. 7. 2016.

19b. Sebastian Vettel je imao pole u rukama, ali ga je ispustio u posljednjoj šikani u kojoj je napravio grešku koja ga je **koštala** dosta **vremena**. (<http://www.f1-bih.com>) Stranica posjećena 20. 7. 2016.

Dakle, metafore su kulturalno uvjetovane čime se opravdava postojanje kultura koje metaforu VRIJEME JE NOVAC ne poznaju jer se koncept vremena drukčije percipira. Također, nije jedini

način poimanja vremena preko novca. Tu je i metafora VRIJEME JE KRETANJE koje je iskustvenije bliže ljudima budući da nam je kretanje fizički bliže jer se krećemo. Međutim, u ovom radu nas je zanimalo poimanje vremena preko novca.

6.3. Konceptualna metafora POLITIKA JE GLUMA

Jezik politike je tema mnogih jezičkih istraživanja još od antičkoga doba. Iako su akteri, tj. političari, i ono što oni govore u prvom planu istraživanja, analize i posmatranja, politički diskurs podrazumijeva i druge sudionike političke komunikacije kao što je auditorij kojem se političari obraćaju, od običnoga puka pa do njihovih protivnika iz drugih političkih stranaka. Dosada smo ukazali na činjenicu da je upotreba konceptualnih metafora vrlo često nesvjesna. Mnoge su metafore kao usječene u naš mozak, a Lakoff (2008: 45) navodi baš takvu. Riječ je o metafori koju Amerikanci koriste prilikom izjašnjavanja političke orijentacije, odnosno kojom se izražava stranačka pripadnost: *ljeвица i desnica*.

Političari itekako koriste metafore. Njihov je primarni zadatak pridobiti auditorij. Šta je politički govor, najbolje opisuju riječi Georga Orwella: *Politički govor (...) dizajniran je da laž učini da zvuči istinitije i ubistvo poštovanije i da čistom vjetru da izgled čvrstoće. Stoga, veliko je pitanje koliko je ono što političari govore istina*. Budući da bi se većina običnog puka složila da je veliki dio onoga što političari pričaju neistina ili preuveličana istina, odatle i potječe naša metafora POLITIKA JE GLUMA.

Vrlo je važno istaknuti da je ova metafora nastala na osnovu metafore JAVNI DOGAĐAJ JE POZORIŠNA PREDSTAVA gdje se vrši *preslikavanje glumaca u predstavi na sudionike javnih događaja* (Stanojević 2009: 351). Isto se takvo preslikavanje javlja i u politici, dakle u specifičnim metaforama kakva je POLITIKA JE POZORIŠNA PREDSTAVA, odnosno metafora POLITIKA JE GLUMA. Dakle, *ciljne domene na koje se odnosi izvorna domena pozorišne predstave mogu biti različite vrste javnih događaja* (Stanojević 2009: 356), u našem slučaju to je politika. Stanojević (2009: 356) tu govori o dvjema razinama detaljnosti konceptualnih metafora: specifičnoj razini (gdje govorimo o politici) i shematičnoj razini, koju je nazvao *javni događaj*. Stoga možemo reći da je metafora POLITIKA JE GLUMA konvencionalizirana, jer ju ipak mnogi koriste.

Gluma se prema rječniku definira kao: ž. 1. *poz. film* prikaz dramskog ili filmskog teksta govorom, mimikom i gestama; glumljenje: *vrhunska* ~ 2. *pren.* čin neiskrenog, lažnog

predstavljanja stvari; pretvaranje, izigravanje, prijetvornost, himba: *sve je to obična ~* (Halilović, Palić i Šehović 2010: 320).

Za *glumu* u doslovnom smislu vezujemo *scenu, uloge, predstavu, prerušavanje, dijalog, snimanje, žanrove* (najčešće dramu), *scenarij* i slično. Preneseno značenje nam je također važno jer će nam pokazati koliko se to značenje vezuje za politiku i njene sudionike.

Najčešće su u upotrebi izravni izrazi koji se odnose na metaforu POLITIKA JE GLUMA, tj. izraz *glume/glumi*.

1c. Političari **glume** ljubav prema građanima svake četiri godine, a oni uporno nasjedaju, smatraju u nikšićkom Alfa centru. (<http://www.vijesti.me>) Stranica posjećena 20. 7. 2016.

2c. Dojčinović: Političari **glume** siromaštvo. (<https://www.slobodnaevropa.org/>) Stranica posjećena 20. 7. 2016.

3c. On sve nas shvata kao publiku, pred kojom, tokom dvadeset četiri časa, ne prestaje da **glumi** samoga sebe. I to na svim scenama, na svim televizijskim kanalima, u svako doba dana i godine. (<http://www.politika.rs>) Stranica posjećena 20. 7. 2016.

Scena je mjesto gdje se glumi. Zanimljivo je da se u današnje vrijeme često koristi sintagma *politička scena*, što nas navodi na zaključak da je to mjesto gdje političari glume. Ipak, scena je i samo mjesto gdje se određena radnja (ne isključivo glumačka) događa, pa i ne mora značiti da na njoj političari (samo) glume. Međutim i sama sintagma *politička scena* je metaforična, jer je nastala na osnovu mjesta gdje se radnja predstave ili filma događa. Metaforički jezički izrazi upućuju na konceptualnu metaforu. Ako se navedeni izrazi razmjerno često koriste, riječ je o *konvencionaliziranim metaforičkim jezičkim izrazima* (Stanojević 2009: 22). Tako se izraz *politička scena* jako često koristi, pa ga stoga ubrajamo u konvencionalizirane metaforičke jezičke izraze koji ukazuju na konceptualnu metaforu POLITIKA JE GLUMA.

4c. Hrvatska **politička scena** nastavlja ubrzano evoluirati u neko novo, nešto drugačije biće; homo politicus drugačijih pogleda i očekivanja. (<http://www.jutarnji.hr>) Stranica posjećena 12. 11. 2016.

Političari *izigravaju* i *pretvaraju se*, pokušavaju igrati ulogu nekoga drugoga s ciljem autopromocije i dobivanja moći.

5c. Uvijek je postojao problem postojanja svojevrsnog “deala” između Brisela i bh. političara, koji se **pretvaraju** da rade na reformama, dok se u Briselu **pretvaraju** da im vjeruju. (<http://www.haber.ba/>) Stranica posjećena 12. 11. 2016.

6c. Političari **izigravaju** provođenje uslova: Sve manje Srbijanaca podržava ulazak u EU. (www.vijesti.ba) Stranica posjećena 20. 7. 2016.

7c. To što mediji u ovoj državi podržavaju islamofobiju, i što progone prvake Islamske zajednice i imame, to što bošnjački političari **izigravaju** gmizavce, ne daje za pravo kardinalu Puljiću da bude na strani zla. (<http://www.islamskazajednica.ba>) Stranica posjećena 12. 11. 2016.

8c. U koga se **pretvara** Kolinda, a čije **lice uzima** J. Kosor? (<https://www.24sata.hr/>) Stranica posjećena 20. 7. 2016.

9c. Al-Kaida se samo **pretvara** da je nema. (<http://www.express.hr/>) Stranica posjećena 20. 7. 2016.

U svim primjerima (5c–9c) političari, odnosno političke organizacije, rade suprotno od onoga što uistinu jesu. Kao što glumci uzimaju druga lica i pretvaraju se da su neko drugi, tako smo te postupke projicirali i na političare. Preslikana je izvorna domena glume i ono što sudionici, tj. glumci rade na sceni na ciljnu domenu politike, tj. političare.

Sljedeći primjeri pokazat će koji se to još izrazi koriste da bi se izvršilo preslikavanja iz domene glume na domenu politike.

10c. Zašto bi Hrvatska trebala **preuzeti ulogu** lokomotive na području jugoistočne Europe? (<http://www.dw.com>) Stranica posjećena 12. 11. 2016.

11c. Oreškovića naziva „smokvinim listom“ koji treba da **preruši** vladu u ekspertsku. (<http://www.dw.com>) Stranica posjećena 12. 11. 2016.

12c. Ali, prije svega, mislim da treba tražiti rješenje u **dijalogu** političkih stranaka i to političkih stranaka bez kojih se ipak u Mostaru ovo ne može riješiti - zaključio je Genjac. (<https://www.oslobodjenje.ba/>) Stranica posjećena 20. 7. 2016.

13c. Da li se javni govor vraća u Hrvatskoj u devedesete godine prošlog stoljeća ili su posljednje izjave javnih osoba i dijela političara tek **predstava** pred lokalne izbore? (<http://balkans.aljazeera.net/>) Stranica posjećena 12. 11. 2016.

14c. Analitičar Dušan Janjić smatra da ne postoji nijedan razlog da srpski političari **dramatizuju** završnicu pregovora između Beograda i Prištine. (www.rtvbn.com) Stranica posjećena 12. 11. 2016.

15c. Kada je Obama postao predsednik SAD, neki ljudi su smatrali da je to dobar znak i da će Vašington promeniti agresivnu politiku, pa će se **odreći uloge** svetskog policajca. (www.hr.sott.net) Stranica posjećena 20. 7. 2016.

Jezički izrazi *preuzeti ulogu, preruši, dijalogu, predstava, dramatizuju, scenarij, odreći uloge* su iz domene glume. Glumci dobivaju, prihvaćaju ili odbijaju uloge, prerušavaju se i igraju predstavu po scenariju trudeći se odraditi svoj posao najbolje što mogu. Tako se i akteri u ovim primjerima karakteriziraju osobinama koje inače posjeduju glumci u svom poslu. Iako se gluma u kontekstu politike smatra negativnom, ipak izrazi ne impliciraju uvijek neku negativnost koju političari čine.

U primjerima (10c–12c) izrazi *preuzme ulogu, preruši i dijalogu* ne govore ništa negativno o političarima. Istina, glagol *prerušiti* može ukazivati na maskiranje i prikrivanje istine, međutim iz konteksta zaključujemo da će subjekat radnje učiniti dobro i objekat, tj. vladu učini boljom – ekspertskom. Dakle, u slučaju metaforičnog iskaza potreban je kontekst: *Da bismo razumjeli metaforičnu izjavu, slušatelj zahtijeva nešto više od znanja jezika, njegovu svijest o uvjetima iskaza i pozadinskih pretpostavki koje dijeli s govornikom* (Searle 1993: 89)⁹.

Izrazi *predstava, dramatizuju i odreći uloge* u (13c–15c) u kontekstu primjera sa sobom nose negativnu konotaciju. U primjeru (13c), autor se retorički pita da li su izjave političara predstava pred izbore. Predstava je unaprijed smišljen komad koji glumci igraju na sceni, a jedna od funkcija predstave je i zainteresirati i navesti publiku na reakciju koju glumci očekuju, ali i ispuniti očekivanja koja gledaoci imaju od njih. Uspješna predstava je kada glumci uspiju prenijeti ono što je zamišljeno scenarijem i kada su publici ispunili očekivanja. U navedenom primjeru političari (kao da) smišljeno rade ono što narod od njih očekuje i „predstavom“ ih navode da povjeruju kako će biti onako kako žele. Tu se pokazuje negativna određenost metaforičkog jezičkog izraza jer se njime aludira na neozbiljnost političara.

U primjeru (14c) slična je situacija. Subjekt radnje, analitičar, ističe kako ne vidi razlog da političari dramatiziraju završnicu pregovora. Drama može biti tragična ili komična i jedna od osnovnih karakteristika koje je krasi jeste napetost radnje. Dramatizirati u našem primjeru

⁹ Navedeno prema: Čizmar (2016: 12).

implicira neizvjestan kraj. Subjekt ustvari smatra kako nema potrebe da političari prave dramu od završnih pregovora tako što će dovesti do neizvjesnosti da li će kraj pregovora biti sretan – pozitivan ili tužan – negativan. Impresivno je kako je ljudski mozak ovakve situacije povezao sa žanrom u književnosti. To je zasigurno potvrda koliko je važno naše znanje, ali i iskustvo u tvorbi metafora.

I u (15c) primjeru pokazuje se negativna određenost metaforičkog jezičkog izraza, jer kad sagledamo kontekst rečenice, uviđamo da se Washington treba odreći loše uloge – agresivne politike. Glumci se većinom odriču uloga koje im ne odgovaraju. U našem primjeru Washingtonu uloga odgovara i iz konteksta saznajemo da je se nije odrekao.

Metafora POLITIKA JE GLUMA predstavlja inovativnu metaforu, ali u smislu izbora riječi, odnosno načina imenovanja domena. U gornjem smo dijelu već naveli da se ona odnosi na obrađivanu metaforu POLITIKA JE POZORIŠNA PREDSTAVA, odnosno JAVNI DOGAĐAJ JE POZORIŠNA PREDSTAVA, budući da politika jeste javna iako nije uvijek vezana za događaj. Ako bismo se osvrnuli na to kako kultura naroda utječe na navedenu metaforu, možemo donijeti uopćen zaključak i reći da je, s obzirom na situaciju u svijetu, politika gotovo svugdje shvaćena kao gluma. Međutim, nije gluma jedini način preko kojeg shvaćamo i konceptualiziramo politiku. Ipak, osvrnuli smo se samo na navedenu metaforu o politici jer je u skladu s našom temom.

7. Zaključak

Istraživati date konceptualne metafore i njihovu upotrebu u novinarsko-publicističkom stilu bilo je izuzetno zanimljivo. Pokazalo se kako se često aktiviraju nesvjesne emocionalne asocijacije kod onih koji tekstove pišu, odnosno kod onih koji daju izjave u njima. ŽIVOT JE KOCKA i VRIJEME JE NOVAC konvencionalizirane su metafofe, izuzetno česte, dok je konceptualna metafora POLITIKA JE GLUMA inovativnija, u skladu je sa svjetskim poretom u suvremenom smislu i, prema istraživanju, pokazala se rjeđom u upotrebi u odnosu na druge dvije.

Mnogo je više literature za prve dvije metafore, jer su one široko rasprostranjene i skoro sve kulture svijeta ih poznaju. Na mnogim jezicima, a prvobitno na engleskom, postoje identične metafore. To nam ukazuje na činjenicu da se skoro svugdje u svijetu ciljne domene života i vremena slično poimaju. Izuzetno, postoje slučajevi gdje neke kulture ne poznaju navedene konceptualne metafore jer nemaju iskustva s poimanjem vremena i života novcem, odnosno kockom, već nekom drugom domenom.

Istražujući korpus od 57 novinskih članaka naišli smo na mnoge metaforičke jezičke izraze koji ukazuju na jednu od tri konceptualne metafore. Neki od tih izraza češće su u upotrebi, neki manje. Dok smo pronalazili primjere, bilo je potrebno izučiti i tematiku koju ove metafore obrađuju. To nam potvrđuje činjenicu da je potrebno znanje da bi se metafore uopće stvorile, ali i činjenicu da metaforu poznajemo iako izvornu domenu iz koje crpimo elemente za ciljnu domenu i ne poznajemo tako dobro. Kockanje, naprimjer, nije domena koju dobro poznajem. Istražujući podlogu na kojoj je metafora ŽIVOT JE KOCKA nastala, naučila sam i mnogo o kockanju. Impresivno je i koliko olahko shvatamo teoriju konceptualne metafore i prisutnost metafora u našem životu. Tek onda kada počnemo obraćati pažnju svjesnim traženjem metafora u govoru, shvatimo da nema dana da neku metaforu ne izgovorimo.

Konceptualna metafora POLITIKA JE GLUMA direktno aludira na politički diskurs, ali i druge metafore zastupljenije su u političkom govoru. To su nam potvrdili primjeri iz korpusa, gdje je čak 26 primjera iz novinskih članaka političkog karaktera za konceptualne metafore ŽIVOT JE KOCKA i VRIJEME JE NOVAC od ukupno 42. Ostali su primjeri iz sfere sporta i članci koji nas informiraju o drugim dešavanjima u svijetu. Bit će da je to posljedica situacije u svijetu jer je politika postala glavna okupacija i sastavnica svih sfera života. Jedan od najmoćnijih načina utjecaja na ljude jeste kroz jezik, pomnim biranjem riječi, fraza i jezičkih oblika koji će

nas najbolje dovesti do željenoga cilja. Stoga nije ni čudno zašto političari često koriste metafore, kao i novinari pišući o politici.

Jezik novinarsko-publicističkog stila dobar je materijal za istraživanje svih jezičkih specifičnosti. Za konceptualnu metaforu pokazao se izvrsnim, jer je jezik novinskih članaka visoko metaforičan što je i očekivano. Novinskim člancima nastoji se što bolje približiti i dočarati tema o kojoj se piše, a budući da novinari nastoje privući pažnju čitaoca, metaforički je govor odličan izbor. Zbog toga se članak naslovljava specifično i najčešće se metafore ubacuju u sam naslov.

Naposljetku, teorija je konceptualne metafore puno šira od ovoga što smo u radu pokušali prikazati, a i analiza ove tri konceptualne metafore da se mnogo detaljnije obraditi. Nastojali smo pokazati koji su to najčešći metaforički jezički izrazi koji ukazuju na neku od tri konceptualne metafore koje smo obradili.

Literatura

Anić, Sime, Nikola Klaić i Želimir Domović (2002), *Rječnik stranih riječi*, Zagreb: Sani-plus Zagreb

Berberović, Sanja i Nihada Delibegović Džanić (2014), *Zaglavljene u kružnom toku ili jure autocestom? Odnos konceptualne metafore i konceptualne integracije*, u: Stanojević, Mateusz-Milan (2014), *Metafore koje istražujemo: Suvremeni uvidi u konceptualnu metaforu*, Zagreb: Srednja Europa

Brisard, Frank (2002), *Grounding: The Epistemic Footing of Deixis and Reference* (pp. 1–28), Mouton de Gruyter, Berlin & New York

Čizmar, Ivana (2016), *Uloga konceptualne metafore ČOVJEK JE BILJKA u sagledavanju razlika i sličnosti među kulturama hrvatskog i anglosaksonskog govornog područja*, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Osijek

Evans, Vyvyan (2004), *The Structure of Time. Language, meaning and temporal cognition*, John Benjamins Publishing Company, Amsterdam/Philadelphia

Evans, Vyvyan (2007), *Glossary of Cognitive Linguistics*, Edinburgh University Press, Edinburgh

Evans, Vyvyan & Melanie Green (2006), *Cognitive linguistics: An introduction*, Edinburgh University Press, Edinburgh

Grady, Joseph (1997), *Foundations of Meaning: Primary Metaphors and Primary Scenes*, University of California, Berkley

Grady, Joseph (1999), *A typology of motivation for conceptual metaphor: Correlation vs. resemblance*, u: Gibbs, Raymond W., Steen, Gerard (ur.), *Metaphor in cognitive linguistic*, John Benjamins Publishing Co, Amsterdam/Philadelphia

Gibbs, R. W. (1994), *The poetics of mind: Figurative look on the bright side (consistent idiom) thought, language, and understanding*, Cambridge University Press, New York

Halilović, Senahid, Ismail Palić i Amela Šehović (2010), *Rječnik bosanskoga jezika*, Filozofski fakultet u Sarajevu, Sarajevo

- Hamdi, Sondes (2008), *Conceptual metaphors of time in english and in arabic: A comparative cognitive study*, Faculte des lettres Universite laval Quebec, Quebec
- Hiraga, Masako (1994), *Diagrams and metaphors: Iconic aspects in language*, Journal of Pragmatics 22: 5–21.
- Ilić-Dreven, Josip (1980), *Izbor igara s kartama*, Novinsko-nakladnička organizacija "Sportska tribina" s.p.o., Zagreb
- Kim, Kyong Liong (1996), *Caged in Our Own Signs: a Book About Semiotics*, Ablex Publishing, Westport
- Knowles, Murray i Rosamund Moon (2006), *Introducing Metaphor*, Routledge (Taylor & Francis Group), New York
- Kozjak, Boris (2008), *Religija i kockanje*, Soc. ekol., Vol. 17, No. 3: 263–283, Zagreb
- Kövecses, Zoltán (1999), *Metaphor: Does it constitute or reflect cultural models*, Amsterdam studies in the theory and history of linguistic science series 4: 167–188.
- Kövecses, Zoltán (2002), *Metaphor: A Practical Introduction*, Oxford University Press, New York
- Kövecses, Zoltán (2005), *Metaphor in Culture: Universality and Variation*, Cambridge University Press, Cambridge
- Kövecses, Zoltán (2010), *Metaphor: A practical introduction* (second edition), Oxford University Press, New York
- Lakoff , George (1987), *The death of dead metaphor*, Metaphor and Symbol 2 (2): 143–147.
- Lakoff, George (1990), *The Invariance Hypothesis*, In Cognitive Linguistics, vol. 1, no. 1, 39–74.
- Lakoff , George i Mark Johnson (1999), *Philosophy in the Flesh: The Embodied Mind and Its Challenge to Western Thought*, Basic Books, New York
- Lakoff, George (2008), *The Political Mind, Why You Can't Understand 21st Century American Politics with an 18th Century Brain*, Viking, New York
- Lakoff, George i Mark Johnson (2015), *Metafore koje život znače*, Disput, Zagreb

Marukhnyak, O (2006), The Perception of Time, <<https://www.scribd.com/doc/24699041/Perception-of-Time-in-Different-Cultures>>. Stranica posjećena 20. 8. 2017.

Parlett, David (1996), *Oxford Dictionary of Card Games*, Oxford University Press

Searle, John R. (2003), *Sprechakte, Ein sprachphilosophischer Essay*, Frankfurt am Main: Suhrkamp

Stanojević, Mateusz-Milan (2009), *Konceptualna metafora u kognitivnoj lingvistici: pregled pojmova*, *Suvremena lingvistika* (68): 339–369.

Stanojević, Mateusz-Milan (2013), *Konceptualna metafora: Temeljni pojmovi, teorijski pristupi i metode*, Zagreb: Srednja Europa

Stanojević, Mateusz-Milan (2014), *Metafore koje istražujemo: Suvremeni uvidi u konceptualnu metaforu*, Zagreb: Srednja Europa

Werkmann, Ana (2010), *Konceptualna metafora **Život je kocka** u kontekstu univerzalnosti i varijabilnosti konceptulnih metafora*, *Hrvatistika*, 1(11): 35–45

Internetski izvori

<http://balkans.aljazeera.net/>

<http://www.b92.net/>

www.blic.rs

<http://www.danas.rs>

<https://dnevni-list.ba>

<https://dnevnik.hr>

<http://www.dw.com>

<http://www.express.hr/>

<http://www.f1-bih.com>

<http://www.haber.ba/>

<http://interview.ba>

<http://www.islamskazajednica.ba>

<http://www.mozzartsport.com/>

<http://hr.n1info.com>

www.hr.sott.net

<https://www.nezavisne.com/>

<http://www.novosti.rs/>

<https://www.onenastupaju.hr/>

<https://www.oslobodjenje.ba/>

<http://www.politika.rs>

<http://www.prvi.hr>

<http://www.radio101.hr>

<http://reprezent.ba/>

www.rtvbn.com

www.scsport.ba

<http://slobodnadalmacija.hr/>

<https://www.slobodnaevropa.org/>

<http://www.svijetosiguranja.eu/hr/>

<https://sportskevijesti.com/>

<http://sportsport.ba>

<https://www.srbijadanas.com/>

www.tacno.net

<https://www.tportal.hr/>

<http://www.telegram.hr/>

<http://www.vijesti.ba>

<http://www.vijesti.me>

www.7dnevno.hr

www.24sata.info

<https://www.24sata.hr/>