

UNIVERZITET U SARAJEVU – FILOZOFSKI FAKULTET  
ODSJEK ZA BOSANSKI, HRVATSKI I SRPSKI JEZIK

ZAVRŠNI RAD

Konceptualne metafore u *Sarajevskom korpusu SMS poruka na bosanskom jeziku*

Mentorica: doc. dr. Azra Hodžić-Čavkić

Studentica: Hana Hajrić

Septembar, 2024.

UNIVERSITY OF SARAJEVO – FACULTY OF PHILOSOPHY  
DEPARTMENT OF BOSNIAN, CROATIAN AND SERBIAN LANGUAGE

FINAL MASTER'S THESIS

Conceptual metaphor in *The Sarajevo Corpus of SMS Messages in Bosnian*

Mentor: doc. dr. Azra Hodžić-Čavkić

Student: Hana Hajrić

September, 2024.

Univerzitet u Sarajevu – Filozofski fakultet  
Odsjek za bosanski, hrvatski i srpski jezik

Hana Hajrić

Indeks br. 3831/2022, status: redovna studentica

Odsjek za bosanski, hrvatski i srpski jezik, dvopredmetni studij

Nastavnički smjer

**Konceptualne metafore u *Sarajevskom korpusu SMS poruka na bosanskom jeziku***  
**(Conceptual metaphor in *The Sarajevo Corpus of SMS Messages in Bosnian*)**

Završni magistarski rad

Predmet: IP Kognitivna semantika

Mentorica: doc. dr. Azra Hodžić-Čavkić

Sarajevo, 2024.

## Sažetak

Rad predstavlja jedan od pionirskih doprinosa analizi *Sarajevskog korpusa SMS poruka na bosanskom jeziku*. To ga čini značajnim za udruženu, kognitivnolingvističku i korpusnu, analizu materije bosanskog jezika, što mu pruža empirijsku potkrijepljenost u stvarnim jezičkim realizacijama i savremeno razumijevanje mehanizama koji njima upravljaju. Analizirani korpus nije korpus standardnog jezika. Omogućava uvid u jezičke obrasce i komunikacijske navike govornika bosanskog jezika koje su zabilježene u 10.000 autentičnih SMS poruka poslanih od 2002. do 2022. godine, ali treba imati na umu da su one i talog drugih kanala za komunikaciju koji su prethodili SMS-u. Na osnovu analize poruka poslanih u rasponu od 20 godina možemo zaključiti da će se i u narednih toliko godina nastaviti istovremena stabilnost jezičkih navika govornika i inovacije koje uslovljava kanal komunikacije. Jezik ostaje stabilan u osnovnim strukturama, ali se kontinuirano razvija pod utjecajem digitalnih medija.

Analizom svih 10.000 jedinica iz Korpusa utvrđena je prisutnost velikog broja konceptualnih modela, što potvrđuje tezu, od koje smo počeli, da je naš svakodnevni jezik u velikoj mjeri metaforičan. Ključni konceptualni modeli koji su identificirani i razmatrani u ovom radu uključuju model vremena, model mreže i model (e-)komunikacije, uz poseban osvrt na specifičan model karakterističan za bosanskohercegovački prostor – način konceptualizacije smrti kroz model ŽIVOT JE PUTOVANJE.

**Ključne riječi:** lingvistika, semantika, kognitivna lingvistika, kognitivna semantika, korpusna lingvistika, metafora, konceptualna metafora, SMS, *Sarajevski korpus SMS poruka na bosanskom jeziku*

## Summary

The paper represents one of the pioneering contributions to the analysis of the Sarajevo SMS Corpus in the Bosnian language. This makes it significant for the combined cognitive-linguistic and corpus analysis of the Bosnian language material, providing empirical support in real linguistic realizations and a contemporary understanding of the mechanisms that govern them. The analyzed corpus is not a corpus of the standard language. It provides insight into the linguistic patterns and communication habits of Bosnian language speakers, as recorded in 10,000 authentic SMS messages sent between 2002 and 2022. However, it should be noted that these messages also represent a residue of other communication channels that preceded SMS. Based on the analysis of messages sent over a span of 20 years, we can conclude that in the next twenty years, there will be a continued simultaneous stability of speakers' language habits and innovations conditioned by the communication channel. The language remains stable in its basic structures but continuously evolves under the influence of digital media.

The analysis of all 10,000 units from the Corpus identified the presence of a large number of conceptual models, confirming the thesis, from which we started, that our everyday language is largely metaphorical. The key conceptual models identified and discussed in this paper include the model of time, the network model, and the (e-)communication model, with special attention to a specific model characteristic of the Bosnian-Herzegovinian context – the conceptualization of death through the model LIFE IS A JOURNEY.

**Keywords:** linguistics, semantics, cognitive linguistics, cognitive semantics, corpus linguistics, metaphor, conceptual metaphor, SMS, *The Sarajevo Corpus of SMS Messages in Bosnian*

## Sadržaj

<b>I Uvod</b> .....	1
<b>II Teorijski pristup</b> .....	2
1. Korpusna lingvistika .....	3
2. Kognitivna lingvistika .....	4
3. Kognitivna semantika .....	5
4. Metafora .....	6
4.1. Konceptualna metafora .....	7
<b>III CILJEVI ISTRAŽIVANJA I KORPUS</b> .....	10
5. Cilj istraživanja .....	11
6. Metode istraživanja .....	11
7. <i>Sarajevski korpus SMS poruka na bosanskom jeziku</i> .....	13
7.1. SMS poruke .....	15
<b>IV REZULTATI ISTRAŽIVANJA</b> .....	17
8. Opće napomene o analiziranim konceptualnim metaforama .....	18
9. Konceptualni modeli VREMENA .....	20
10. Konceptualni modeli MREŽE .....	30
11. Konceptualni modeli E-KOMUNIKACIJE / DIGITALNIH SADRŽAJA .....	35
12. Podmetafora općeg konceptualnog modela ŽIVOT JE PUTOVANJE – SMRT JE PRESELJENJE .....	39
<b>V Zaključak</b> .....	43
Izvor .....	45
Literatura .....	45
Sekundarna literatura .....	48



## I Uvod

Ovaj rad prvo je istraživanje *Sarajevskog korpusa SMS poruka na bosanskom jeziku* iz perspektive konceptualne metafore.<sup>1</sup>

Fokus istraživanja na konceptualnoj je metafori, temeljnoj komponenti kognitivne lingvistike i kognitivne semantike, koja pruža uvid u način na koji jezik odražava našu percepciju svijeta. Kognitivna se lingvistika konceptualnom metaforom bavi od 1980. godine, kada je nastao prvi model konceptualnog razumijevanja metafore Georgea Lakoffa i Marka Johnsona (Stanojević, 2009: 339). Spomenuti model pruža temelj za razumijevanje jezika kao metaforičkog. Lakoff i Johnson uvode spoznaju kako je svakodnevni život protkan metaforičkim izrazima. Konceptualna metafora, kao osnova izražavanja, utkana je u mišljenje govornika nekog jezika. Ona se sastoji od izvorne i ciljne domene te predstavlja kognitivnu sposobnost povezivanja tih dviju domena (Lakoff i Johnson, 1980).

Analizirajući *Sarajevski korpus SMS poruka na bosanskom jeziku* identificirat će se koji su konceptualni modeli prisutni u njemu. Ovaj pristup omogućit će razumijevanje načina na koji se koncepti strukturiraju i organiziraju u komunikaciji putem SMS poruka na primjeru spomenutog korpusa. Zbog obima ovog rada, odlučili smo se fokusirati na najčešće konceptualne modele prisutne u Korpusu.

---

<sup>1</sup> Radovi napisani na osnovu istraživanja istog korpusa jesu: *Utjecaj ograničenja SMS poruka na pojavu i sastav idiomskih skupina* (Hodžić-Čavkić, 2024) i *Pragmatičke vrijednosti ponavljanja grafema u SMS porukama na bosanskom jeziku* (Bulić, 2024). Oba rada objavljena su u *Zborniku radova u znak sjećanja na kolegicu Almu Granov*. Zbornik je dostupan na: [https://ebooks.ff.unsa.ba/index.php/ebooks\\_ffunsa/catalog/view/106/107/447](https://ebooks.ff.unsa.ba/index.php/ebooks_ffunsa/catalog/view/106/107/447) [2. 9. 2024]. Također, još jedan rad koji ovdje treba navesti jeste *Abbreviations in SMS Messages in the Bosnian Language* (Bulić, 2024). Rad je dostupan na: <http://www.dhs.ff.untz.ba/index.php/home/article/view/16815> [6. 9. 2024].



## **II Teorijski pristup**

## 1. Korpusna lingvistika

Korpusna lingvistika i empirijska istraživanja jezika zasnovana na njoj doživljavaju značajan uspon u posljednjim desetljećima, čime često nadmašuju druge metodološke okvire. Upotreba savremenih informacionih tehnologija u lingvistici gotovo u potpunosti počiva na jezičkim korpusima:

*Korpusnom lingvistikom smatra se specifični empirijski metod analize jezika unutar lingvistike kao nauke u okviru kog se kao izvor podataka koriste elektronski korpusi kao i posebno izrađena kompjuterska softverska rješenja koja omogućavaju lakšu i efikasniju analizu tih korpusa (Božović, 2020: 239).*

Korpusom se smatra *resurs koji čini kolekcija tekstova koji su sačinjeni u nekom od standardnih elektronskih formata, te su mašinski čitljivi, sakupljeni po određenom kriterijumu koji ih povezuje* (isto: 241).

Bosanski jezik, za razliku od nekih jezika s armijom<sup>2</sup>, nema mnogo razvijenih korpusa koje istraživači mogu koristiti. Jedan od rijetkih korpusa koji je dostupan jeste *Oslo korpus*<sup>3</sup>. Pored spomenutog dostupni su još neki korpusi: korpus bosanskih portala – *bsWac*<sup>4</sup>, *DIJAK – Korpus starih bosanskih tekstova*<sup>5</sup> (Bulić i dr., 2023: 10) i odskora korpus govora u parlamentu – *ParlaMint-BA*<sup>6,7</sup>.

Upravo zbog toga *Sarajevski korpus SMS poruka na bosanskom jeziku*<sup>8</sup> predstavlja izuzetno značajan korak naprijed u razvoju korpusne lingvistike unutar bosnistike. Ovaj korpus omogućava da se bosanski jezik počne približavati svjetskim lingvističkim trendovima. U

<sup>2</sup> Za uvid u korpuse drugih jezika v. <http://www.natcorp.ox.ac.uk/> i <https://www.sketchengine.eu/hetenten-hebrew-corpus/> [6. 9. 2024].

<sup>3</sup> Dostupan na: <https://tekstlab.uio.no/Bosnian/Corpus.html> [2. 9. 2024].

<sup>4</sup> Dostupan na: <https://www.sketchengine.eu/bswac-bosnian-corpus/> [2. 9. 2024].

<sup>5</sup> Dostupan na: <https://www.e-bosanski.ba/dijak/> [2. 9. 2024].

<sup>6</sup> Dostupan na: [https://www.clarin.si/noske/run.cgi/corp\\_info?corpname=parlamint41\\_ba&struct\\_attr\\_stats=1](https://www.clarin.si/noske/run.cgi/corp_info?corpname=parlamint41_ba&struct_attr_stats=1) [6. 9. 2024].

<sup>7</sup> Važno je spomenuti i to da je *Sketch Engine* uvrstio bosanski kao jezik čije alate prepoznaje za pretraživanje. Za istraživanje bosanskog jezika na *Sketch Engine* posjetiti sljedeći link: [https://l.facebook.com/l.php?u=https%3A%2F%2Fske.li%2Fbosnian\\_corpus%3Ffbclid%3DIwZXh0bgNhZW0CMTAAAR2BEQ4hxKhSxT5Qx4YyiNWyl4t5G5Xtnh1U7k03dcMr-5lgulEi6gi0M3g\\_aem\\_wHjiIwWun4Wb5PShCOV8ug&h=AT1iXftYgQrBJwK9dvyIadsBb3nrM-LSCsr8gd175JLvmzUhMQgJ8PFt-ynRpUM1\\_CuF3rjrbBX6AsCzK0a29am4z7rAkubn-F-bBu4nJPzEwTUBFSNqB-jX2KkOvt2FhpygB&tn=-UK-R&c\[0\]=AT1FO8v4UGg9zpJqvHoqUcC6iF-zELki9F6ucKIMia1iLTLQEZ1zEeJzxSkhlkhIywH2nOCAZO4KNWSWrMe1Xqvg\\_Kh5qYIVSPzRpi1Mtv6\\_pkOPRoTaac2v49fpjV4SZ1SL9fPr7k3jj2kN6PBzXEKFIGhz7FL2E78iqg51DWHUnv8Q3u4uxm4LEVCF\\_8RTg\\_Kgqip5Bo5reHu51ZRwpZBvMhOKMUwZTyoTrLQ](https://l.facebook.com/l.php?u=https%3A%2F%2Fske.li%2Fbosnian_corpus%3Ffbclid%3DIwZXh0bgNhZW0CMTAAAR2BEQ4hxKhSxT5Qx4YyiNWyl4t5G5Xtnh1U7k03dcMr-5lgulEi6gi0M3g_aem_wHjiIwWun4Wb5PShCOV8ug&h=AT1iXftYgQrBJwK9dvyIadsBb3nrM-LSCsr8gd175JLvmzUhMQgJ8PFt-ynRpUM1_CuF3rjrbBX6AsCzK0a29am4z7rAkubn-F-bBu4nJPzEwTUBFSNqB-jX2KkOvt2FhpygB&tn=-UK-R&c[0]=AT1FO8v4UGg9zpJqvHoqUcC6iF-zELki9F6ucKIMia1iLTLQEZ1zEeJzxSkhlkhIywH2nOCAZO4KNWSWrMe1Xqvg_Kh5qYIVSPzRpi1Mtv6_pkOPRoTaac2v49fpjV4SZ1SL9fPr7k3jj2kN6PBzXEKFIGhz7FL2E78iqg51DWHUnv8Q3u4uxm4LEVCF_8RTg_Kgqip5Bo5reHu51ZRwpZBvMhOKMUwZTyoTrLQ) [2. 9. 2024].

<sup>8</sup> Link bit će dat u poglavlju u kojem ćemo reći nešto više o samom Korpusu.

jednom od poglavlja koja slijede detaljnije ćemo govoriti o samom *Sarajevskom korpusu SMS poruka*, njegovom nastanku i potencijalu za buduća istraživanja.

## 2. Kognitivna lingvistika

Kognitivna lingvistika, za razliku od pristupa jeziku koji joj prethode, značenju daje središnje mjesto u svojim istraživanjima. Temelj njenog teorijskog okvira jeste pretpostavka da ljudske jezičke sposobnosti, baš kao i jezik posmatran kao sistem, nije moguće izučavati odvojeno od ostalih sposobnosti i karakteristika ljudskog uma (Šarić, Brala-Vukanović, 2019: 25). Kognitivna lingvistika tumači jezik kao rezultat jezičke upotrebe nužno vezan za kontekst (isto: 26).

*Kognitivna je lingvistika relativno nov pravac u suvremenoj lingvistici. Nastala je sedamdesetih godina prošloga stoljeća u Sjedinjenim Američkim Državama, da bi se teorijski oblikovala drugom polovicom 1980-ih kada su objavljeni radovi Ronalda W. Langackera Temelji kognitivne gramatike (Foundations of Cognitive Grammar, 1987) i Georgea Lakoffa Žene, vatra i opasne stvari (Women, Fire and Dangerous Things, 1987). Nastala je kao reakcija na formalne transformacijsko-generativne pristupe jeziku čiju je teoriju pedesetih godina dvadesetoga stoljeća stvorio američki lingvist Noam Chomsky (Hajdarević, 2015: 288).*

Kognitivni pristup jeziku oslanja se na gramatički opis koji je utemeljen na stvarnoj upotrebi jezika, što ga čini kompatibilnim s metodološkim okvirom korpusne lingvistike (Kružić, Lovrić i Maksimović, 2010). Budući da gramatička i jezička pravila usvajamo kroz konkretne situacije korištenja jezika, uključujući govorenje, slušanje i komunikaciju (usp. Palić, Omerović, 2023; Omerović, Hamzagić Kovačević, 2024), potpuno je prirodno uzimati kao najrelevantnije za teorijsko razumijevanje jezika upravo njegove stvarne realizacije.

Prema Kružić, Lovrić i Maksimović (2010) temeljne pretpostavke kognitivne gramatike sugeriraju da jezik nije izoliran od drugih kognitivnih sposobnosti, već aktivno *učestvuje* u procesu spoznaje. Ove pretpostavke naglašavaju utemeljenost na upotrebi i oslanjanje na konvencije. Također, ove pretpostavke stvaraju poveznicu između jezika i spoznaje, čime se naglašava uloga jezika u oblikovanju i reflektiranju kognitivnih procesa. Konceptualni pristup objašnjava nastajanje značenja kroz mentalne procese koji se odvijaju u umu. Kognitivna lingvistika koristi ovaj pristup da bi razumjela kako se značenje formira i prenosi. Ona pruža objašnjenje ovog procesa pomoću kognitivnih mehanizama (usp. Tuđman Vuković, 2009).

Temeljna pretpostavka jest da značenja koja se stvaraju u jeziku nastaju konceptualizacijom iskustava. Ova vrsta konceptualizacije dio je čovjekovog spoznajnog sistema, a upravo Lakoff i Johnson (1980) objašnjavaju konceptualizaciju kroz konceptualnu metaforu.

### 3. Kognitivna semantika

Ako posmatramo kontinuitet filozofskih i lingvističkih promišljanja, možemo uočiti da su strukturalna i kognitivna semantika teorijski prilično komplementarne (Raffaelli, 2005: 72–73), te da kognitivna semantika predstavlja logičan nastavak razvoja određenih ideja koje su bile naznačene ili dovedene u pitanje tokom ere strukturalizma (isto: 72–73). Kognitivna semantika, za razliku od čestih shvatanja, ne odbacuje postojanje jezičkih struktura. Ovo je naročito evidentno u sintagmama<sup>9</sup> koje se koriste kao jezičko znanje ili poznavanje jezika (Raffaelli, 2005: 75–80). Razumijevanje jezičkog elementa ne može se postići bez poznavanja jezika, ali isto tako ni bez znanja o svijetu, čime se osporava osnovna strukturalistička pretpostavka o autonomiji jezičkog sistema. Kognitivna semantika, kao osnovno teorijsko načelo, podrazumijeva da jezičko znanje ili poznavanje sistema predstavlja ključni preduvjet za pravilnu upotrebu jezičkih elemenata (isto: 69).

*Kognitivna je semantika istraživačka oblast koja proučava vezu između ljudskog iskustva, konceptualnog sistema i semantičke strukture izražene jezikom, kao i način na koji se ljudski um modelira kroz proces konstruiranja značenja (Struna – Hrvatsko strukovno nazivlje).<sup>10</sup>*

Kognitivna semantika ipak ne predstavlja jedinstven teorijski okvir. Ona obuhvata različite teorije i pristupe, koje povezuju četiri ključna načela: princip utjelovljene spoznaje, princip prema kojem semantička struktura odražava konceptualnu strukturu, princip enciklopedijske reprezentacije značenja i princip da je konstruiranje značenja proces konceptualizacije (Struna – Hrvatsko strukovno nazivlje).<sup>11</sup>

Nadalje, u kognitivnim pristupima opisu jezika on se definira kao riznica znanja o svijetu, odnosno kao strukturirana zbirka značenjskih kategorija koja nam omogućava da se nosimo s novim iskustvima, dok istovremeno čuvamo informacije o prethodnim iskustvima.

---

<sup>9</sup> Skupovi sintaksno svezanih riječi često tvore jedinice značenja i funkcije i u tom pogledu pogledu nimalo se ne razlikuju od leksičkih skupova (prema Stojanov, 2004: 88; usp. Hodžić-Čavkić 2023).

<sup>10</sup> <http://struna.ihjj.hr/naziv/kognitivna-semantika/54750/> [11. 8. 2024]

<sup>11</sup> <http://struna.ihjj.hr/naziv/kognitivna-semantika/54750/> [11. 8. 2024]

Stoga nije iznenađujuće što se značenje posmatra kao ključna jezička funkcija (Raffaelli, 2000: 127). Ovo stavlja naglasak na prirodu značenja, posebno na njegovu enciklopedijsku prirodu, koja proizlazi iz procesa kategorizacije svijeta, odnosno načina na koji ga percipiramo (isto: 127–128).

Imena koja najčešće povezujemo s ovim teorijskim okvirom jesu: George Lakoff, Mark Johnson, Ronald Langacker, Leonard Talmy, Charles Fillmore i dr. Lakoff posebno ističe kao prekretnicu 1975. godinu, kada je na Berkeleyju održan niz predavanja: Rosch je predstavila rezultate svoga rada na načelima ljudske kategorizacije, Talmy je prvi put iznio svoju tezu o primitivima u jeziku prostora te ih povezo s topološkim načelima orijentacije, Fillmore je akademsku javnost pozvao na izgradnju semantike okvira, Kay i MacDaniel postavili su neurobiološke temelje u kategorizaciji boja (Šarić, Brala-Vukanović, 2019: 25).

#### 4. Metafora

Metafora je fascinirala lingviste već od antičkih vremena, kada je proučavana u okviru retorike. Ova disciplina, osnovana u drevnoj Grčkoj, fokusirala se na praktične smjernice za usmjeravanje mišljenja retoričkim sredstvima. Tradicionalno, metafora se definira kao način govora u kojem se jedan pojam koristi kao zamjena za drugi (Hrvatska enciklopedija).<sup>12</sup> Međutim, svakodnevni jezik prepun je brojnih slika i metafora (Hajdarević, 2015: 265).

U okviru kognitivne lingvistike metafora se više ne promatra (samo) kao figura riječi – koliko kao obrazac po kojemu se odvija samo mišljenje, koje se u bitnome shvata upravo metaforički, dok se ono što se tradicionalno nazivalo metaforama, sad naziva tek *metaforičkim izrazima*, što bismo mogli opisati kao konkretne realizacije nekoga dubinskoga metaforičkog koncepta, odnosno *površne realizacije takvih [metaforičkih] preslikavanja mapiranja domena* (Lakoff, 1992: 2).

---

<sup>12</sup> <https://www.enciklopedija.hr/clanak/metafora> [2. 9. 2024]

#### 4.1. Konceptualna metafora

Konceptualna je metafora važan dio kognitivnolingvističke teorije. Teoriju konceptualne metafore razvili su Lakoff i Johnson (1980) u knjizi *Metaphors We Live By*, a kasnije je proširena radovima mnogih drugih kognitivnih lingvista. Svi se slažu u jednom: za formiranje konceptualne metafore neophodne su dvije domene – izvorna i ciljna, između kojih se primijenjuje sistem preslikavanja da bi se stvorila određena konceptualna metafora. Među njenim karakteristikama posebno se ističe utjecaj enciklopedijskog znanja te kolektivnog i individualnog iskustva.

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). Izvorne domene konceptualnih metafora često su konkretne, a ciljne su često apstraktne (Šarić, 2018: 235). Povezivanje izvorne i ciljne domene preslikavanjem (engl. *mapping*) odnosi se na korespondencije između dviju domena, a osim toga povezivanja pojedinih dijelova domena, kod konceptualne metafore važne su i posljedice shvaćanja ciljne domene putem izvorne, u čemu se očituje spoznajni karakter konceptualne metafore jer metaforički zaključujemo o pojedinim aspektima ciljne domene na temelju zaključaka i znanja o izvornoj (Stanojević, 2009: 341–342). Konceptualna je metafora ustvari kognitivna sposobnost koja nam dopušta povezivanje *dviju domena znanja*. Svaki se put kod procesiranja aktivira neka veza između dviju domena, ali isto tako neke veze češće koristimo ili su nam iskustveno bliže, pa su istaknutije, a ta istaknutost opravdava gledanje na konceptualnu metaforu kao na već gotovu i ustaljenu vezu između dviju domena (isto: 343).

Konceptualna se metafora kao spoznajni proces odražava u jeziku, odnosno, ona predstavlja način na koji čovjek organizira i razumijeva svoje iskustvo putem jezika (isto: 339–340). U osnovi, konceptualna se metafora koristi za opisivanje procesa prema kojem se jedan apstraktni ili kompleksni koncept shvata i izražava kroz jezik i misao koristeći se metaforičkim slikama, koje se oslanjaju na konkretne pojmove. Stoga je ona u temelju konceptualnog sistema čovjeka koji je osnova za misao i djelovanje (Lakoff i Johnson, 1980).

Lakoff i Johnson svoju knjigu *Metaphors We Live By* (1980) počinju poglavljem pod naslovom *Concepts We Live By*. Kako u ovom radu mi imamo za cilj istražiti konceptualne modele metafora prisutnih u *Sarajevskom korpusu SMS poruka na bosanskom jeziku*, oslonit ćemo se na definiciju konceptualnog sistema kao metaforičkog koju predlažu Lakoff i Johnson:

*Koncepti koji upravljaju našim mišljenjem ne tiču se samo uma. Oni upravljaju i našim svakodnevnim funkcioniranjem, sve do najbanalnijih detalja. Naši koncepti ustrojavaju što opažamo, kako se snalazimo u svijetu i kako se odnosimo prema drugim ljudima. Naš konceptualni sustav stoga ima središnju ulogu u definiranju naših svakodnevnih realiteta. Ako je točna pretpostavka da je naš konceptualni sustav u velikoj mjeri metaforičan, tada je i način na koji mislimo, ono što doživljavamo i ono što svaki dan činimo u mnogočemu pitanje metafore. No naš konceptualni sustav nije nešto čega smo obično svjesni. U većini sitnica koje svaki dan činimo mi jednostavno razmišljamo i djelujemo više-manje automatski, slijedeći neka zacrtana načela. No koja su to načela, nipošto nije očito. Jedan od načina na koji ih možemo otkriti jeste promatrajući jezik. Budući da se komunikacija temelji na istom konceptualnom sustavu koji rabimo kad razmišljamo i djelujemo, jezik je važno vrelo dokaza o tome kakav je taj sustav (Lakoff i Johnson, 2015: 9).*

Stanojević zaključuje da je konceptualna metafora prepuna dvostrukosti – *ona je naša sposobnost, kao i ustrojbeni mehanizam znanja; sinkronijska je i dijakronijska; javlja se u jeziku i u umu:*

*Naime, možemo je promatrati dinamički, kao sposobnost koja se koristi i gradi tijekom razvoja diskursa. Ona je i temelj stabilnosti, zato što može strukturirati naša konvencionalna znanja (npr. kulturne modele). Postoji nekoliko ključnih značajki konceptualne metafore. Prvo, odnos između izvorne i ciljne domene je asimetričan i ima svoja ograničenja: metafora nije veza bilo čega s bilo čim. (...) Drugo, metafore se razlikuju prema konvencionalnosti: konvencionalne metafore često odražavaju znanja stabilna u mnogim komunikacijskim situacijama, dok inovativne odražavaju znanja koja se rabe za potrebe jedne situacije. Treće, metafore možemo promatrati na različitim razinama shematičnosti: od sasvim detaljne razine (koja vrijedi u jednom kontekstu) do sasvim shematične razine. Najзад, za metaforu je ključna uloga kulture, koja u mnogim slučajevima određuje njezinu varijaciju (Stanojević, 2013: 215–216)*

Kada je riječ o dvostrukosti konceptualne metafore, važno je istaknuti još nešto. S jedne strane, konceptualna se metafora može posmatrati kao sintagmatska sposobnost povezivanja konceptualnih domena, koja se neprekidno odvija u svakom pojedinačnom konceptualnom kontekstu, što je psiholingvistički pogled na konceptualnu metaforu. S druge strane, stalna upotreba veza između istih konceptualnih domena dovodi do njihove konvencionalizacije. Tako se, s lingvističkog aspekta, konvencionalizirane konceptualne metafore mogu vidjeti kao unaprijed oblikovana, paradigmatička znanja koja (nesvjesno) koristimo kako bismo izražavali ili razumjeli određene jezičke izraze (Stanojević, 2009: 343).

Konceptualne se metafore dijele na strukturalne, ontološke i orijentacijske. Kognitivna funkcija strukturalnih metafora jeste govornicima omogućiti razumijevanje cilja uz pomoć strukture izvora *b*, što se postiže preslikavanjem između elemenata *a* i *b* (Kövecses, 2002: 33). Kognitivni zadatak ontoloških metafora jeste da daju ontološki status generalnim kategorijama ciljnih koncepata koji su apstraktni. Ovim se pokazuje da se iskustva zamišljaju kao predmeti, supstance i spremnici, ali bez specificiranja koje su vrste predmeta, spremnika ili supstanci u pitanju (isto: 34). Omogućavaju uočavanje strukture tamo gdje je gotovo ili uopće nema (npr. UM JE OMEĐENI PROSTOR) (Radek, 2021: 212). Orijetacijska metafora koristi jedan sistem koncepata da predstavi drugi sistem koncepata, pri čemu se najčešće oslanja na prostorne orijentacije kao što su gore – dolje, unutra – van, napred – nazad, uključeno – isključeno, duboko – plitko i centar – periferija. Ove prostorne orijentacije odražavaju način na koji ljudska tijela funkcioniraju u svom okruženju. Kao što orijentacijske metafore nastaju na temelju našega osnovnog iskustva prostorne orijentacije, tako nam i naše iskustvo s fizičkim objektima (naročito s ljudskim tijelom) pruža mogućnost za nastanak cijeloga niza ontoloških metafora, tj. načina na koje poimamo događaje, aktivnosti, emocije, ideje i dr. kao entitete ili supstance (npr. UM JE STROJ – *My mind just isn't operating today*) (Lakoff i Johnson, 1980: 25).

Razumijevanje pojedinih konceptualnih metafora kulturološki je uvjetovano, što znači da nećemo naići na preslikavanja između domena ako u određenoj kulturi ne postoji odgovarajuća sličnost ili iskustvena korelacija (*primarne metafore*)<sup>13</sup> (Radek, 2021: 209). Jezik i kultura međusobno se prepliću i utječu jedno na drugo (isto: 217). Naša sposobnost razumijevanja i usvajanja jezičkih koncepata povezana je s kulturom u kojoj smo odrasli i odgojeni. Tradicija i kulturne norme oblikuju način na koji usvajamo jezičke koncepte, omogućavajući nam da razumijemo univerzalno prihvaćene izraze ili one koji su preneseni iz izvorne domene iskustva bez potrebe za dodatnim kontekstom.<sup>14</sup> Konceptualne metafore često koristimo nesvjesno, crpeći njihovo značenje iz svakodnevnog iskustva. Prema tome, neke su se metafore toliko ukorijenile kao svakodnevni jezik da više ne percipiramo izvorne domene kao surogate ciljnih.

---

<sup>13</sup> Primarne se metafore temelje na izravnim korelacijama između subjektivnoga i senzorno-motoričkoga iskustva u iskustvenim scenarijima koji se ponavljaju (<http://ihjj.hr/metafore/pojmovnik/>) [2. 9. 2024]. Vjerovatno nikoga ne bi iznenadilo saznanje da je *privrženost* univerzalno konceptualizirana kao toplina, a ne hladnoća. Učenje takvih primarnih metafora za nas ne predstavlja izbor: ono se događa nesvjesno i automatski. Budući da je to univerzalno tjelesno iskustvo, popratna je metafora najčešće univerzalna. Drugim riječima, univerzalna primarna iskustva stvaraju univerzalne primarne metafore (Kövecses, 2011: 186). Primjeri primarnih metafora: CILJEVI SU ODREDIŠTA, POTEŠKOĆE SU ZAPREKE I NAPREDAK JE KRETANJE PREMA NAPRIJED (isto: 187).

<sup>14</sup> Ovo možemo primijetiti u kontekstu metafore SMRT JE PRESELJENJE, koja se kod govornika bosanskog jezika koristi bez potrebe da se daje uvid u značenje iz kulture. O toj metafori nešto više u drugom dijelu rada.



### **III CILJEVI ISTRAŽIVANJA I KORPUS**

## 5. Cilj istraživanja

Ciljevi ovog rada usmjereni su na analizu konceptualnih modela unutar *Sarajevskog korpusa SMS poruka na bosanskom jeziku*. Prvi cilj identifikacija je i klasifikacija konceptualnih modela u okviru ovog specifičnog korpusa, s posebnim fokusom na najfrekventnije modele. U temelju ovaj rad ima cilj pokazati kako konceptualni modeli strukturiraju i oblikuju svakodnevni jezik i mišljenje, što se jasno reflektira u SMS komunikaciji, prvom digitalnom kanalu za komunikaciju dostupnom širim narodnim masama.

Nadalje, ovaj rad istražuje kako digitalna komunikacija, poput SMS poruka, utječe na oblik u kojem će se realizirati konceptualne metafore i na čestotu njihove upotrebe. Analizom Korpusa istražiti ćemo koji se konceptualni modeli najčešće koriste u digitalnoj komunikaciji te da li i kako digitalni medij oblikuje našu percepciju i konceptualizaciju svijeta.

Rad će kroz analizu specifičnih primjera unutar Korpusa istražiti i ukazati na kulturološke aspekte konceptualnih modela, posebno onih koji su jedinstveni za bosanskohercegovački prostor. Time rad doprinosi razumijevanju kako kultura, jezik i tehnologija međusobno djeluju, te kako jezičke zajednice oblikuju i prenose svoja kolektivna iskustva kroz metaforičke izraze.

Konačno, ovaj rad teži doprinijeti razvoju bosnistike kroz primjenu korpusnih metoda u analizi jezičke dinamike i konceptualnih struktura.

## 6. Metode istraživanja

U poglavlju o metodama posebno važno jeste istaknuti ulogu korpusne lingvistike i statističke metode koju ćemo koristiti za analizu *Sarajevskog korpusa SMS poruka*. Korpusna lingvistika pristup je proučavanju jezika koji se temelji na analizi velikih zbirki stvarnih jezičkih podataka poznatih pod nazivom korpusi (Dobrić, 2021: 47–49). Ova disciplina omogućava istraživačima da analiziraju jezičke obrasce na način koji je empirijski utemeljen. U našem slučaju *Sarajevski korpus SMS poruka na bosanskom jeziku* služi kao osnovni izvor podataka za proučavanje zastupljenosti konceptualnih modela. Statistička metoda unutar korpusne lingvistike koristi se za kvantitativnu analizu jezičkih fenomena. U našem radu primijenili smo statističku metodu kako bismo utvrdili učestalost pojavljivanja konceptualnih modela u komunikaciji putem SMS poruka. Konkretno, analizom zastupljenosti konceptualnih modela u SMS porukama možemo pokazati koliki je njihov udio u ovom obliku komunikacije, što dalje

reflektira njihovu važnost u svakodnevnom govoru. SMS komunikacija, kao kanal koji odražava neformalnu, svakodnevnu upotrebu jezika, pruža nam uvid u to kako ljudi intuitivno koriste konceptualne modele u svojim svakodnevnim interakcijama.

Deduktivna će metoda biti korištena za pregled općih načela kognitivne lingvistike, naročito konceptualne metafore utemeljene na teoriji Georgea Lakoffa i Marka Johnsona. Te teorijske principe primjenjivat ćemo i u slučaju specifičnih primjera iz *Sarajevskog korpusa SMS poruka na bosanskom jeziku*. Induktivna metoda koristit će se kao važan alat za analizu. Fokusirat ćemo se na detaljno ispitivanje konkretnih primjera kako bismo identificirali obrasce u jeziku i razjasnili kako se određeni konceptualni modeli manifestiraju u svakodnevnoj komunikaciji putem SMS poruka.

## 7. Sarajevski korpus SMS poruka na bosanskom jeziku



Izgled naslovne stranice Korpusa

*Sarajevski korpus SMS poruka na bosanskom jeziku* sadrži 10.000 poruka. On je rezultat projekta Centra za bosanski, hrvatski i srpski jezik Univerziteta u Sarajevu – Filozofskog fakulteta. Rad na Korpusu trajao je od januara 2021. do jula 2023. godine. *Sarajevski korpus SMS poruka na bosanskom jeziku* izvorno je objavljen kao elektronska knjiga.<sup>15</sup> Potom su podaci iz njega digitalizirani, prilagođeni modernim konkordanserima i alatima za pretragu i kao elektronski korpus postavljeni na repozitorij CLARIN.SI (*Slovene Common Language*

<sup>15</sup> Elektronska knjiga dostupna je na: <https://www.ff.unsa.ba/files/CentarZaBHS/propisi/Sarajevo-Corpus-of-SMS-Messages-in-Bosnian.pdf> [2. 9. 2024].

*Resources and Technology Infrastructure*) 2024. godine. Profil Korpusa na repozitoriju CLARIN.SI dostupan je na: <https://www.clarin.si/repository/xmlui/handle/11356/1913>.<sup>16</sup> Na 35. internacionalnom sarajevskom sajmu knjiga u aprilu 2024. godine *Sarajevski korpus SMS poruka na bosanskom jeziku* nagrađen je *Priznanjem za e-izdavaštvo*.

Strukturno posmatrano Korpus je raspoređen na sljedeći način: kao PDF dokument ima 2500 stranica; na svakoj stranici su četiri tabele numerirane od 00001 do 10000.<sup>17</sup> Redoslijed poruka nasumičan je, što je motivirano varijablom anonimizacije učesnika od kojih su prikupljane poruke. Korpus je zamišljen da bude statičan – nije planirano njegovo širenje. Obuhvata poruke poslane od 2002. do 2022. godine i zbog toga se može smatrati sinhronijskim korpusom.<sup>18</sup> Tekstovi poruka u Korpusu autentični su. U *Predgovoru* ističe se kako ovo nije korpus standardnog jezika.<sup>19</sup>

Korišteni korpus uključuje tabele koje su informatori popunjavali, a koje sadrže sljedeće podatke: tekst SMS-a (autentičan),<sup>20</sup> broj riječi, broj znakova (s razmacima), napomene informatora te metapodatke. U okviru metapodataka informatori su ispunjavali sljedeće informacije za pošiljaoca i primaoca: maternji jezik, spol, dob, država dugotrajnog boravka, obrazovanje, zanimanje te mjesec i godina slanja poruke. Važno je napomenuti da su i pošiljalac i primalac ostali anonimni. Također, u slučajevima kada se u SMS porukama spominju imena, ona su označena znakom *X* (znak *X* ponavlja se onoliko puta koliko ime ima slova). U nastavku prilažemo jednu tabelu iz Korpusa.

00909	Tekst poruke	Metapodaci		
	Malo je guzva pa ipak ti dođi oko 15 do 4, da me ne cekas	Maternji jezik	Pošiljalac	Primalac
			<b>bosanski</b>	<b>bosanski</b>
		*Spol	Z	Z
		*Dob	20	19
		Države dugotrajnog boravka	BiH	BiH
		Obrazovanje	srednje	srednje
		Zanimanje	ekon. tehničar	ekon. tehničar
*Broj riječi	15	*Mjesec i godina slanja poruke	10/2021	
*Broj znakova (s razmacima)	57			
<b>Napomene informanta:</b> ↓ Sagovornice su prijateljice.				

U okviru ovog završnog rada naš fokus bio je isključivo na identificiranju i analizi konceptualnih modela unutar njega. Iako Korpus nudi širok spektar drugih zanimljivih tema za

<sup>16</sup> Više informacija na <https://www.ff.unsa.ba/index.php/bs/projekti-centra-za-b-h-s-jezik/18335-sarajevski-korpus-sms-poruka-na-bosanskom-jeziku> [2. 9. 2024].

<sup>17</sup> Izgled ćelije iz Korpusa bit će prikazan kroz naredna poglavlja u kojima ćemo analizirati konceptualne modele.  
<sup>18</sup> Bulić u *Predgovoru* elektronskoj knjizi navodi i činjenicu da se Korpus, budući da sadrži poruke poslane tokom dva desetljeća, može posmatrati i kao dijahronijski, jer su SMS poruke doživjele značajne promjene i razvoj u tom periodu o čemu svjedoči dati korpus (Bulić i dr., 2023: 11).

<sup>19</sup> Više o samom Korpusu pročitati u *Predgovoru* elektronske knjige.

<sup>20</sup> U ovome radu preuzimali smo autentične poruke iz Korpusa bez ikakvih izmjena.

istraživanje: poput leksike, sintakse ili pragmatike, smatramo da je analiza konceptualnih modela od ključne važnosti za dublje razumijevanje načina na koji govornici oblikuju i prenose značenja u svakodnevnoj komunikaciji te da li i kako tehnologija utječe na modele razumijevanja svijeta iz perspektive bosanskog jezika. Ova specifična perspektiva omogućava nam da istražimo ne samo jezične obrasce već i kulturne i kognitivne strukture koje stoje iza upotrebe jezika.

### 7.1. SMS poruke

SMS (Short Message Service) razvijen je tijekom 1990-ih godina i predstavlja medij koji omogućava brzu i efikasnu komunikaciju među korisnicima unutar 160 znakova. Osim sadržaja poruke, svaki SMS pruža informacije o pošiljaocu i tačnom vremenu slanja poruke (Hodžić-Čavkić, 2024: 46). SMS poruke bile su najviše u upotrebi tokom kasnih 1990-ih i 2000-ih godina. U to vrijeme, mobilni telefoni postali su široko dostupni, ali su opcije za internet i društvene mreže bile ograničene ili skupe. Zbog toga su SMS poruke bile idealan način za brzo i jednostavno komuniciranje:

*SMS je u odnosu na druge medije pomoću kojih komuniciramo ličniji i zbog toga pretpostavlja višu angažiranost pošiljatelja i primaoca, 16 ali zavisi i od same prirode njihovog odnosa, trenutnih potreba iz kojih proizlazi komunikacija te – prilika u kojima se SMS piše, što nas upućuje na karakterističnost SMS-a u odnosu na druge oblike komunikacije koji mu prethode. On se može shvatiti kao nastavak diskursa poput pisama, telegrama, komunikacije pejdžerom, razglednica i sl. (...) (Hodžić-Čavkić, 2024: 47).*

Prema McWhorterovu mišljenju jezik SMS poruka nije oblik pisanoga, već govorenoga jezika. Autor tu hipotezu argumentira tvrdnjom da govornici tokom konverzacije SMS-om pišu slično onome kako govore, pa taj jezik naziva *prstovnim govorom (fingered speech)*, koji nije ograničen pravilima pravilnoga pisanja. Shodno tome McWhorter smatra da se radi o novoj vrsti govorenoga jezika koja je s vremenom razvila svoje specifične konvencije (McWhorter, 2013).

Brown i Yule (1983: 4–19) posvetili su pažnju opoziciji između govorenog i pisanog jezika. Prema njima osnovne specifičnosti govorenoga u odnosu na pisani jezik uključuju: (1) siromašniji leksik i slabiju strukturalnu organizaciju; (2) izostanak određenih gramatičkih oblika i jezičkih elemenata tipičnih za pisani jezik; (3) organizaciju diskursa u manjim i jednostavnijim cjelinama; (4) čest izostanak S+P (subjekt + predikat) strukture rečenice; (5)

manju gustoću informacija; (6) poštapalice i druge elemente retoričke organizacije; (7) ponavljanje, što se može primijetiti i u ovom korpusu.

Crystal (2008: 46–73), s druge strane, ostaje u domeni pisanog te smatra da jezik SMS poruka ima nekoliko specifičnih karakteristika u poređenju s drugim oblicima istog tog jezika: uključuje upotrebu logograma i piktograma, inicijala i skraćenica te ispuštanje slova i druge oblike nestandardnog pisanja.

U osnovi jezik SMS poruka specifičan je zbog ograničenja od 160 karaktera po poruci. To je bilo razlog da korisnici razvili jedinstven stil pisanja, koristeći skraćenice, simbole, emotikone i sleng kako bi preneli što više informacija u što manje prostora. U nekim slučajevima *SMS sleng* komunikacija toliko je razvijena da se može smatrati posebnim oblikom jezika:

*S lingvističkog gledišta posmatrano, SMS-ovi su zanimljivi iz bar dvaju razloga: prvo, SMS komuniciranje ima konvencije po kojima se razlikuje od konvencija svih drugih oblika komunikacije (i onih nastalih prije i onih nastalih poslije njih) i, drugo, ono predstavlja značajan dio u ukupnom komuniciranju na svakom jeziku pa bez valjanih informacija o tom segmentu upotrebe jezika ne možemo biti sigurni da raspolažemo kvalitetnim opisom jezika kao cjeline (Bulić i dr., 2023: 7).*

## **IV REZULTATI ISTRAŽIVANJA**



## 8. Opće napomene o analiziranim konceptualnim metaforama

U okviru našeg istraživanja analizirali smo *Sarajevski korpus SMS poruka na bosanskom jeziku*. Analizom ovog opsežnog skupa podataka usmjerili smo se na identificiranje i kategoriziranje konceptualnih modela prisutnih u porukama. Teorijski okvir našeg istraživanja oslanjao se na pretpostavku da je naš konceptualni sistem inherentno metaforičan i da se metaforički karakter ogleda u jeziku, ali i da općeprisutna upotreba tehnologije u kompjuterski posredovanoj komunikaciji već u SMS-u pokazuje utjecaj na razumijevanje vanjezičkog svijeta.

Dvije osnove hipoteze u radu:

1. Hipoteza o konceptualnim modelima vremena: u SMS komunikaciji na bosanskom jeziku dominira upotreba konceptualnih modela koji vrijeme konceptualiziraju kao prostor ili predmet, zbog prirode kratkih i funkcionalnih poruka.
2. Hipoteza o promjenama u upotrebi SMS komunikacije: prelaskom na moderne oblike digitalne komunikacije dolazi do smanjenja upotrebe SMS poruka kao glavnog komunikacijskog sredstva, što uzrokuje promjenu u jeziku i metaforama, naročito u povećanoj upotrebi izraza vezanih za mreže i tehnologiju.

Kao što smo očekivali, analiza je potvrdila prisutnost velikog broja konceptualnih modela u Korpusu. Ove metafore razlikovale su se u svojoj specifičnosti i univerzalnosti. Neke od njih svojstvene su i drugim jezicima, dok su druge specifične za bosanski jezik i za bh. kulturu. Konceptualne metafore koje smo pronašli u *Sarajevskom korpusu SMS poruka na bosanskom jeziku* jesu sljedeće: MREŽA JE PROSTOR, MREŽA JE PREDMET, (E-)KOMUNIKACIJA JE PREDMET – RIJEČI SU PREDMETI, VRIJEME JE (SPECIFIČNI) PROSTOR, VRIJEME JE (MJERLJIV) PREDMET, ČOVJEK JE ŽIVOTINJA, ČOVJEK JE STROJ, STRUJA JE AGENS, POSTOJANJE JE AGREGATNO STANJE, ŽIVOT JE PUTOVANJE, TEMPERATURA JE PREDMET (POSJEDOVANJA), EMOCIJE SU PREDMETI, DOLJE JE NEGATIVNO, VIRUS JE PREDMET, POSJEDOVANJE (NEPOŽELJNOG) JE NEGATIVNO, IGRA JE RAT, UM JE POSUDA, UM JE PROSTOR.<sup>21</sup>

U analizi Korpusa identificirali smo 19 konceptualnih metafora. Dok za neke od njih postoje konceptualni izrazi u preko 800 poruka, za druge smo našli samo po jedan primjer u cijelom Korpusu. S obzirom na ograničenost prostora u ovome radu, odlučili smo se fokusirati isključivo na one konceptualne metafore koje su zastupljene u većem broju poruka. Analizirat

---

<sup>21</sup> Ovdje bismo napomenuli da je moguće da nismo iscrpili i pobrojali sve modele konceptualne metafore unutar analiziranog korpusa.

ćemo ih u sklopu konceptualnih modela pod koje spada veći broj pronađenih konceptualnih metafora. Neke od njih univerzalne su i mogu se naći u različitim kulturama, dok smo jednu konceptualnu metaforu izdvojili kao poseban izraz bh. kulture.

Među univerzalnim metaforama koje smo identificirali najprisutnija je konceptualna metafora *VRIJEME JE PROSTOR*, koja se pojavljuje u različitim oblicima i kontekstima unutar SMS poruka. Analiza je pokazala da se kroz 10.000 poruka najčešće provlače konceptualne metafore koje se odnose na vrijeme i mrežu, odnosno (e-)komunikaciju. Metafore za vrijeme koriste se za izražavanje tog apstraktnog pojma kroz konkretne prostorne koncepte. S druge strane, metafore vezane za mrežu i e-komunikaciju reflektiraju specifične aspekte savremene komunikacije i tehnologije, ukazujući na način na koji digitalni kontekst oblikuje jezičke izraze.

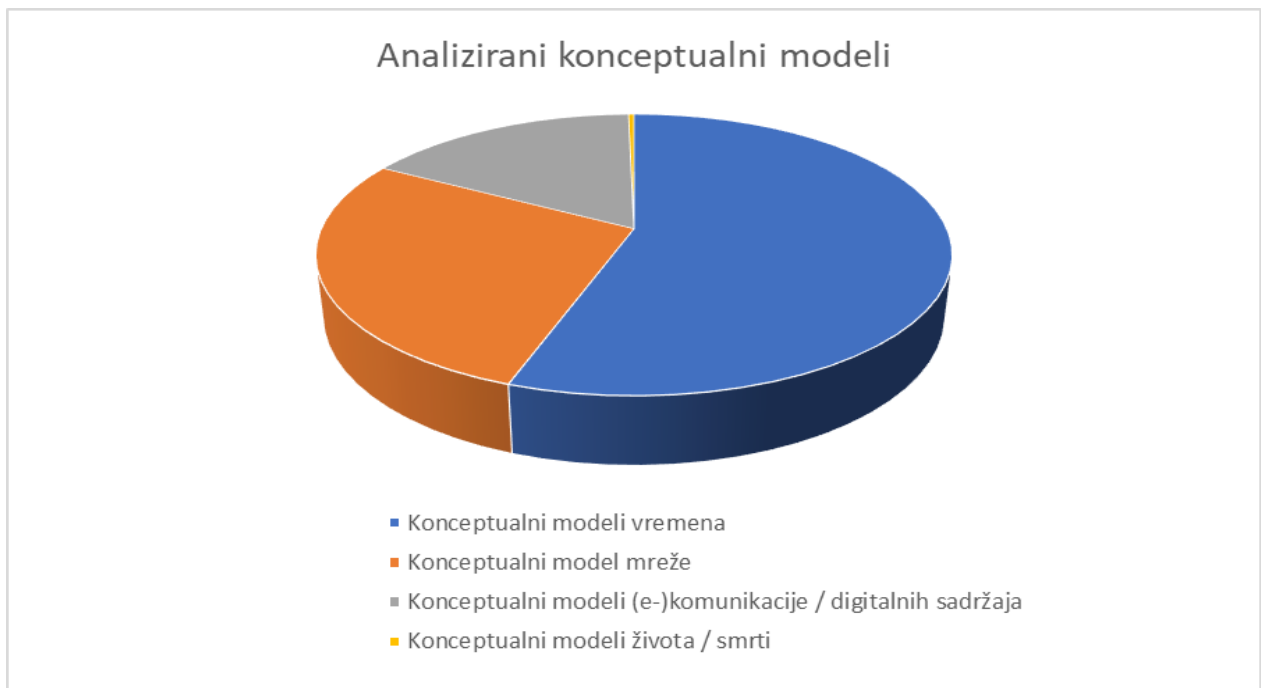
Analiza je također demonstrirala kako se univerzalne metafore kombiniraju sa specifičnim kulturnim i tehnološkim kontekstima, čime se obogaćuje naše razumijevanje toga kako jezik odražava i oblikuje naše svakodnevno iskustvo i percepciju svijeta.

U nastavku rada osvrnut ćemo se pojedinačno na tri najzastupljenija konceptualna modela unutar *Sarajevskog korpusa SMS poruka na bosanskom jeziku*: model vremena, model mreže i model e-komunikacije / digitalnih sadržaja. Posebnu pažnju posvetit ćemo jednom od konceptualnih modela života – *ŽIVOT JE PUTOVANJE* izdvajajući podmetaforu ovog konceptualnog modela specifičnu za bh. kulturu – *SMRT JE PRESELJENJE*.

Svi modeli koje smo analizirali mogu se podvesti pod zajedničku konceptualnu metaforu *APSTRAKTNO JE KONKRETNO*. Pojmovi poput vremena, mreže, (e-)komunikacije, digitalnih sadržaja, života i smrti funkcioniraju na temelju ove metafore. Osnovna suština konceptualizacije upravo je ta da apstraktne pojmove razumijemo kroz konkretne. Na taj način nepoznato i apstraktno postaje dostupno i shvatljivo kroz kategorije i iskustva koja su nam poznata i opipljiva. Konceptualna metafora povezuje izvornu i ciljnu domenu. Izvorna domena pruža osnovne informacije za stupanje u korelaciju s drugom, ciljnom domenom, koja se treba definirati (Smajlović-Šabić, 2013: 327–328). Kako bi taj proces bio lakši, izvorne su domene uglavnom konkretni entiteti. Ciljna domena, koja je predmet koji se treba objasniti, većinom je apstraktni pojam (isto: 328). Ovaj mehanizam povezivanja možemo jasno primijeniti na sve modele koje ćemo analizirati u nastavku. Pojmovi kao što su vremen, mreže, (e)komunikacije, digitalni sadržaji te život i smrt predstavljaju ciljne domene koje su apstraktne i teško shvatljive bez posredstva konkretnih iskustava. Koristeći konkretne izvorne domene kao što su prostor ili predmet, olakšavamo proces razumijevanja apstraktnih koncepata. Ovaj proces *prizemljivanja*

apstraktnih pojmova u konkretna iskustva olakšava njihovo shvatanje, jer naš um prirodno gravitira prema onome što možemo vidjeti, dodirnuti ili iskusiti (Jackendof, 2016). Naprimjer, metafora DIGITALNI SADRŽAJ JE *PREDMET* pomaže nam da virtualne entitete, poput podataka ili informacija, shvatimo kao opipljive objekte. Kada kažemo *preuzeti fajl* govorimo o digitalnim sadržajima kao da su fizički predmeti koje možemo dodirnuti, premjestiti i sl.

Zabilježeno je 18,1% SMS poruka u kojima se pojavljuju konceptualni modeli koje smo istraživali. Statistički smo prikazali postotak prisutnosti istih na grafikonu koji slijedi.



## 9. Konceptualni modeli VREMENA

U nastavku navest ćemo redne brojeve svih SMS-ova u kojima smo pronašli konceptualne modele VREMENA u *Sarajevskom korpusu SMS poruka na bosanskom jeziku*: SMS 00007, SMS 00008, SMS 00016, SMS 00025, SMS 00026, SMS 00029, SMS 00037, SMS 00049, SMS 00053, SMS 00062, SMS 00069, SMS 00072, SMS 00089, SMS 00119, SMS 00148, SMS 00157, SMS 00159, SMS 00168, SMS 00172, SMS 00179, SMS 00217, SMS 00220, SMS 00239, SMS 00242, SMS 00257, SMS 00270, SMS 00273, SMS 00283, SMS 00290, SMS 00302, SMS 00314, SMS 00328, SMS 00338, SMS 00341, SMS 00348, SMS 00357, SMS 00384, SMS 00389, SMS 00413, SMS 00415, SMS 00417, SMS 00441,

SMS 00457, SMS 00470, SMS 00485, SMS 00507, SMS 00523, SMS 00549, SMS 00551, SMS 00566, SMS 00575, SMS 00576, SMS 00584, SMS 00588, SMS 00592, SMS 00622, SMS 00649, SMS 00659, SMS 00662, SMS 00665, SMS 00674, SMS 00682, SMS 00707, SMS 00710, SMS 00711, SMS 00715, SMS 00727, SMS 00732, SMS 00753, SMS 00755, SMS 00792, SMS 00798, SMS 00804, SMS 00805, SMS 00811, SMS 00817, SMS 00818, SMS 00820, SMS 00849, SMS 00853, SMS 00856, SMS 00874, SMS 00876, SMS 00878, SMS 00879, SMS 00888, SMS 00889, SMS 00903, SMS 00909, SMS 00916, SMS 00918, SMS 00935, SMS 00941, SMS 00944, SMS 00945, SMS 00950, SMS 00984, SMS 01001, SMS 01003, SMS 01005, SMS 01013, SMS 01023, SMS 01045, SMS 01053, SMS 01070, SMS 01078, SMS 01087, SMS 01095, SMS 01109, SMS 01111, SMS 01125, SMS 01126, SMS 01142, SMS 01165, SMS 01173, SMS 01202, SMS 01207, SMS 01213, SMS 01250, SMS 01254, SMS 01276, SMS 01299, SMS 01325, SMS 01330, SMS 01334, SMS 01336, SMS 01345, SMS 01349, SMS 01352, SMS 01354, SMS 01364, SMS 01382, SMS 01390, SMS 01427, SMS 01530, SMS 01531, SMS 01537, SMS 01582, SMS 01583, SMS 01603, SMS 01604, SMS 01614, SMS 01615, SMS 01617, SMS 01622, SMS 01624, SMS 01647, SMS 01661, SMS 01667, SMS 01732, SMS 01735, SMS 01753, SMS 01758, SMS 01768, SMS 01770, SMS 01776, SMS 01780, SMS 01789, SMS 01791, SMS 01792, SMS 01810, SMS 01838, SMS 01840, SMS 01880, SMS 01887, SMS 01888, SMS 01896, SMS 01897, SMS 01899, SMS 01929, SMS 01930, SMS 01931, SMS 01933, SMS 01965, SMS 01973, SMS 01996, SMS 02009, SMS 02012, SMS 02014, SMS 02019, SMS 02035, SMS 02041, SMS 02072, SMS 02073, SMS 02075, SMS 02104, SMS 02107, SMS 02118, SMS 02123, SMS 02142, SMS 02166, SMS 02172, SMS 02173, SMS 02181, SMS 02225, SMS 02226, SMS 02243, SMS 02250, SMS 02275, SMS 02301, SMS 02312, SMS 02333, SMS 02349, SMS 02377, SMS 02382, SMS 02383, SMS 02384, SMS 02385, SMS 02389, SMS 02396, SMS 02406, SMS 02417, SMS 02455, SMS 02463, SMS 02464, SMS 02465, SMS 02488, SMS 02514, SMS 02515, SMS 02517, SMS 02530, SMS 02536, SMS 02548, SMS 02554, SMS 02568, SMS 02576, SMS 02577, SMS 02618, SMS 02619, SMS 02623, SMS 02624, SMS 02631, SMS 02636, SMS 02640, SMS 02660, SMS 02682, SMS 02684, SMS 02685, SMS 02691, SMS 02717, SMS 02739, SMS 02752, SMS 02755, SMS 02762, SMS 02763, SMS 02771, SMS 02801, SMS 02821, SMS 02833, SMS 02834, SMS 02836, SMS 02880, SMS 02881, SMS 02957, SMS 02962, SMS 02964, SMS 02965, SMS 02980, SMS 02988, SMS 02998, SMS 03002, SMS 03003, SMS 03007, SMS 03008, SMS 03010, SMS 03023, SMS 03027, SMS 03028, SMS 03058, SMS 03063, SMS 03068, SMS 03069, SMS 03075, SMS 03078, SMS 03085, SMS 03087, SMS 03091, SMS 03181, SMS 03185, SMS 03186,

SMS 03200, SMS 03213, SMS 03214, SMS 03217, SMS 03230, SMS 03232, SMS 03235,  
SMS 03246, SMS 03266, SMS 03293, SMS 03311, SMS 03318, SMS 03322, SMS 03329,  
SMS 03331, SMS 03336, SMS 03347, SMS 03378, SMS 03379, SMS 03401, SMS 03407,  
SMS 03415, SMS 03419, SMS 03424, SMS 03447, SMS 03457, SMS 03458, SMS 03500,  
SMS 03520, SMS 03526, SMS 03534, SMS 03535, SMS 03548, SMS 03577, SMS 03589,  
SMS 03590, SMS 03601, SMS 03607, SMS 03610, SMS 03625, SMS 03626, SMS 03627,  
SMS 03638, SMS 03647, SMS 03685, SMS 03705, SMS 03707, SMS 03709, SMS 03746,  
SMS 03757, SMS 03761, SMS 03770, SMS 03781, SMS 03785, SMS 03796, SMS 03807,  
SMS 03830, SMS 03842, SMS 03848, SMS 03861, SMS 03867, SMS 03895, SMS 03939,  
SMS 03941, SMS 03954, SMS 03958, SMS 03984, SMS 03985, SMS 04005, SMS 04006,  
SMS 04014, SMS 04026, SMS 04027, SMS 04038, SMS 04039, SMS 04059, SMS 04066,  
SMS 04083, SMS 04114, SMS 04115, SMS 04129, SMS 04139, SMS 04146, SMS 04151,  
SMS 04187, SMS 04202, SMS 04217, SMS 04235, SMS 04238, SMS 04257, SMS 04295,  
SMS 04301, SMS 04324, SMS 04326, SMS 04327, SMS 04328, SMS 04334, SMS 04341,  
SMS 04347, SMS 04356, SMS 04357, SMS 04358, SMS 04375, SMS 04407, SMS 04438,  
SMS 04488, SMS 04504, SMS 04531, SMS 04591, SMS 04612, SMS 04634, SMS 04672,  
SMS 04676, SMS 04684, SMS 04685, SMS 04732, SMS 04744, SMS 04786, SMS 04797,  
SMS 04817, SMS 04823, SMS 04828, SMS 04848, SMS 04884, SMS 04891, SMS 04900,  
SMS 04922, SMS 04977, SMS 04982, SMS 04997, SMS 05040, SMS 05061, SMS 05090,  
SMS 05094, SMS 05098, SMS 05118, SMS 05119, SMS 05121, SMS 05128, SMS 05143,  
SMS 05158, SMS 05173, SMS 05180, SMS 05203, SMS 05204, SMS 05205, SMS 05222,  
SMS 05227, SMS 05229, SMS 05235, SMS 05243, SMS 05245, SMS 05255, SMS 05264,  
SMS 05269, SMS 05280, SMS 05291, SMS 05334, SMS 05345, SMS 05351, SMS 05360,  
SMS 05365, SMS 05381, SMS 05385, SMS 05391, SMS 05415, SMS 05418, SMS 05448,  
SMS 05449, SMS 05450, SMS 05451, SMS 05466, SMS 05477, SMS 05493, SMS 05494,  
SMS 05497, SMS 05498, SMS 05500, SMS 05502, SMS 05506, SMS 05508, SMS 05521,  
SMS 05525, SMS 05527, SMS 05528, SMS 05548, SMS 05560, SMS 05581, SMS 05591,  
SMS 05594, SMS 05597, SMS 05603, SMS 05607, SMS 05615, SMS 05634, SMS 05647,  
SMS 05648, SMS 05654, SMS 05681, SMS 05694, SMS 05698, SMS 05701, SMS 05703,  
SMS 05712, SMS 05726, SMS 05733, SMS 05753, SMS 05760, SMS 05784, SMS 05827,  
SMS 05829, SMS 05831, SMS 05865, SMS 05884, SMS 05889, SMS 05890, SMS 05913,  
SMS 05922, SMS 05926, SMS 05950, SMS 05954, SMS 05958, SMS 06009, SMS 06013,  
SMS 06025, SMS 06043, SMS 06056, SMS 06058, SMS 06062, SMS 06081, SMS 06100,  
SMS 06111, SMS 06113, SMS 06145, SMS 06184, SMS 06185, SMS 06191, SMS 06198,

SMS 06200, SMS 06220, SMS 06228, SMS 06250, SMS 06273, SMS 06295, SMS 06309,  
SMS 06317, SMS 06318, SMS 06361, SMS 06363, SMS 06367, SMS 06388, SMS 06421,  
SMS 06435, SMS 06452, SMS 06455, SMS 06456, SMS 06484, SMS 06486, SMS 06553,  
SMS 06562, SMS 06565, SMS 06577, SMS 06581, SMS 06606, SMS 06616, SMS 06621,  
SMS 06678, SMS 06683, SMS 06690, SMS 06692, SMS 06695, SMS 06696, SMS 06723,  
SMS 06744, SMS 06750, SMS 06760, SMS 06761, SMS 06778, SMS 06799, SMS 06838,  
SMS 06859, SMS 06861, SMS 06862, SMS 06874, SMS 06875, SMS 06886, SMS 06894,  
SMS 06897, SMS 06917, SMS 06938, SMS 06944, SMS 06946, SMS 06964, SMS 06973,  
SMS 06997, SMS 07035, SMS 07065, SMS 07073, SMS 07086, SMS 07128, SMS 07137,  
SMS 07156, SMS 07158, SMS 07168, SMS 07180, SMS 07192, SMS 07197, SMS 07217,  
SMS 07228, SMS 07250, SMS 07279, SMS 07281, SMS 07282, SMS 07286, SMS 07287,  
SMS 07293, SMS 07300, SMS 07301, SMS 07320, SMS 07321, SMS 07398, SMS 07406,  
SMS 07408, SMS 07437, SMS 07441, SMS 07444, SMS 07462, SMS 07470, SMS 07482,  
SMS 07486, SMS 07488, SMS 07503, SMS 07543, SMS 07546, SMS 07551, SMS 07553,  
SMS 07557, SMS 07561, SMS 07562, SMS 07565, SMS 07584, SMS 07597, SMS 07598,  
SMS 07606, SMS 07643, SMS 07645, SMS 07646, SMS 07654, SMS 07664, SMS 07675,  
SMS 07687, SMS 07688, SMS 07690, SMS 07693, SMS 07699, SMS 07703, SMS 07714,  
SMS 07715, SMS 07722, SMS 07728, SMS 07736, SMS 07739, SMS 07753, SMS 07761,  
SMS 07777, SMS 07780, SMS 07800, SMS 07813, SMS 07824, SMS 07842, SMS 07852,  
SMS 07857, SMS 07864, SMS 07872, SMS 07886, SMS 07897, SMS 07907, SMS 07910,  
SMS 07911, SMS 07915, SMS 07944, SMS 07948, SMS 07965, SMS 07995, SMS 08005,  
SMS 08009, SMS 08022, SMS 08034, SMS 08046, SMS 08052, SMS 08062, SMS 08064,  
SMS 08071, SMS 08078, SMS 08089, SMS 08091, SMS 08102, SMS 08120, SMS 08121,  
SMS 08123, SMS 08136, SMS 08137, SMS 08140, SMS 08170, SMS 08171, SMS 08179,  
SMS 08197, SMS 08201, SMS 08220, SMS 08222, SMS 08232, SMS 08253, SMS 08255,  
SMS 08257, SMS 08258, SMS 08260, SMS 08280, SMS 08285, SMS 08287, SMS 08300,  
SMS 08301, SMS 08311, SMS 08313, SMS 08316, SMS 08329, SMS 08335, SMS 08338,  
SMS 08361, SMS 08368, SMS 08375, SMS 08377, SMS 08389, SMS 08421, SMS 08432,  
SMS 08433, SMS 08435, SMS 08437, SMS 08455, SMS 08466, SMS 08483, SMS 08492,  
SMS 08496, SMS 08518, SMS 08561, SMS 08587, SMS 08608, SMS 08612, SMS 08613,  
SMS 08619, SMS 08621, SMS 08624, SMS 08628, SMS 08632, SMS 08633, SMS 08634,  
SMS 08654, SMS 08655, SMS 08656, SMS 08661, SMS 08680, SMS 08683, SMS 08696,  
SMS 08715, SMS 08721, SMS 08725, SMS 08733, SMS 08740, SMS 08744, SMS 08749,  
SMS 08752, SMS 08760, SMS 08795, SMS 08796, SMS 08797, SMS 08798, SMS 08802,

SMS 08809, SMS 08849, SMS 08850, SMS 08891, SMS 08895, SMS 08897, SMS 08902, SMS 08911, SMS 08976, SMS 08993, SMS 08996, SMS 09005, SMS 09016, SMS 09019, SMS 09034, SMS 09035, SMS 09047, SMS 09061, SMS 09067, SMS 09069, SMS 09070, SMS 09082, SMS 09087, SMS 09101, SMS 09107, SMS 09123, SMS 09139, SMS 09168, SMS 09169, SMS 09171, SMS 09172, SMS 09176, SMS 09198, SMS 09201, SMS 09227, SMS 09235, SMS 09240, SMS 09241, SMS 09245, SMS 09246, SMS 09254, SMS 09262, SMS 09267, SMS 09316, SMS 09320, SMS 09342, SMS 09348, SMS 09354, SMS 09375, SMS 09376, SMS 09425, SMS 09428, SMS 09429, SMS 09433, SMS 09441, SMS 09466, SMS 09468, SMS 09474, SMS 09482, SMS 09494, SMS 09497, SMS 09507, SMS 09570, SMS 09578, SMS 09587, SMS 09588, SMS 09589, SMS 09590, SMS 09599, SMS 09611, SMS 09627, SMS 09632, SMS 09651, SMS 09656, SMS 09682, SMS 09683, SMS 09685, SMS 09689, SMS 09690, SMS 09696, SMS 09714, SMS 09720, SMS 09728, SMS 09739, SMS 09741, SMS 09758, SMS 09775, SMS 09777, SMS 09797, SMS 09810, SMS 09847, SMS 09848, SMS 09903, SMS 09906, SMS 09907, SMS 09923, SMS 09940, SMS 09944, SMS 09963, SMS 09965, SMS 09978, SMS 09984, SMS 09987, SMS 09997, SMS 00002, SMS 00030, SMS 00048, SMS 00056, SMS 00065, SMS 00074, SMS 00078, SMS 00098, SMS 00104, SMS 00117, SMS 00147, SMS 00158, SMS 00194, SMS 00196, SMS 00197, SMS 00198, SMS 00216, SMS 00252, SMS 00268, SMS 00279, SMS 00285, SMS 00300, SMS 00319, SMS 00324, SMS 00332, SMS 00342, SMS 00382, SMS 00383, SMS 00402, SMS 00418, SMS 00467, SMS 00503, SMS 00506, SMS 00521, SMS 00522, SMS 00571, SMS 00636, SMS 00637, SMS 00646, SMS 00657, SMS 00664, SMS 00666, SMS 00671, SMS 00685, SMS 00686, SMS 00774, SMS 00783, SMS 00784, SMS 00827, SMS 00877, SMS 00942, SMS 00952, SMS 00992, SMS 01014, SMS 01016, SMS 01062, SMS 01085, SMS 01136, SMS 01148, SMS 01153, SMS 01182, SMS 01189, SMS 01197, SMS 01256, SMS 01280, SMS 01292, SMS 01357, SMS 01359, SMS 01399, SMS 01413, SMS 01428, SMS 01431, SMS 01435, SMS 01536, SMS 01559, SMS 01590, SMS 01623, SMS 01652, SMS 01673, SMS 01692, SMS 01756, SMS 01773, SMS 01778, SMS 01801, SMS 01825, SMS 01829, SMS 01842, SMS 01855, SMS 01860, SMS 01874, SMS 01939, SMS 01971, SMS 01975, SMS 01980, SMS 02015, SMS 02034, SMS 02038, SMS 02061, SMS 02100, SMS 02101, SMS 02207, SMS 02236, SMS 02239, SMS 02240, SMS 02241, SMS 02274, SMS 02277, SMS 02279, SMS 02309, SMS 02323, SMS 02324, SMS 02327, SMS 02348, SMS 02392, SMS 02437, SMS 02453, SMS 02480, SMS 02494, SMS 02503, SMS 02525, SMS 02546, SMS 02566, SMS 02592, SMS 02643, SMS 02652, SMS 02656, SMS 02662, SMS 02729, SMS 02730, SMS 02731, SMS 02740, SMS 02816, SMS 02829, SMS 02831,

SMS 02839, SMS 02960, SMS 03001, SMS 03009, SMS 03032, SMS 03060, SMS 03081, SMS 03092, SMS 03133, SMS 03137, SMS 03176, SMS 03201, SMS 03206, SMS 03208, SMS 03209, SMS 03267, SMS 03272, SMS 03288, SMS 03314, SMS 03330, SMS 03357, SMS 03362, SMS 03385, SMS 03410, SMS 03412, SMS 03426, SMS 03427, SMS 03431, SMS 03464, SMS 03480, SMS 03481, SMS 03511, SMS 03533, SMS 03569, SMS 03575, SMS 03592, SMS 03595, SMS 03604, SMS 03622, SMS 03660, SMS 03714, SMS 03724, SMS 03734, SMS 03747, SMS 03758, SMS 03799, SMS 03851, SMS 03871, SMS 03876, SMS 03964, SMS 03983, SMS 03999, SMS 04018, SMS 04041, SMS 04106, SMS 04128, SMS 04233, SMS 04248, SMS 04296, SMS 04479, SMS 04526, SMS 04532, SMS 04540, SMS 04550, SMS 04558, SMS 04602, SMS 04607, SMS 04625, SMS 04636, SMS 04638, SMS 04639, SMS 04681, SMS 04706, SMS 04763, SMS 04782, SMS 04783, SMS 04851, SMS 04869, SMS 04872, SMS 04914, SMS 04952, SMS 04996, SMS 05115, SMS 05120, SMS 05126, SMS 05129, SMS 05139, SMS 05167, SMS 05185, SMS 05233, SMS 05272, SMS 05276, SMS 05340, SMS 05387, SMS 05412, SMS 05437, SMS 05461, SMS 05463, SMS 05524, SMS 05630, SMS 05662, SMS 05663, SMS 05664, SMS 05670, SMS 05687, SMS 05731, SMS 05748, SMS 05762, SMS 05764, SMS 05858, SMS 05863, SMS 05867, SMS 05874, SMS 05883, SMS 05918, SMS 05921, SMS 05929, SMS 05987, SMS 06015, SMS 06028, SMS 06033, SMS 06124, SMS 06148, SMS 06175, SMS 06187, SMS 06211, SMS 06232, SMS 06277, SMS 06289, SMS 06299, SMS 06325, SMS 06337, SMS 06370, SMS 06382, SMS 06387, SMS 06418, SMS 06444, SMS 06512, SMS 06515, SMS 06533, SMS 06552, SMS 06556, SMS 06580, SMS 06604, SMS 06617, SMS 06637, SMS 06661, SMS 06687, SMS 06786, SMS 06798, SMS 06820, SMS 06822, SMS 06835, SMS 06896, SMS 06925, SMS 06979, SMS 07060, SMS 07150, SMS 07166, SMS 07171, SMS 07185, SMS 07231, SMS 07241, SMS 07246, SMS 07253, SMS 07262, SMS 07303, SMS 07317, SMS 07326, SMS 07354, SMS 07376, SMS 07405, SMS 07418, SMS 07427, SMS 07429, SMS 07474, SMS 07499, SMS 07505, SMS 07555, SMS 07587, SMS 07596, SMS 07737, SMS 07765, SMS 07766, SMS 07767, SMS 07798, SMS 07836, SMS 07838, SMS 07843, SMS 07861, SMS 07870, SMS 07877, SMS 07894, SMS 07931, SMS 07942, SMS 07959, SMS 07992, SMS 08000, SMS 08021, SMS 08042, SMS 08047, SMS 08167, SMS 08206, SMS 08266, SMS 08292, SMS 08309, SMS 08351, SMS 08359, SMS 08403, SMS 08462, SMS 08544, SMS 08551, SMS 08555, SMS 08562, SMS 08644, SMS 08657, SMS 08662, SMS 08678, SMS 08745, SMS 08747, SMS 08748, SMS 08855, SMS 08878, SMS 08907, SMS 08950, SMS 08958, SMS 08984, SMS 09059, SMS 09060, SMS 09071, SMS 09097, SMS 09125, SMS 09130, SMS 09154, SMS 09247, SMS 09260, SMS 09332, SMS 09335,



SMS 09459, SMS 09486, SMS 09491, SMS 09547, SMS 09549, SMS 09621, SMS 09637, SMS 09644, SMS 09661, SMS 09798, SMS 09803, SMS 09842, SMS 09855, SMS 09877, SMS 09900, SMS 09908, SMS 09927, SMS 09952, SMS 09968.

U okviru analize *Sarajevskog korpusa SMS poruka na bosanskom jeziku* konceptualna metafora VRIJEME JE PROSTOR pokazala se kao najzastupljenija.<sup>22</sup> Ova metafora, koja konceptualizira apstraktni pojam vremena kroz prostorne relacije, dominira u komunikaciji unutar analiziranih 10.000 poruka. Prisutna je u oko 1.000 poruka. Procentualno to predstavlja 10% SMS poruka.

Jedan od ključnih pokazaoća prevalencije metafore VRIJEME JE PROSTOR u Korpusu upotreba je vremenskih odrednica koje često impliciraju dogovore o prostornim aspektima susreta između sagovornika. Vrijeme se također često posmatra kao mjerljiv predmet ili nešto što možemo posjedovati.

Vrijeme je u našoj kulturi vrijedna roba. Ono je ograničeni resurs koji koristimo kako bismo postigli ciljeve koje sebi postavimo (Lakoff i Johnson, 1980: 62). VRIJEME JE PROSTOR, VRIJEME JE (MJERLJIV) PREDMET, VRIJEME JE NOVAC i sl. metaforički su koncepti. Metaforički su s obzirom na to da mi upotrebljavamo svakodnevna iskustva s prostorom i predmetima kako bismo konceptualizirali vrijeme.

Iz perspektive savremenih prirodnih nauka, koje istražuju vrijeme, čovjekov se svakodnevni doživljaj vremena kao usmjerenoga kretanja koje teče, ide i prolazi možda smatra subjektivnim i ograničenim (Starren, 2001: 4–5).

*Najčešće je, posebno u indoeuropskim jezicima, metaforičko kodiranje prošlosti, sadašnjosti i budućnosti preko vodoravne osi, pri čemu se prošlost konceptualizira prostornom odrednicom iza kao entitet smješten sa stražnje strane promatrača, budućnost prostornom odrednicom ispred kao nešto smješteno s prednje strane promatrača, a sadašnjost odgovara mjestu koje u tom trenutku zauzima promatrač (Belaj, 2012: 15).*

No kako god savremena fizika gledala na *narodsko* konceptualiziranje vremena kao jednosmjerne dimenzije, upravo je takav doživljaj vremena – kodiran i ovjeren u jeziku (Pišković, 2012: 99). U vezi s našim poimanjem vremena kao prvu i najvažniju konstataciju

---

<sup>22</sup> Poimanje vremenskih odnosa preko prostornih te preko koncepta kretanja općom metaforom VRIJEME JE PROSTOR činjenica je gotovo svih svjetskih jezika no rijetke iznimke ipak postoje, što pokazuju istraživanja amazonskih jezika kao što je jezik amondawa iz porodice tupi-kawahib (Belaj, 2012: 12). U njemu su vremenski koncepti, što spominje i Žic Fuchs (2009: 29–30), izvedeni iz društvenih aktivnosti, rodbinskih odnosa i ritualnih sezonskih aktivnosti.

valja istaknuti onu da vrijeme doživljavamo intuitivno i da osim fizičke periodičnosti kojom predstavljamo vrijeme (npr. dnevni prelazak sunca nebom ili pomicanje kazaljki na satu) nema ničega opipljivoga na svijetu što bi se moglo istaknuti ili identificirati kao vrijeme (Pišković, 2012: 99). Evans (2003: 14–15) napominje da su upravo začetnici teorije konceptualnih metafora, George Lakoff i Mark Johnson, prvi razvili ideju o tome da vrijeme ne doživljavamo neposredno niti ga konceptualiziramo u njegovim vlastitim pojmovima, nego da za to koristimo leksički sadržaj iz domene pokreta, prostora i događaja (Lakoff, Johnson, 1999: 139; Lakoff, Johnson, 2003: 42–45).

00283	Tekst poruke	Metapodaci		
Na poslu sam do 4, zovem te kad završim			Pošiljalac	Primalac
		Maternji jezik	<b>bosanski</b>	<b>bosanski</b>
		*Spol	Ž	Ž
		*Dob	28	58
		Države dugotrajnog boravka	BiH	BiH
		Obrazovanje	visoko	srednje
*Broj riječi	9	Zanimanje	trgovkinja	kuharica
*Broj znakova (s razmacima)	39	*Mjesec i godina slanja poruke	03/2021	
<b>Napomene informanta: ↑</b>				

Prostor i vrijeme dvije su najvažnije konceptualne domene ljudskoga mišljenja (Haspelmath, 1997: 1) kojima ne možemo zamisliti nadređenu domenu. Vremenski i prostorni odnosi izriču se na podudaran način, odnosno ista leksička jedinica može označavati i vrijeme i prostor. Riječ je o polisemnim leksemima u čijim se leksikografskim definicijama ipak potvrđuje primarnost prostornoga značenja (Pišković, 2012: 102). Jednostavnije rečeno, *spacionaliziramo* vrijeme. Izraz *do 4* koristi se kao referenca na vremenski period do kojeg će osoba biti na poslu. Ovdje se vrijeme posmatra kroz konceptualnu metaforu VRIJEME JE PROSTOR. U SMS-u 00283 izraz *do 4* predstavlja vremensku tačku – baš kao da je to prostorna destinacija. Vrijeme se tretira kao prostor kroz koji se krećemo, pri čemu trenutak *do 4* označava kraj tog putovanja kroz određeni vremenski prostor. Dakle, završetak radnog vremena metaforički se predstavlja kao dolazak na prostornu tačku *4 sata*, nakon čega slijedi nova akcija. U metafori VRIJEME JE PROSTOR vrijeme je strukturirano pomoću pokreta, i to tako da je pokretno ili vrijeme ili promatrač (isto: 105).

01165	Tekst poruke	Metapodaci		
Sutra smo na adresi u dogovoreno vrijeme		Pošiljalac	Primalac	
	Maternji jezik	<b>bosanski</b>	<b>bosanski</b>	
	*Spol	M	M	
	*Dob	51–55	36	
	Države dugotrajnog boravka	BiH	BiH	
	Obrazovanje			
*Broj riječi	7	Zanimanje		
*Broj znakova (s razmacima)	40	*Mjesec i godina slanja poruke	12/2021	
<b>Napomene informanta</b>				

U SMS-u 01165 vrijeme se tretira kao određena tačka u prostoru, što je također primjer konceptualne metafore VRIJEME JE PROSTOR. Izraz *u dogovoreno vrijeme* funkcionira kao prostorna destinacija na koju se mora stići. Prijedlog *u* dodatno pojačava ovu prostornu percepciju, kao da se neko nalazi unutar određenog vremena, slično kao što bi se mogao nalaziti unutar određene lokacije. Evans (2003: 109) je analizirao našu osnovnu iskustvenu jedinicu – ljudski životni vijek. Ograničen je rođenjem (početni događaj) i smrću (završni događaj), a može se tumačiti kao slijed različitih intervala (to su npr. početak i završetak školovanja, upis na fakultet i diplomiranje, prvi posao i odlazak u penziju). U te intervale može se unijeti veliki broj preciznijih distinkcija (npr. početak i kraj školske / akademske godine ili polugodišta / semestra itd.) jer u kratkome intervalu dana događaje možemo povezivati na više različitih načina (odlazak na posao i povratak kući možemo odrediti kao radno vrijeme, gledanje televizije i šetnju kao slobodno vrijeme itd.). Zato se čini da su brojni svakodnevni događaji – koncert, pjesma, ručak, sastanak – na neki način vremenski jer predstavljaju određene intervale.

05365	Tekst poruke	Metapodaci		
Postovana, molim Vas kada mognete razgovarati javite mi. Trebate mi na nekoliko minuta, vezano je za kolokvij. Trebam Vam dati nekoliko informacija koje trebate prenijeti studentima. Lp		Pošiljalac	Primalac	
	Maternji jezik	<b>bosanski</b>	<b>bosanski</b>	
	*Spol	Ž	Ž	
	*Dob	33	22	
	Države dugotrajnog boravka	BiH	BiH	
	Obrazovanje	visoko	visoko	
*Broj riječi	27	Zanimanje	profesorica	studentica
*Broj znakova (s razmacima)	185	*Mjesec i godina slanja poruke	01/2021	
<b>Napomene informanta</b>				

Ovaj primjer pokazuje da

*akuzativni prijedlog na, koji ima značenje direktivno-granične lokalnosti, aktivira metaforsku ekstenziju imenice u akuzativu, usljed čega se ona odmiče od svog osnovnog značenja i shvata kao uobičajena mjera za razumnu količinu vremena te zbog toga podliježe personalizaciji i*

*relativizaciji. Možemo je razumjeti kroz domenu VRIJEME JE PROSTOR koja se aktivira prijedlogom na (Hodžić-Čavkić, 2024: 58).*

U SMS-u 05365 izrazi poput *trebate mi na nekoliko minuta* prikazuju vrijeme kao predmet koji se može posjedovati ili koji je dostupan za određeni period. *Na nekoliko minuta* implicira da vrijeme može biti *posuđeno* ili *iskorišteno* u tom specifičnom razdoblju, slično kao što bi se mogao posjedovati fizički predmet. Ovaj način izražavanja omogućava konceptualizaciju vremena kao nečega što može biti *dodijeljeno* ili *preusmjereno* prema potrebama razgovora ili aktivnosti.

01182	Tekst poruke	Metapodaci		
Kasni ti cu koji minut.		Pošiljalac	Primalac	
		Maternji jezik	<b>bosanski</b>	<b>bosanski</b>
		*Spol	M	M
		*Dob	15	14
		Države dugotrajnog boravka	BiH	BiH
		Obrazovanje	osnovno	osnovno
*Broj riječi	4	Zanimanje	učenik	učenik
*Broj znakova (s razmacima)	22	*Mjesec i godina slanja poruke	08/2017	
<b>Napomene informanta</b>				

U SMS-u 01182 izraz *koji minut* koristi se za označavanje preciznog trajanja kašnjenja. Time se vrijeme tretira kao konkretan, mjerljiv entitet koji se može kvantificirati u minutama. Ovaj način izražavanja implicira da se vrijeme može *izmjeriti* i *prilagoditi* u skladu s potrebama komunikacije, baš kao što bismo mjerili fizički predmet. Time se omogućava jasno komuniciranje o količini vremena koja je potrebna za određeni događaj ili radnju. Ovo je izraz koji implicira konceptualnu metaforu VRIJEME JE (MJERLJIV) PREDMET. U konceptualnoj metafori VRIJEME JE PREDMET koji se kreće promatrač se konceptualizira kao nepomičan, a vrijeme kao entitet ili objekt u pokretu koji se iz budućnosti kreće prema promatraču prije nego što ode u prošlost i nestane iza njega (Evans, 2004: 60–61). U ovom primjeru vremenski leksemi označavaju sistem mjerenja koji služi za reguliranje i koordiniranje određene vrste ljudske aktivnosti (Pišković, 2012: 121). Evans (2003: 171–173) ističe da takav leksički koncept proizlazi iz korelacije između periodičkih događaja u vanjskome svijetu i našega unutarnjega iskustva vremena, odnosno trajanja.

01773	Tekst poruke	Metapodaci		
Dobro, trebaće vremena da se naviknem sve je to normalno			Pošiljalac	Primalac
		Maternji jezik	bosanski	bosanski
		*Spol	M	Ž
		*Dob	16–20	16–20
		Države dugotrajnog boravka	BiH	BiH
	Obrazovanje	visoko	visoko	
	Zanimanje			
*Broj riječi	10			
*Broj znakova (s razmacima)	56	*Mjesec i godina slanja poruke	05/2021	
<b>Napomene informanta</b>				

U ovoj poruci vrijeme se prikazuje kao nešto što je potrebno za ostvarenje ciljeva. U navedenom primjeru leksem *vrijeme* označava entitet koji može utjecati na čovjeka i na njegovu okolinu, odnosno može ih mijenjati (Pišković, 2012: 120). Dakle vrijeme je agens, pokretač, vršilac radnje, a to se odnosi ponajprije na ljude i na životinje. Iz takva preslikavanja agentivnosti sa živih bića na apstraktni entitet poput vremena (Lakoff i Turner, 1989: 34–56) derivirali su nekoliko konceptualnih metafora za vrijeme: VRIJEME JE MJENJAČ, VRIJEME JE UNIŠTAVAČ, VRIJEME JE LIJEČNIK, VRIJEME JE PROCJENILAC, VRIJEME JE PROGONILAC i VRIJEME JE LOPOV.

U rad smo ušli s hipotezom da u SMS komunikaciji na bosanskom jeziku dominira upotreba konceptualnih modela koji vrijeme konceptualiziraju kao prostor ili predmet. Kroz ovo poglavlje hipoteza je potvrđena, jer se pokazalo da korisnici često koriste prostorne ili materijalne metafore kako bi vremenske odnose izrazili jednostavno i efikasno.

## 10. Konceptualni modeli MREŽE

U nastavku navest ćemo redne brojeve svih SMS-ova u kojima smo pronašli konceptualne modele MREŽE u *Sarajevskom korpusu SMS poruka na bosanskom jeziku*: SMS 00023, SMS 00028, SMS 00058, SMS 00093, SMS 00094, SMS 00203, SMS 00206, SMS 00225, SMS 00235, SMS 00254, SMS 00295, SMS 00326, SMS 00363, SMS 00370, SMS 00453, SMS 00602, SMS 00619, SMS 00653, SMS 00675, SMS 00726, SMS 00772, SMS 00796, SMS 00824, SMS 00840, SMS 00891, SMS 00937, SMS 00966, SMS 01000, SMS 01135, SMS 01162, SMS 01172, SMS 01198, SMS 01203, SMS 01246, SMS 01282, SMS 01327, SMS 01344, SMS 01394, SMS 01475, SMS 01508, SMS 01655, SMS 01663, SMS 01677, SMS 01707, SMS 01781, SMS 01788, SMS 01819, SMS 01839, SMS 01854, SMS 01890, SMS 01919, SMS 01943, SMS 01949, SMS 01968, SMS 01974, SMS 01987, SMS

02039, SMS 02046, SMS 02051, SMS 02112, SMS 02117, SMS 02120, SMS 02153, SMS 02210, SMS 02346, SMS 02355, SMS 02356, SMS 02425, SMS 02436, SMS 02516, SMS 02538, SMS 02540, SMS 02597, SMS 02614, SMS 02637, SMS 02667, SMS 02697, SMS 02698, SMS 02715, SMS 02723, SMS 02812, SMS 02820, SMS 02837, SMS 02869, SMS 02873, SMS 02890, SMS 02936, SMS 02968, SMS 02974, SMS 03004, SMS 03043, SMS 03070, SMS 03071, SMS 03140, SMS 03170, SMS 03175, SMS 03268, SMS 03282, SMS 03286, SMS 03323, SMS 03327, SMS 03333, SMS 03366, SMS 03460, SMS 03472, SMS 03514, SMS 03527, SMS 03528, SMS 03546, SMS 03563, SMS 03576, SMS 03628, SMS 03631, SMS 03654, SMS 03655, SMS 03657, SMS 03667, SMS 03683, SMS 03691, SMS 03735, SMS 03771, SMS 03790, SMS 03847, SMS 03853, SMS 03854, SMS 03881, SMS 03882, SMS 03918, SMS 03921, SMS 03947, SMS 03950, SMS 03997, SMS 04003, SMS 04029, SMS 04073, SMS 04124, SMS 04153, SMS 04189, SMS 04245, SMS 04247, SMS 04251, SMS 04269, SMS 04322, SMS 04382, SMS 04398, SMS 04447, SMS 04458, SMS 04477, SMS 04484, SMS 04528, SMS 04538, SMS 04544, SMS 04621, SMS 04624, SMS 04650, SMS 04699, SMS 04722, SMS 04821, SMS 04824, SMS 04827, SMS 04854, SMS 04919, SMS 04925, SMS 04926, SMS 04931, SMS 04944, SMS 04950, SMS 04955, SMS 05053, SMS 05057, SMS 05109, SMS 05110, SMS 05111, SMS 05135, SMS 05166, SMS 05189, SMS 05200, SMS 05210, SMS 05266, SMS 05284, SMS 05307, SMS 05313, SMS 05316, SMS 05317, SMS 05318, SMS 05319, SMS 05322, SMS 05323, SMS 05324, SMS 05326, SMS 05327, SMS 05328, SMS 05339, SMS 05341, SMS 05359, SMS 05403, SMS 05433, SMS 05434, SMS 05440, SMS 05441, SMS 05479, SMS 05547, SMS 05549, SMS 05552, SMS 05553, SMS 05554, SMS 05580, SMS 05592, SMS 05610, SMS 05629, SMS 05669, SMS 05670, SMS 05673, SMS 05680, SMS 05705, SMS 05747, SMS 05752, SMS 05757, SMS 05769, SMS 05796, SMS 05798, SMS 05832, SMS 05839, SMS 05895, SMS 05933, SMS 06019, SMS 06096, SMS 06130, SMS 06151, SMS 06213, SMS 06221, SMS 06251, SMS 06252, SMS 06253, SMS 06262, SMS 06291, SMS 06303, SMS 06411, SMS 06416, SMS 06499, SMS 06509, SMS 06529, SMS 06564, SMS 06603, SMS 06668, SMS 06670, SMS 06682, SMS 06713, SMS 06715, SMS 06720, SMS 06721, SMS 06783, SMS 06800, SMS 06803, SMS 06831, SMS 06832, SMS 06869, SMS 06951, SMS 06971, SMS 07052, SMS 07072, SMS 07112, SMS 07183, SMS 07202, SMS 07208, SMS 07212, SMS 07218, SMS 07232, SMS 07237, SMS 07256, SMS 07261, SMS 07304, SMS 07323, SMS 07340, SMS 07360, SMS 07401, SMS 07449, SMS 07467, SMS 07469, SMS 07475, SMS 07480, SMS 07481, SMS 07507, SMS 07547, SMS 07629, SMS 07673, SMS 07676, SMS 07682, SMS 07708, SMS 07716, SMS 07726, SMS 07754, SMS 07786, SMS 07789, SMS

07795, SMS 07810, SMS 07816, SMS 07817, SMS 07818, SMS 07896, SMS 07919, SMS 07932, SMS 07954, SMS 08070, SMS 08112, SMS 08132, SMS 08148, SMS 08190, SMS 08224, SMS 08231, SMS 08249, SMS 08294, SMS 08320, SMS 08330, SMS 08333, SMS 08374, SMS 08394, SMS 08404, SMS 08459, SMS 08574, SMS 08583, SMS 08601, SMS 08616, SMS 08653, SMS 08676, SMS 08679, SMS 08694, SMS 08699, SMS 08710, SMS 08762, SMS 08763, SMS 08801, SMS 08835, SMS 08848, SMS 08851, SMS 08864, SMS 08871, SMS 08949, SMS 08978, SMS 09028, SMS 09032, SMS 09132, SMS 09170, SMS 09178, SMS 09188, SMS 09205, SMS 09341, SMS 09414, SMS 09431, SMS 09449, SMS 09476, SMS 09529, SMS 09576, SMS 09591, SMS 09601, SMS 09640, SMS 09641, SMS 09642, SMS 09650, SMS 09713, SMS 09840, SMS 09879, SMS 09881, SMS 09884, SMS 09895, SMS 09897, SMS 09981.

U analizi *Sarajevskog korpusa SMS poruka na bosanskom jeziku* druga najistaknutija konceptualna metafora jeste MREŽA JE PROSTOR. Ova metafora obuhvata širok spektar mreža koje su prisutne u svakodnevnom životu, uključujući internet, mobilnu mrežu, te sve druge mrežne strukture koje danas poznajemo. Metafora MREŽA JE PROSTOR ukazuje na način na koji apstraktni pojam mreže percipiramo i konceptualiziramo koristeći prostorne analogije. U oko 500 poruka koristi se ova konceptualna metafora. Procentualno to predstavlja 5% SMS poruka.

Ovaj konceptualni model naglašava ideju da digitalni prostori nisu samo apstraktne konstrukcije. Oni su materijalno prisutni i oblikuje naše iskustvo. Kao što fizički prostori mogu biti dizajnirani i organizirani, takvi mogu biti i digitalni prostori. Dalje, metafora MREŽA JE PROSTOR ima implikacije za naše razumijevanje identiteta, zajednice i socijalnih odnosa u digitalnom dobu. Kao što fizički prostori mogu biti naseljeni pojedincima i grupama, digitalni prostori mogu biti naseljeni avatarima, profilima i *online* osobama. Ovo postavlja pitanja o prirodi digitalnog identiteta, granicama između javnog i privatnog prostora i načinima na koje *online* interakcije oblikuju naš osjećaj sebe i zajednice. Bukatman je prvi upotrijebio izraz *terminalni identitet* (Nikodem, 2003: 223). Objasnio ga je preko nestajanja čovjekove subjektivnosti u suočavanju njega i tehnologije. Terminalni identitet predstavlja nastanak čovjekove subjektivnosti konstruirane na ekranima elektronskih uređaja. Ta subjektivnost sebe ne promišlja kao jedno, već kao mnogi. Prema teoriji Kennetha Gergena to je tzv. *zasićeno jastvo* (isto: 220–225). Pojam se odnosi na ideju kako nas je tehnologija potaknula da koloniziramo jedni drugima mozgove (isto: 220–225). U virtualnom svijetu, koji postoji s druge strane ekrana, mi stvaramo oblik sličan našem. Taj oblik postaje naše drugo jastvo (isto: 223).

00370	Tekst poruke	Metapodaci		
Mozes li uci na fb?			Pošiljalac	Primalac
		Maternji jezik	<b>bosanski</b>	<b>bosanski</b>
		*Spol	Ž	Ž
		*Dob	26	25
		Države dugotrajnog boravka	BiH	BiH
		Obrazovanje	visoko	visoko
*Broj riječi	5	Zanimanje		
*Broj znakova (s razmacima)	19	*Mjesec i godina slanja poruke	12/2020	
<b>Napomene informanta</b>				

*Facebook* se prikazuje kao prostor u koji se može ući. Ova upotreba izraza odražava konceptualnu metaforu MREŽA JE PROSTOR, gdje se *online* platforme, poput *Facebooka*, tretiraju kao fizički prostori u koje korisnici mogu ulaziti i iz kojih mogu izlaziti. U ovoj metafori *Facebook* se ne shvata samo kao virtualni entitet, već kao stvarni prostor sa svojim vlastitim ulazima i izlazima. Korištenje izraza *ući* implicira da je potrebno fizičko prisustvo ili interakcija s ovim prostorom kako bi se postigao određeni cilj (npr. pregledanje sadržaja ili komuniciranje s drugima). Ova metafora pomaže korisnicima da razumiju digitalni svijet u terminima fizičkog prostora, čineći ga razumljivijim i pristupačnijim. Ova metafora ne samo da obuhvata mrežu kao fizičku infrastrukturu već se također odnosi na virtualne i digitalne prostore u kojima se krećemo i djelujemo. Naprimjer, izraz poput *ulazak u mrežu* ukazuje na to da se mreža, koja je u svojoj osnovi apstraktan pojam, interpretira kroz konkretne prostorne relacije. Ova konceptualizacija nije iznenađujuća s obzirom na to da se u savremenom društvu sve više spominje virtualni svijet, koji sam po sebi uključuje prostorne aspekte. U svakodnevnoj komunikaciji često koristimo prostorne metafore kada govorimo o virtualnim iskustvima. Pojam virtualne stvarnosti uveo je Jaron Lanier 1986. godine (Nikodem, 2003: 216). On smatra kako virtualna stvarnost nudi kombinaciju objektivnosti fizičke okoline i neograničenosti sadržaja koji su nalik mašti i snovima (Lanier, 1990: 186). Nju čine kompjuterski posredovani sistemi – to je kompjuterski stvoreni prostor (Nikodem 2003: 216). Možemo navigirati tim prostorima koristeći digitalne staze, kao što su hiperlinkovi te sudjelovati u aktivnostima kao što su pregledavanje, pretraživanje i komunikacija. To sve postaje analogija fizičkim akcijama kao što su šetanje, istraživanje i druženje.



03654	Tekst poruke	Metapodaci		
Pozdrav! Pronašla sam na internetu tortu koja mi odgovara. Naručila bih jednu za 40 osoba, ukus čokolada. Ukrasite po želji i napišite Xxxx. Torta mi treba za ponedjeljak, do 12 sati.		Pošiljalac	Primalac	
	Maternji jezik	<b>bosanski</b>	<b>bosanski</b>	
	*Spol	Ž	Ž	
	*Dob	42	43	
	Države dugotrajnog boravka	BiH, Srbija	BiH	
	Obrazovanje	srednje	srednje	
*Broj riječi	31	Zanimanje	ekon. tehn.	poslastičarka
*Broj znakova (s razmacima)	171	*Mjesec i godina slanja poruke	01/2022	
<b>Napomene informanta</b>				

U ovoj poruci izražena je konceptualna metafora MREŽA JE PROSTOR. Može se interpretirati kroz širi kontekst u kojem se internet shvata kao prostor u kojem korisnici mogu pronaći ili naručiti proizvode, baš kao što bi to učinili u fizičkom prostoru poput trgovine. U ovom kontekstu mreža se shvata kao prostor u kojem se može kretati. Osoba ide kroz mrežu, pronalazi određene tačke, šalje zahtjeve i prima informacije. Razvoj novih informacijskih i komunikacijskih tehnologija u posljednja dva desetljeća značajno je utjecao na društvene odnose koji su tehnološki posredovani (usp. Nikodem, 2003: 221). Društvene mreže postale su mjesta susreta, kreiranja i komunikacije (Mučalo, Šop, 2008: 53). Nikodem (2003) dodaje, naglašavajući ulogu vrijednosti kao faktora socijalizacije i identifikacije s drugima, da komuniciranje putem digitalnih kanala predstavlja težnju za obnovom zajedništva u javnoj sferi.

03947	Tekst poruke	Metapodaci		
U romingu sam mozemo li se cuti iza 5?		Pošiljalac	Primalac	
	Maternji jezik	<b>bosanski</b>	<b>bosanski</b>	
	*Spol	Ž	Ž	
	*Dob	36–40	38	
	Države dugotrajnog boravka	BiH	BiH	
	Obrazovanje	visoko	visoko	
*Broj riječi	9	Zanimanje	med. tehn.	soc. radnica
*Broj znakova (s razmacima)	38	*Mjesec i godina slanja poruke	04/2021	
<b>Napomene informanta: ↓</b>				

Ovdje izraz *u romingu sam* implicira da je mobilna mreža, koja se koristi za komunikaciju, shvaćena kao fizički prostor u kojem korisnik trenutno boravi. Roming se doživljava kao stanje ili lokacija u okviru mreže, što omogućava komunikaciju, ali i postavlja određena ograničenja. Ova metafora omogućava korisnicima da razumiju tehnički koncept kao

fizičku prisutnost u određenom prostoru. U ovom slučaju, korisnik je u prostoru rominga, što može utjecati na kvalitetu ili dostupnost komunikacije.<sup>23</sup>

Konceptualni model MREŽA JE PROSTOR oslikava način na koji smo ušli u *kulturu tehnologije*, gdje digitalni svijet postaje prostor za kretanje, interakciju i povezivanje. Kultura, kako je definira Werkmann (2010), obuhvata poimanja koja dijeli određena zajednica, uključujući i tehnološke procese. U tom kontekstu, mreže ne doživljavamo samo kao tehnički sistem, već kao prostor u kojem se svakodnevno krećemo i komuniciramo, čineći ga integralnim dijelom našeg tehnološkog poimanja stvarnosti. U kontekstu tehnologije ovo omogućava da kompleksne digitalne strukture razumijemo kroz prostorne metafore koje su nam poznate. Tako percepcija mreže kao prostora olakšava interpretaciju i razumijevanje digitalnih interakcija, reflektujući način na koji tehnologija postaje dio našeg svakodnevnog života.

## 11. Konceptualni modeli E-KOMUNIKACIJE / DIGITALNIH SADRŽAJA

U nastavku navest ćemo redne brojeve svih SMS-ova u kojima smo pronašli konceptualne modele E-KOMUNIKACIJE u *Sarajevskom korpusu SMS poruka na bosanskom jeziku*: SMS 00001, SMS 00003, SMS 00051, SMS 00064, SMS 00073, SMS 00077, SMS 00110, SMS 00123, SMS 00131, SMS 00149, SMS 00160, SMS 00162, SMS 00180, SMS 00204, SMS 00210, SMS 00304, SMS 00306, SMS 00339, SMS 00345, SMS 00358, SMS 00359, SMS 00401, SMS 00403, SMS 00409, SMS 00524, SMS 00526, SMS 00545, SMS 00546, SMS 00597, SMS 00621, SMS 00680, SMS 00683, SMS 00695, SMS 00728, SMS 00729, SMS 00730, SMS 00746, SMS 00759, SMS 00782, SMS 00819, SMS 00828, SMS 00832, SMS 00847, SMS 00860, SMS 00865, SMS 00893, SMS 00896, SMS 00897, SMS 00907, SMS 00919, SMS 00927, SMS 01027, SMS 01042, SMS 01057, SMS 01088, SMS 01103, SMS 01168, SMS 01231, SMS 01260, SMS 01277, SMS 01304, SMS 01333, SMS 01495, SMS 01557, SMS 01569, SMS 01588, SMS 01777, SMS 01962, SMS 02040, SMS 02066, SMS 02114, SMS 02121, SMS 02143, SMS 02145, SMS 02146, SMS 02159, SMS 02198, SMS 02211, SMS 02230, SMS 02253, SMS 02258, SMS 02278, SMS 02305, SMS

---

<sup>23</sup> U ovom SMS-u prisutna je i konceptualna metafora VRIJEME JE PROSTOR. Ova metafora očituje se u izrazu *iza 5*. Kada koristimo frazu *iza 5*, vrijeme se shvata kao prostorna dimenzija kroz koju se krećemo. U ovom kontekstu *5* predstavlja određeni trenutak u budućnosti, a *iza* implicira da je komunikacija moguća tek nakon što se pređe taj vremenski prag. Ono što se može zaključiti iz analize svih SMS poruka jeste to da se često u jednoj poruci kombiniraju konceptualni modeli.

02306, SMS 02477, SMS 02501, SMS 02539, SMS 02587, SMS 02599, SMS 02600, SMS 02616, SMS 02638, SMS 02759, SMS 02768, SMS 02777, SMS 02778, SMS 02790, SMS 02808, SMS 02815, SMS 02944, SMS 03035, SMS 03038, SMS 03275, SMS 03291, SMS 03303, SMS 03384, SMS 03389, SMS 03435, SMS 03542, SMS 03549, SMS 03550, SMS 03564, SMS 03582, SMS 03668, SMS 03693, SMS 03778, SMS 03862, SMS 03903, SMS 03915, SMS 03926, SMS 03927, SMS 03988, SMS 04033, SMS 04082, SMS 04104, SMS 04125, SMS 04149, SMS 04192, SMS 04208, SMS 04242, SMS 04343, SMS 04361, SMS 04397, SMS 04455, SMS 04456, SMS 04487, SMS 04503, SMS 40505, SMS 04595, SMS 04597, SMS 04600, SMS 04614, SMS 04623, SMS 04627, SMS 04690, SMS 04693, SMS 04734, SMS 04736, SMS 04805, SMS 04819, SMS 04833, SMS 04927, SMS 04979, SMS 04994, SMS 04995, SMS 05010, SMS 05011, SMS 05052, SMS 05078, SMS 05081, SMS 05114, SMS 05122, SMS 05192, SMS 05214, SMS 05220, SMS 05239, SMS 05248, SMS 05311, SMS 05312, SMS 05314, SMS 05315, SMS 05321, SMS 05335, SMS 05338, SMS 05394, SMS 05413, SMS 05414, SMS 05423, SMS 05429, SMS 05439, SMS 05445, SMS 05446, SMS 05482, SMS 05520, SMS 05625, SMS 05626, SMS 05628, SMS 05659, SMS 05672, SMS 05683, SMS 05860, SMS 05931, SMS 05990, SMS 06011, SMS 06016, SMS 06046, SMS 06061, SMS 06116, SMS 06178, SMS 06215, SMS 06254, SMS 06423, SMS 06461, SMS 06464, SMS 06479, SMS 06506, SMS 06602, SMS 06757, SMS 06909, SMS 06926, SMS 06977, SMS 07163, SMS 07266, SMS 07271, SMS 07440, SMS 07446, SMS 07487, SMS 07571, SMS 07678, SMS 07734, SMS 07884, SMS 07945, SMS 08082, SMS 08141, SMS 08142, SMS 08193, SMS 08217, SMS 08230, SMS 08447, SMS 08458, SMS 08475, SMS 08490, SMS 08569, SMS 08572, SMS 08651, SMS 08695, SMS 08779, SMS 08791, SMS 08836, SMS 08904, SMS 08934, SMS 08944, SMS 09020, SMS 09085, SMS 09134, SMS 09189, SMS 09281, SMS 09322, SMS 09323, SMS 09352, SMS 09442, SMS 09445, SMS 09461, SMS 09488, SMS 09503, SMS 09504, SMS 09505, SMS 09602, SMS 09630, SMS 09631, SMS 09858, SMS 09891, SMS 09934, SMS 09935, SMS 06506, SMS 06602, SMS 06757, SMS 06909, SMS 06926, SMS 06977, SMS 07163, SMS 07266, SMS 07271, SMS 07440, SMS 07446, SMS 07487, SMS 07571, SMS 07678, SMS 07734, SMS 07884, SMS 07945, SMS 08082, SMS 08141, SMS 08142, SMS 08193, SMS 08217, SMS 08230, SMS 08447, SMS 08458, SMS 08475, SMS 08490, SMS 08569, SMS 08572, SMS 08651, SMS 08695, SMS 08779, SMS 08791, SMS 08836, SMS 08904, SMS 08934, SMS 08944, SMS 09020, SMS 09085, SMS 09134, SMS 09189, SMS 09281, SMS 09322, SMS 09323, SMS 09352, SMS 09442, SMS 09445, SMS 09461, SMS 09488, SMS 09503, SMS

09504, SMS 09505, SMS 09602, SMS 09630, SMS 09631, SMS 09858, SMS 09891, SMS 09934, SMS 09935.

U analizi *Sarajevskog korpusa SMS poruka na bosanskom jeziku* jasno se uočava prisustvo konceptualnih modela koji tretiraju e-komunikaciju i digitalni sadržaj kao predmet. Ovo je direktan odraz sveprisutnosti digitalnih tehnologija u našem životu. U oko 300 poruka koristi se ova konceptualna metafora. Procentualno to predstavlja 3% SMS poruka.

Za shvatanje prisutnosti navedenog konceptualnog modela moramo se osvrnuti na svijet u kojem živimo. Edward Sapir (1921: 22) jezik definira kao proizvod kulture, a veza jezika i kulture neraskidiva je. Oni su isprepleteni, razvijaju se zajedno te utječu jedno na drugo (Werkmann, 2010: 44). Digitalni svijet u kojem živimo duboko je utkan u svakodnevnu komunikaciju, a e-komunikacija postala je njen sastavni dio. Konceptualne metafore, kao segment jezičkog izražaja i komunikacije, dio su kulture, one su ključne za doživljaj, spoznaju i razumijevanje svijeta oko nas, što uključuje i kulturalne, političke i socijalne prilike. U tom međuodnosu unutarjezičke i izvanjezičke stvarnosti izvanjezička stvarnost uveliko utječe na način na koji se izražavamo, ali i obratno. Sve što postoji u jeziku, prije toga postojalo je u iskustvu. Zbog vremena tehnološkog uspona u kojem živimo, opisujemo i doživljavamo svijet oko nas tako što se oslanjamo na tehnološke reference i termine.

E-komunikacija, koja uključuje SMS-ove, e-mailove, chatove i druge oblike digitalne razmjene informacija, danas igra važnu ulogu u našem društvu. S obzirom na to da je većina komunikacije prešla u digitalnu sferu, nije iznenađujuće da se u korpusu SMS poruka često pojavljuju izrazi i fraze koje reflektiraju ovu promjenu. Ono što je interesantno jeste kako se SMS više ne koristi primarno za međusobnu komunikaciju, već sve više kao alat za doseganje nekoga ko možda trenutno nije dostupan na drugim mrežama, što je vidljivo iz analiziranog korpusa.<sup>24</sup>

Konceptualni modeli (e-)komunikacije i digitalnih sadržaja otkrivaju složen odnos između našeg razumijevanja fizičkih predmeta i našeg iskustva digitalne komunikacije. U ovom modelu, riječi, poruke i ideje nisu samo apstraktne koncepcije, već konkretni predmeti koji se mogu stvoriti, oblikovati, slati, primati i sl. Ova metaforička mapa omogućuje nam da prenesemo naše iskustvo fizičkih predmeta u domenu digitalne komunikacije, čineći ju više konkretnom. Možemo razmišljati o e-mailovima, tekstovima i objavama na društvenim mrežama kao fizičkim entitetima koji se mogu izraditi, urediti i poslati. Spomenuti model

---

<sup>24</sup> Ovaj fenomen bit će vidljiv u nastavku kada budemo navodili primjere iz Korpusa.

također naglašava ideju da digitalna komunikacija nije samo tok informacija, već konkretni, materijalni proces. Također, ilustrirana perspektiva predstavlja važnost razmatranja materijalnih dimenzija digitalne komunikacije, uključujući pitanja kao što su pohrana podataka, prijenos i primanje.

00927	Tekst poruke	Metapodaci		
Oprostite, u koliko trebam poslati podatke			Pošiljalac	Primalac
		Maternji jezik	<b>bosanski</b>	<b>bosanski</b>
		*Spol	Ž	Ž
		*Dob	20	46
		Države dugotrajnog boravka	BiH	BiH
		Obrazovanje	srednje	visoko
*Broj riječi	6	Zanimanje	učenica	nastavnica
*Broj znakova (s razmacima)	42	*Mjesec i godina slanja poruke		03/2021
<b>Napomene informanta</b>				

U SMS-u 00927 izraz *poslati podatke* upotrebljava metaforu koja tretira podatke kao fizički predmet koji se može poslati. Iako su podaci apstraktni i nemaju fizičku formu, u ovom kontekstu ih percipiramo kao konkretne entitete koji se mogu prenijeti, slično kao što bi se poslali materijalni predmeti. Ova metafora omogućava da apstraktni koncepti, kao što su informacije i podaci, budu predstavljeni kao fizički objekti. Ovakvo shvatanje proizlazi iz našeg ranijeg iskustva s fizičkom komunikacijom, kao što su slanje razglednica, pisama i sličnih pošiljki. U prošlosti, komunikacija je podrazumijevala fizičko prenošenje predmeta koji su nosili poruke ili informacije, poput pisama koja su putovala od pošiljaoca do primaoca. S obzirom na to prethodno iskustvo, i u današnjem digitalnom svijetu nastavljamo koristiti istu logiku prenošenja, ali sada s digitalnim podacima i informacijama.

05625	Tekst poruke	Metapodaci		
Templejt vijesti je već spreman sa slikama. Čim dobijem korigovani tekst, objavljujem je aBd.			Pošiljalac	Primalac
		Maternji jezik	<b>bosanski</b>	<b>bosanski</b>
		*Spol	M	M
		*Dob	37	46–50
		Države dugotrajnog boravka	BiH	BiH
		Obrazovanje	visoko	visoko
*Broj riječi	14	Zanimanje	sekretar	lektor
*Broj znakova (s razmacima)	93	*Mjesec i godina slanja poruke		01/2019
<b>Napomene informanta: ↑</b>				

U SMS-u 05625 digitalni sadržaji konceptualizirani su kao konkretni fizički predmet. *Templejt vijesti* konceptualiziran je kao građevina koja je već izgrađena, a slike su dodatni elementi koji su već integrirani u tu građevinu. Ovo pojačava ideju da je komunikacija proces izgradnje, gdje se različiti elementi (tekst, slike, itd.) kombiniraju kako bi se stvorila cjelovita struktura poruke. Iako su u pitanju apstraktne komponente, kao što su predložak i tekst, oni se tretiraju kao fizički objekti koji mogu biti povezani ili obrađeni zajedno. Kada spominjemo gradnju u smislu konceptualizacije (e-)komunikacije, neizbježno je spomenuti konceptualni model (VERBALNA) KOMUNIKACIJA JE ZANAT ((VERBAL) COMMUNICATION IS CRAFT) (Zykova, 2019: 236). Prema tom konceptualnom modelu

*jezik i verbalna djelatnost predstavljaju se kao ono što se stvara (gradi itd.) s određenom unutarnjom (hijerarhijskom) organizacijom, vanjskim i unutarnjim oblikom; ali i kao ono što se upotrebljava kao oruđe za stvaranje (oblikovanje itd.) nekog objekta (apstraktnog / mentalnog i materijalnog) ili kao materijal od kojeg se stvaraju (grade itd.) neki objekti (među kojima su, primjerice, tekstovi ali i društva), a i kao instrument / sredstvo za uspostavljanje uređenih odnosa među elementima cjelovitog objekta koji se gradi (Zykova, 2019: 263).*

U drugoj hipotezi krenuli smo od pretpostavke da prelazak na moderne oblike digitalne komunikacije dovodi do smanjenja upotrebe SMS poruka, a ovaj zaključak temeljimo na jezičkim promjenama, ne na kvantitativnim podacima o samoj frekvenciji korištenja. Kroz analizu SMS poruka primijećeno je da se jezik unutar ove forme komunikacije mijenja u skladu s razvojem novih platformi. Jedan od ključnih pokazaoaca je da su poruke kraće, što može upućivati na manju upotrebu SMS-a za složenije oblike komunikacije. Osim toga, često se u porukama koristi pozivanje na prelazak na druge, digitalne platforme za komunikaciju, što potvrđuje ovu tezu. Primjer iz SMS-a 00370: *Možeš li ući na fb?* jasno sugerira da SMS služi kao inicijalni kontakt, dok se daljnja komunikacija odvija na drugim platformama. Time je potvrđena naša početna hipoteza.

## 12. Podmetafora općeg konceptualnog modela ŽIVOT JE PUTOVANJE – SMRT JE PRESELJENJE

U analizi *Sarajevskog korpusa SMS poruka na bosanskom jeziku* u 10 poruka prisutan je konceptualni model ŽIVOT JE PUTOVANJE. Procentualno to predstavlja 0,1% poruka. U 6 poruka, od 10 spomenutih, koristi se podmetafora SMRT JE PRESELJENJE. Procentualno to predstavlja 0,06% od ukupnog broja poruka. Iako je značajno mali procenat SMS poruka u

kojima se pojavljuje ovaj konceptualni model, bavit ćemo se njime baš iz razloga što je specifičan za bh. prostor unutar kojeg nastaje ovaj rad.<sup>25</sup>

U Sarajevskom korpusu SMS poruka na bosanskom jeziku pronašli smo šest primjera u kojima se koriste izrazi za ovu konceptualnu metaforu SMRT JE PRESELJENJE: SMS 02136, SMS 04370, SMS 05627, SMS 08088, SMS 08145 i SMS 09909.

ŽIVOT JE PUTOVANJE univerzalna je konceptualna metafora, koja počiva na nesumnjivim sličnostima između iskustveno bližeg koncepta

*putovanja (putnik, odluka i pripreme za put, polazak, prijedena udaljenost, prepreke na putu, uživanje na putu, saputnici, duljina puta, odredište, iduće putovanje) i iskustveno daljeg koncepta života (čovjek, začće i prenatalni razvoj, rođenje, protok života, životna iskušenja, životne radosti, porodica / prijatelji / emotivni partner(i), životni vijek, smrt, život poslije smrti) na koje se vrši preslikavanje i biva popraćeno odgovarajućim jezičkim izrazima, bilo konvencionalnim, bilo inovativnim (Dolić, 2021: 23–24).*

U konceptualnom modelu koji je potvrđen u mnogo jezika – ŽIVOT JE PUTOVANJE – život je apstraktna ciljna domena kojoj se pristupa pomoću konkretne izvorne domene putovanja (Šarić, 2018: 235):

*Pretpostavka da su konceptualne metafore kakva je život je putovanje u prvom redu fenomen mišljenja znači ne samo da ih rabimo da bismo pomoću njih govorili o nekim vidovima svijeta i života već da su one instrument mišljenja koji omogućuje da o različitim fenomenima donosimo zaključke. One usmjeravaju mišljenje, a i djelovanje. Tako će metafora život je putovanje utjecati na način na koji razmišljamo o životu, na određivanje ciljeva, na pravljenje planova kako da te ciljeve dostignemo, kako da zaobiđemo prepreke na koje naiđemo i tako dalje.*

Konceptualne metafore s domenom SMRTI zasnovane su na metafori da je ljudski život putovanje (Ajduk Kurtović, 2018: 340). Prema konvencionalnoj metafori smrt je odlazak, tj. smrt zamišljamo kao odlazak bez mogućnosti vraćanja nekim prijevoznim sredstvom (isto:

---

<sup>25</sup> Za usporedbu navest ćemo primjere razumijevanja smrti u drugim religijama koje su u suživotu s islamom na bh. području. U kršćanstvu smrt vodi čovjeka ka preobraženju, ka jednom novom početku kojeg daruje Bog. Smrt je samo jedan čin – nečeg puno većeg i značajnijeg – čin uskrsnuća. U posljednjim trenucima života ne osjeća se kraj, jer Bog je budućnost. Za više informacija posjetiti: <https://www.nedjelja.ba/hr/komentari/intervju/smrt-vodi-covjeka-ka-preobrazenju-ka-novom-pocetku-kojeg-daruje-bog/12860> [9. 9. 2024]. U hrišćanstvu smrt je san. Nije potpuno uništenje; ona je samo stanje privremene besvjesnosti dok čovjek čeka vaskrsenje. Za više informacija posjetiti: [https://www.adventisti.net/o\\_nama/verovanja/poslednji-dogadjaji/smrt-i-vaskrsenje/](https://www.adventisti.net/o_nama/verovanja/poslednji-dogadjaji/smrt-i-vaskrsenje/) [9. 9. 2024].

238). Naprimjer, Horacije govori o smrti kao vječnom progonstvu na splavu (engl. *eternal exile of the raft*) (isto: 238).<sup>26</sup>

08088	Tekst poruke	Metapodaci		
Selam. Evo me na džezazi u Tešnju. Mom direktoru babo preselio na Ahiret. Onda ostaju instrukcije za subotu, aBd.		Pošiljalac	Primalac	
		Maternji jezik	bosanski	bosanski
		*Spol	M	M
		*Dob	35	17
		Države dugotrajnog boravka	BiH	BiH
		Obrazovanje	visoko	srednje
*Broj riječi	19	Zanimanje	instruktor	učenik
*Broj znakova (s razmacima)	113	*Mjesec i godina slanja poruke	11/2016	
Napomene informanta: ↓				

Dakle, potpuno je prirodno što konceptualna metafora SMRT JE PRESELJENJE predstavlja podmetaforu konceptualnog modela ŽIVOT JE PUTOVANJE. Kada govorimo o životu, naglašavaju Lakoff i Turner (1989), često govorimo o ispravnim i neispravnim putevima, to jest putevima dobra i zla, a smrt nas svakako vrebava kroz cijelo naše putovanje. Ova metafora, kako kažu Lakoff i Turner (1989), koristi se primarnijom metaforom STANJA SU LOKACIJE, gdje smrt postaje vječno počivalište (u našem primjeru *Ahiret*<sup>27</sup>). Ova metafora temelji se na ideji da smrt nije kraj, već samo prelazak iz jednog svijeta u drugi. Ova koncepcija smrti kao preseljenja duboko je ukorijenjena u orijentalno-islamskoj tradiciji koja je prisutna na bh. prostoru dugi niz godina. U njoj se smrt ne smatra krajem života, nego samo prelaskom iz jednog stanja u drugo. Za pokazatelj o islamskom razumijevanju postojanja života i poslije smrti navest ćemo dio iz Svete knjige islama:

*... Ima ljudi koji govore: Daj Ti nama, Gospodaru naš, na ovome svijetu! Takvi na onom svijetu neće imati ništa. A ima i onih koji govore: Gospodaru naš, podaj nam dobro i na ovome i na onome svijetu, i sačuvaj nas patnje u ognju! (Kur'an 2: 201–202).*

Ova dva ajeta iz *Kur'ana* jasno ističu islamsko vjerovanje da smrt nije kraj, već prijelaz u drugi oblik postojanja. Spominjanje *ovoga svijeta* i *onoga svijeta* direktno implicira

<sup>26</sup> U Horacijevu primjeru razrada se temelji na progonstvu i zamisli o splavu kao prijevoznom sredstvu: progonstvo je nešto neželjeno i u vezi je s njim želja za vraćanjem, a splav je, među ostalim, nesigurno prijevozno sredstvo nad kojim nemamo kontrolu jer ga nosi struja (isto: 238–239).

<sup>27</sup> U islamskoj tradiciji izraz *preselio na Ahiret* koristi se za opisivanje smrti osobe. Ahiret je život na drugom svijetu, zagrobni život (Halilović, Palić, Šehović, 2010: 3).



postojanje života nakon smrti. Ovaj svijet odnosi se na život koji sada živimo, prolazan i privremen, dok se *onaj svijet* odnosi na vječni život poslije smrti.

*Za muslimane smrt nije kraj već prelaz iz jednog stanja postojanja u drugo. Ovaj prelaz označava početak vječnog putovanja, a život na ovom svijetu smatra se pripremom za sljedeći* (Smith i Haddad, 2002).<sup>28</sup>

Smrt je inherentno apstraktna i nepoznata, jer predstavlja kraj našeg razumijevanja materijalnog svijeta i prelazak u nepoznati svijet. Kroz metaforu preseljenja pokušavamo razumjeti i obraditi ovu apstraktnu ideju na način koji nam je bliži i poznatiji. U kulturama inspiriranim orijentalno-islamskim nasljeđem ovaj način razmišljanja pomaže ljudima da se nose s gubitkom, nudeći im utjehu i osjećaj da će njihovi voljeni nastaviti svoje postojanje u drugom obliku:

*U tradicionalnim vjerskim zajednicama smrt se razumijeva tek kao vrata budućeg, vječnog, života. Ipak, ova činjenica ne znači istodobno i da pripadnici tradicionalnih religija smrt bližnje osobe, ili poimanje vlastite smrtnosti, ne doživljavaju emotivno, no, zahvaljujući spomenutome nauku, bol i tuga uslijed gubitka bližnjega prihvataju se mnogo dostojanstvenije* (Beglerović, 2011).

Iz svega navedenog može se zaključiti da konceptualni model ŽIVOT JE PUTOVANJE pruža okvir za razumijevanje životnog toka kao dinamičnog procesa s početkom, tokom i završetkom. Iz ovog modela proizlazi podmetafora SMRT JE PRESELJENJE koja je specifična za kulture inspirisane orijentalno-islamskom tradicijom, uključujući bosanskohercegovačku. U ovom kontekstu smrt se doživljava kao prelazak u drugi oblik postojanja, što odražava religijska uvjerenja koje prožimaju poimanje života i smrti u ovim zajednicama.

---

<sup>28</sup> Originalni citat: *For Muslims, death is not an end but a transition from one state of being to another. This transition marks the beginning of an eternal journey, and life in this world is seen as preparation for the next.* Prijevod naš.

## V Zaključak

U ovom radu analizirali smo *Sarajevski korpus SMS poruka na bosanskom jeziku* s posebnim fokusom na konceptualne modele koji oblikuju jezičke izraze i razumijevanje vremena, prostora, e-komunikacije i mreže. Ove konceptualne modele odabrali smo zbog njihove široke rasprostranjenosti u odnosu na sve ostale koji se pojavljuju unutar analiziranog korpusa. Tome navedenom treba dodati i činjenicu da smo analizirali jedan specifični model – način konceptualizacije smrti kroz model ŽIVOT JE PUTOVANJE. A zašto baš ovim modelom? Motiv za to bila je činjenica da su metafore sastavni dio kulture. Pružaju bogat okvir za istraživanje kulturnih varijacija i zajedničkih kognitivnih obrazaca koji su prisutni u društvenom kontekste, u ovom slučaju u kontekstu bh. društva.

Prvi put smo u našem radu analizirali cijeli spomenuti korpus, otvarajući vrata novim istraživanjima i analizama koje mogu proširiti naše razumijevanje jezičkih i komunikacijskih fenomena u bosanskome jeziku.

Zabilježeno je 18,1% SMS poruka u kojima se pojavljuju konceptualni modeli koje smo istraživali. Taj postotak je veći kada bismo u njega ubrojili i ostale konceptualne modele, kojih smo pronašli ukupno 19 u Sarajevskom korpusu. Konceptualne metafore kao što su VRIJEME JE PROSTOR i MREŽA JE PROSTOR pokazale su kako apstraktne pojmove tretiramo kroz konkretne analogije, što je omogućilo bolje razumijevanje kompleksnih komunikacijskih fenomena. Posebno smo istakli i metaforu SMRT JE PRESELJENJE kao specifičnu za bh. kulturu, čime smo dodatno obogatili naše istraživanje i razumijevanje kulturnih aspekata jezika.

Naša analiza pokazuje kako su apstraktni pojmovi, poput vremena, e-komunikacije i digitalnih sadržaja često predstavljeni kroz fizičke ili prostorne metafore, što olakšava njihovo razumijevanje. Ove metafore ne samo da obogaćuju našu interpretaciju jezika nego i pružaju uvid u način na koji ljudi konceptualiziraju i interpretiraju svoje iskustvo svijeta. Ono što se može zaključiti jeste da je za sve konceptualne modele koje smo razmatrali u ovom radu nadređena konceptualna metafora APSTRAKTNO JE KONKRETNO. Ova konceptualna metafora predstavlja ključni princip konceptualizacije gdje apstraktne i složene pojave shvatamo kroz konkretne i poznate kategorije. Omogućava razumijevanje apstraktnih pojmova putem svakodnevnih iskustava, čime se nepoznato interpretira kroz poznato. Na taj način, pojmovi poput vremena, mreže, života i sl. bivaju konceptualizirani kroz fizičke objekte i prostorne odnose, što olakšava njihovo shvatanje. U primjeru konceptualne metafore APSTRAKTNO JE

KONKRETNO imenica se javlja kao gramatički istureniji entitet, odnosno ona je imenicama je *najistaknutija osobina statičnost i tzv. konceptualna autonomnost* (Belaj – Tanacković Faletar, 2014: 60) i upravo zbog toga služe za konkretiziranje apstraktnijeg sadržaja ili sadržaja koji se nastoji značenjski suziti (Hodžić-Čavkić, 2024: 59).

Početna istraživačka radna pitanja potvrđena su. Analiza pokazuje dominaciju modela koji konceptualiziraju vrijeme kao prostor ili predmet, što se vidi u izrazima poput *trebam te na minut* ili *dođi do pet*. Ovaj model pogodan je za SMS komunikaciju koja je kratka i efikasna, često usmjerena na organizaciju i upravljanje vremenom. Porastom upotrebe digitalnih platformi SMS sve manje se koristi za glavnu komunikaciju i upravo iz tog razloga često služi za iniciranje kontakta na drugim platformama. Jezik i metafore se prilagođavaju novim tehnologijama, pa konceptualne metafore povezane s mrežama i tehnologijom postaju učestalije.

U zaključku, ovaj rad doprinosi razvoju korpusne lingvistike u bosnistici i pruža osnovu za buduća istraživanja u ovom polju. *Sarajevski korpus SMS poruka na bosanskom jeziku* predstavlja vrijedan resurs za daljnju analizu jezičkih fenomena, omogućavajući praćenje svjetskih lingvističkih trendova te pruža nova saznanja o jeziku i komunikaciji u bosanskom jeziku.

## Izvor

1. Bulić, H., Durmišević, E., Hodžić-Čavkić, A., Bajraktarević, E., Ahmetpahić-Peljto, A., Šabić, B. (2023) *Sarajevski korpus SMS poruka na bosanskom jeziku / The Sarajevo Corpus of SMS Messages in Bosnian*. Sarajevo: Univerzitet u Sarajevu – Filozofski fakultet.

## Literatura

1. Ajduk Kurtović, Milea (2018). *Metaforičke jezične konstrukcije horora u romanu Dracula*. Fakultet prirodoslovno-matematičkih i odgojnih znanosti Sveučilišta u Mostaru.
2. Belaj, Branimir, Tanacković Faletar, Goran (2014), *Kognitivna gramatika hrvatskog jezika*, knjiga I, Disput, Zagreb.
3. Belaj, Branimir (2012), *O vremenu i vremenskim značenjima u hrvatskome jeziku*, Zbornik radova 41. seminarara Zagrebačke slavističke škole.
4. Božović, Petar. (2020). *KORPUSNA LINGVISTIKA I JEZIČKI RESURSI: POTENCIJAL, STANJE i PERSPEKTIVE U SAVREMENOJ CRNOGORSKOJ LINGVISTICI*. *Folia Linguistica et Litteraria*. 32. 237–257. 10.31902/fl.32.2020.12.
5. Brown, Gillian, Yule, George (1983). *Discourse Analysis*. Cambridge University Press. Cambridge.
6. Bulić, Halid (2024). *Pragmatičke vrijednosti ponavljanja grafema u SMS porukama na bosanskom jeziku*. *Zbornik radova u znak sjećanja na kolegicu Almu Granov*. Univerzitet u Sarajevu – Filozofski fakultet.
7. Bulić, Halid (2024). *Abbreviations in SMS Messages in the Bosnian Language*. Dostupan na: <http://www.dhs.ff.untz.ba/index.php/home/article/view/16815> [6. 9. 2024].
8. Burke, Kenneth (1945). *A Grammar of Motives*. University of California Press.
9. Crystal, David (2008). *Txtng: The Gr8 Db8*. Oxford University Press. Oxford.
10. Dobrić, Nikola (2021). *Korpusna lingvistika kao osnovna paradigma istraživanja jezika*. *Philologia*, 7(1), 47–58.
11. Dolić, Belkisa (2021): *Ogledi o rodu i jeziku. Diskursna, pragmatička i gramatička analiza*, Pedagoški fakultet u Bihaću.

12. Evans, Vyvyan (2004). *The Structure of Time. Language, Meaning and Temporal Cognition*. Amsterdam – Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
13. Hajdarević, Dino (2015). *Znanje i gledanje u konceptualnoj metafori. Croatica et Slavica Iadertina*, Zadar.
14. Haspelmath, Martin (1997). *From Space to Time. Temporal Adverbials in the World's Languages*. München – Newcastle: Lincom Europa.
15. Hodžić-Čavkić. Azra (2024). *Utjecaj ograničenja SMS poruka na pojavu i sastav idiomskih skupina. Zbornik radova u znak sjećanja na kolegicu Almu Granov*. Univerzitet u Sarajevu – Filozofski fakultet. 41–72.
16. Hodžić-Čavkić. Azra (2023). *Sintagmatizacija kao sredstvo veze između paremiologije i frazeologije*. Izvorni naučni rad. Dostupan na: <https://ejournals.ff.unsa.ba/index.php/radovi/article/view/286/262> [6. 9. 2024].
17. Jackendoff, Ray (2016). *Praktični vodič kroz mišljenje i značenje*, prev. Anita Peti-Stantić. Zagreb: Institut za hrvatski jezik i jezikoslovlje.
18. Kövecses, Zoltán (2002). *Metaphor: A Practical Introduction*. Oxford University Press. New York.
19. Kövecses, Zoltán (2011). *Metafora i pitanje univerzalnosti*. Prijevod iz djela *Metaphor in Culture: Universality and Variation*, Cambridge University Press, Cambridge, New York, 2005).
20. Kružić, Barbara, Lovrić, Marija, Maksimović, Tea (2010). *Kratki pojmovnik kognitivne lingvistike. Hrvatistika: studentski jezikoslovni časopis*, 2010 (Vol. 4 No. 4): 9–33.
21. Lakoff, George (1987). *Women, fire, and dangerous things: What categories reveal about the mind*. University of Chicago Press.
22. Lakoff, George, Mark Johnson (1980). *Metaphors We Live By*. The University of Chicago Press. London .
23. Lakoff, George, Mark Johnson (2015). *Metafore koje život znače*. Prevela Anera Ryznar. Disput, Zagreb.
24. Lakoff, George (1992). *The Contemporary Theory of Metaphor*. Cambridge: Cambridge University Press.
25. Lakoff, George; Turner, Mark (1989): *More than Cool Reason: A Field Guide to Poetic Metaphor*, The University of Chicago Press, Chicago.
26. Lanier, Jaron (1990). *Riding the Giant Worm to Saturn, Post-Symbolic Communication in Virtual Reality*. Hattinger. Ur. Ars Electronica. Vol. 2: Virtuelle Welten. Linz. Veritas – Verlag.

27. McWhorter, John (2013). *Txtng is killing language. JK!!!*. [http://www.ted.com/talks/john\\_mcwhorter\\_txtng\\_is\\_killing\\_language\\_jk](http://www.ted.com/talks/john_mcwhorter_txtng_is_killing_language_jk) [31. 8. 2024].
28. Mučalo, Marina, Šop, Silvio (2008). *Nova publika novih medija*. *Informatologia*, 41 (1), 51–55.
29. Nikodem, Krunoslav (2003). *Čiji su to svjetovi iza nas? Virtualna stvarnost i ljudski identiteti*. *Socijalna ekologija*, 12 (3-4), 211–229.
30. Omerović, Mirela, Hamzagić Kovačević, Leila (2024). *Jezička djelatnost čitanja – temelj funkcionalne pismenosti*. Univerzitet u Sarajevu – Pedagoški fakultet. Sarajevo.
31. Palić, Ismail, Omerović, Mirela (2023). *Bosanski jezik i komunikacija u nastavnoj praksi*. Sarajevo Publishing. Sarajevo.
32. Pišković, Tatjana (2012). *Vremenski leksički koncepti u hrvatskome jeziku*. Zbornik radova 41. seminara Zagrebačke slavističke škole.
33. Radek, Izidora (2021). *KONCEPTUALNA METAFORA „ŽIVOT JE HRANA“*. 5. međunarodna konferencija *SUVREMENI IZAZOVI U POUČAVANJU JEZIKA STRUKE*. Zagreb.
34. Raffaelli, Ida (2005). *Odnos strukturalne semantike prema kognitivnoj*. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/15926> [11. 8. 2024].
35. Raffaelli, Ida (2000). *Neki vidovi kognitivne semantike u rekonstrukciji semantičkih struktura*. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/15926> [11. 8. 2024].
36. Halilović, Senahid, Palić, Ismail, Šehović, Amela (2010). *Rječnik bosanskog jezika*. Univerzitet u Sarajevu – Filozofski fakultet.
37. Sapir, Edward (1921). *Language: An Introduction to the Study of Speech*. New York: Harcourt, Brace & World Inc.
38. Smajlović-Šabić, Indira (2013). *Konceptualizacijski pogled na metaforičko sevdisanje Bošnjaka*. *Znakovi vremena* 61/62. Sarajevo.
39. Stanojević, Mateusz-Milan (2013). *Konceptualna metafora: Temeljni pojmovi, teorijski pristupi i metode*. Zagreb: Srednja Europa.
40. Stanojević, Mateusz-Milan (2009). *Konceptualna metafora u kognitivnoj lingvistici: pregled pojmova*. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/47111> [11. 8. 2024].
41. Starren, Marianne (2001). *The Second Time. The Acquisition of Temporality in Dutch and French as a Second Language*. Utrecht: LOT.
42. Stojanov, Tomislav (2004). *Sintagmemske strukture u hrvatskome jeziku*. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu.

43. Šarić, Ljiljana (2018). *Metafore u hrvatskome jeziku, književnosti i kulturi: zbornik radova 47. seminara Zagrebačke slavističke škole*. Ur. Lana Molvarec, Tatjana Pišković. Dubrovnik.
44. Tuđman Vuković, Nina (2009). *Značenje u kognitivnoj lingvistici. Suvremena lingvistika* (vol. 35 No. 68) str. 125–150.
45. Zykova, Irina (2019). *Konceptosfera kulture i frazeologija. Teorija i metode lingvokulturološkog proučavanja*. Prev. Branka Barčot. Srednja Europa. Zagreb.
46. Žanić, Joško (2009). *Struktura mišljenja i osnovni elementi misli: kognitivna vs. konceptualna semantika. Um i stvarnost*. Grgić, F. Kutleša, S. Martinović, I. et al. (ur.). Zagreb: Institut za filozofiju.
47. Žic Fuchs, Milena (2009). *Kognitivna lingvistika i jezične strukture: engleski present perfect*. Nakladni zavod Globus: Zagreb.

#### Sekundarna literatura

1. Beglerović, Samir (2011). *Tradicionalni i moderni pristupi fenomenima smrti i umiranja. Znakovi vremena – časopis za filozofiju, religiju, znanost i društvenu praksu*, br. 52/53.
2. *Kur'an* (2011). Prev. Besim Korkut.
3. Smith, Jane I., Haddad, Yvonne Y. (2002). *The Islamic Understanding of Death and Resurrection*. Oxford University Press.