

Koncept (bez) vrijednosti u hrvatskoj frazeologiji

Bešenić, Leonarda

Master's thesis / Diplomski rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Rijeci, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:186:668776>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-29**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences - FHSSRI Repository](#)



**SVEUŠILIŠTE U RIJECI
FILOZOFSKI FAKULTET**

Leonarda Bešenić

**Koncept (bez)vrijednosti u hrvatskoj
frazeologiji**

(DIPLOMSKI RAD)

Rijeka, 2021.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
FILOZOFSKI FAKULTET
Odsjek za kroatistiku

Leonarda Bešenić

Matični broj: 0009077994

Koncept (bez)vrijednosti u hrvatskoj frazeologiji

DIPLOMSKI RAD

Diplomski studij: Hrvatski jezik i književnost

Mentor: doc. dr. sc. Željka Macan

Rijeka, 2021.

IZJAVA

Kojom izjavljujem da sam diplomski rad naslova *Koncept (bez)vrijednosti u hrvatskoj frazeologiji* izradila samostalno pod mentorstvom doc. dr. sc. Željke Macan.

U radu sam primijenila metodologiju znanstvenoistraživačkoga rada i koristila literaturu koja je navedena na kraju diplomskoga rada. Tuđe spoznaje, stavove, zaključke, teorije i zakonitosti koje sam izravno ili parafrazirajući navela u diplomskom radu na uobičajen način citirala sam i povezala s korištenim bibliografskim jedinicama.

Studentica

Leonarda Bešenić

Potpis

Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Metodologija.....	2
3. Hrvatska frazeologija.....	3
4. Kognitivna lingvistika.....	7
4.1. Kognitivna semantika.....	9
5. Koncept i konceptualizacija.....	12
5.1. Konceptualna metafora.....	16
6. Antonimija u frazeologiji (<i>frazemska antonimija</i>).....	23
7. Analiza korpusa.....	27
7.1. Frazemi koji su samo svojim značenjem vezani za koncept (bez)vrijednosti.....	27
7.2. Frazemi koji sadrže sastavnice iz semantičkog polja vrijednosti i bezvrijednosti.....	31
7.3. Primjeri poredbenih frazema	32
7.4. Mrežno korpusno pretraživanje (hrWaC).....	34
8. Zaključak.....	37
9. Popis literature.....	39
10. Rječnik frazema.....	42
10.1. Frazemi koji ulaze u koncept vrijednosti.....	42
10.2. Frazemi koji ulaze u koncept bezvrijednosti.....	47

11.Sažetak.....	54
12.Naslov i ključne riječi na engleskom jeziku.....	55

1. Uvod

Frazeologija je kao jedna od najmlađih lingvističkih disciplina postala vrlo zanimljivo i plodno područje za razna znanstvena proučavanja frazema. Posebna je odlika frazema njihova izrazita ekspresivnost i slikovitost, što se uvelike može zaključiti promotre li se frazemi iz prikupljenoga korpusa ovoga rada.

Brojna su istraživanja iz kognitivne lingvistike doprinijela frazeološkim istraživanjima, a razlog je tomu što kognitivna lingvistika na frazeme gleda kao na motivirane jedinice. Neupitno je reći da produkciju frazema potiču razni kognitivni mehanizmi, te da upravo oni povezuju značenje frazema kao cjeline sa značenjem njegovih sastavnica. Jezik je odraz našega uma i brojne jezične pojave mogu se objasniti ljudskim faktorom. Uza sve to kognitivna semantika daje doprinos zaključku da su semantička obilježja pojedinih frazemskih sastavnica važna pri razumijevanju i uporabi frazema i da se frazemi mogu razumjeti zahvaljujući prepoznatljivim značenjskim obilježjima njihovih elemenata.

Napokon, frazeologija se pokazala posebno pogodnom za stvaranje koncepta jer većina frazema proizlazi iz različitih oblika metafora. Ovaj se rad bavi konceptom (bez)vrijednosti te su se u analizi prikupljenoga korpusa frazema primijenila obilježja mentalnih predodžbi koncepta, a tomu je pomogla činjenica da se konceptualne i jezične kategorije određuju na temelju čovjekova iskustva nastalog u materijalnom okruženju. U svakom slučaju, enciklopedijsko znanje temeljeno na interakciji našega fizičkog i društvenog iskustva utječe na stvaranje koncepta, pa i prepoznavanje frazema koji mogu pripadati određenom konceptu.

U radu se donosi popis frazema koji ulaze u koncept (bez)vrijednosti, kao i analiza ovisno o tome pripadaju li konceptu samo svojim značenjem, ili u sebi još sadrže i sastavnicu iz semantičkoga polja vrijednosti/bezvrijednosti.

2. Metodologija

Rad se bavi konceptualnom analizom frazema koji svojim značenjem ulaze u koncept (bez)vrijednosti te frazema koji kao svoje sastavnice imaju lekseme iz semantičkoga polja vrijednosti i bezvrijednosti. U definiranju i odabiru frazema za analizu krenulo se od definiranih natuknica *vrijedan*, *vrijednost*, *bezvrijedan*, *bezvrijedno* i *bezvrijednost* u *Velikom rječniku hrvatskoga standardnoga jezika*.

Korpus frazema potom je prikupljen uvidom u *Hrvatski frazeološki rječnik* Antice Menac, Željke Fink Arsovski i Vladimira Venuturina iz 2014. godine, ali i mrežnim pretraživanjem baze frazema dostupnim na mrežnim stranicama Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje. Dio je rada posvećen teorijskim spoznajama iz frazeologije, kognitivne lingvistike te kognitivne semantike. Objasnjeni su pojmovi koncepta i konceptualizacije, ali i konceptualne metafore čije su spoznaje primijenjene u analizi frazema, u kojima su odvojene dominantne mentalne predodžbe koje ih svrstavaju u koncept (bez)vrijednosti. Analiza je korpusa podijeljena u četiri dijela. Prvo su izdvojeni frazemi koji su samo svojim značenjem vezani uz pojedini koncept. Zatim su izdvojeni frazemi koji u sebi imaju sastavnice iz semantičkoga polja vrijednosti i bezvrijednosti, a one i formiraju frazeološko značenje. Potom su izdvojeni primjeri poredbenih frazema i analizirani s obzirom na njihov strukturni, semantički i sintaktički aspekt. Analiza se zaokružuje pretraživanjem na *Hrvatskom mrežnom korpusu* (hrWac) gdje se željelo utvrditi u kojim se tipovima tekstova i kojim kontekstima upotrebljavaju odabrani frazemi. Htjelo se također provjeriti i pojavljuju li se u svom u korištenim izvorima potvrđenom frazeološkom značenju.

Na kraju se rada donosi rječnik prikupljenih frazema podijeljen na dva dijela. Prvi sadrži frazeme koji ulaze u koncept vrijednosti, a drugi frazeme koji pripadaju konceptu bezvrijednosti.

3. Hrvatska frazeologija

Frazeologija je lingvistička disciplina čiji termin u osnovi ima dva značenja. Prvo i osnovno značenje odnosi se na znanost o ustaljenim izrazima čvrste strukture (frazemima), dok se drugo značenje termina odnosi na ukupnost frazema jednoga jezika, u ovom slučaju hrvatskoga jezika, koji su raspoređeni prema različitim kriterijima (Fink-Arsovski 2002:5; Simeon, Menac i Melvinger u Kovačević 2012:3) te se na temelju tih određenih kriterija razlikuju: *zoonimna frazeologija*, *somatska frazeologija*, *internacionalna frazeologija*, *posuđena frazeologija*, *arhaična frazeologija*, *dijalektalna frazeologija*, *regionalna frazeologija*, *poredbena frazeologija* itd.¹

Riječ je o jednoj od najmlađih lingvističkih disciplina čiji je put odvajanja od leksikologije započeo 1947. godine, kada je objavljen rad ruskoga lingvиста Viktora Vladimiroviča Vinogradova *Osnovni tipovi frazeoloških jedinica u ruskom jeziku* (Fink-Arsovski 2002:6). Temeljni je cilj frazeologije, koji je postavio Arhangeljskij, proučavanje frazema kao čvrstih sklopova koji imaju gramatičku strukturu skupa riječi, te fraza kao čvrstih sklopova riječi koji imaju gramatičku strukturu rečenice (Kovačević 2012:4). Iz navedenog se cilja proučavanja ove lingvističke discipline može zaključiti njena osnova jedinica – *frazem* (Menac, Fink Arsovski, Venturin 2014:5). O njoj će više riječi biti nešto kasnije u radu.

Početak je hrvatske frazeologije obilježio rad Antice Menac *O strukturi frazeologizma*.² Menac tada uspijeva primijeniti rusku teoriju na *hrvatsku frazeološku stvarnost* (Fink-Arsovski 2002:6). Vrijednim radom i sustavnim bavljenjem hrvatskom frazeologijom izdano je mnoštvo specijaliziranih

¹ usp. Fink-Arsovski 2002:5

² Autorica je u ovom istaknutom i važnom radu za hrvatsku frazeologiju odredila predmet istraživanja i osnovna obilježja promatrane jezične jedinice, čime je osigurala početak zagrebačke frazeološke škole, koja nadalje svojim radom osamostaljuje frazeologiju kao lingvističku disciplinu i promiče hrvatsku frazeologiju izvan granica matične države (Kovačević 2012:4).

frazeoloških radova i rječnika, o čemu svjedoči *Bibliografija hrvatske frazeologije* (2010), gdje su obuhvaćeni svi radovi s frazeološkim temama pisani od 1970. do 2009. godine, te rječnik frazemskih pojava. Bibliografiju potpisuje Željka Fink-Arsovski sa suradnicama Barbarom Kovačević i Anitom Hrnjak.

Terminološko je određenje frazeološke jedinice zadalo muke istaknutim stranim i hrvatskim frazeolozima. Neki su od naziva koji se upotrebljavaju za osnovnu frazeološku jedinicu sljedeći: *stalni izraz, idiom, stalni leksički kompleks, ustaljeni izraz, ustaljena kolokacija, ustaljena fraza, okamenjeni sklop, okamenjena fraza, frazem, fraza, frazeologem, frazeologizam*.³ Mnoštvo termina obično uzrokuje zbrku i teži se jasnom određenju termina koji će biti široko upotrebljiv i koristan struci, stoga su i sami frazeolozi odlučili riješiti pitanje terminološkog određenja frazeološke jedinice. Naziv *fraza* nije ušao u uporabu u hrvatskoj frazeologiji, ponajviše zbog toga što označuje praznorječive izraze, pa Kovačević navodi Klaićevo mišljenje kako se fraza u prenesenom značenju odnosi na *rečenicu koja ne kazuje ništa, a prekriva siromaštvo ili lažnost sadržaja* (Kovačević 2012:7). Kovačević opravdava i opredjeljuje se za naziv *frazem* jer on postoji u hrvatskoj jezikoslovnoj literaturi i ne mogu se osporiti sintagmatsko-paradigmatski odnosi unutar frazeološkoga sustava (Kovačević 2012:8).

Riječi se povezuju s drugim riječima različitim oblicima gramatičkoga slaganja. Sveze se dijele na slobodne i frazeološke. Dok u slobodnim svezama sastavnice zadržavaju svoje značenje, u frazeološkim svezama tomu nije tako. Zapravo, u frazeološkim se svezama gubi značenje svih ili samo nekih sastavnica, barem jedne sastavnice, tako da značenje čitave sveze ne proizlazi iz značenja pojedinih sastavnica (Menac 2007:9). Frazeološke se sveze ne stvaraju u govornom procesu, već su one unaprijed poznate, zapamćene, usvojene ili naučene, stoga govornik ne bira sastavnice, nego gotovu svezu, i zato o frazemima

³ usp. Kovačević 2012:6

govorimo kao o ustaljenim, reproduktivnim izrazima (Menac 2007:9; Fink-Arsovski 2002:6). Menac u radu *O strukturi frazeologizma* na samom početku ustanovljuje kako je *struktura frazeologizama veoma čvrsta* te da se oni *ne formiraju svaki put iznova spontanom slaganjem pojedinih riječi*, već se reproduciraju u gotovom obliku.⁴ Nadalje autorica tvrdi da je čvrsta struktura razlog zašto značenje ne proizlazi iz značenja pojedinih dijelova. Menac o strukturi frazema kaže da je ona toliko stabilna da se pojedine sastavnice frazema ne mogu zamijeniti drugom riječju ili sinonimom, a i poredak riječi u frazemu vrlo je stabilan. Dakako, Menac navodi i moguća odstupanja po pitanju zamijene sastavnica frazema drugom riječju ili sinonimom (Menac 2007:12) – pr. *veži (objesi i sl.) to mačku za (o, na) rep ili možeš to vezati (objesiti i sl.) mačku za (o, na) rep* (Menac, Fink Arsovski, Venturin 2014:307). Velikom je broju frazema karakterističan visok stupanj ekspresivnosti i slikovitost koja se odražava u semantičkom talogu. Važno je obilježje frazeologije *desemantizacija* svih ili samo pojedinih sastavnica frazema. *Desemantizacija* pokazuje koje su sastavnice izgubile prvotno leksičko značenje, a frazem dobio novo (frazemsko) značenje. Ona se provodi na dvjema razinama, stoga razlikujemo *potpunu desemantizaciju*⁵ i *djelomičnu desemantizaciju*⁶. Za frazeme u kojima se sastavnice ne desemantiziraju karakteristična je *nulta desemantizacija*, a takvi se frazemi najčešće susreću u terminologiji i pojmovima iz različitih područja – pr. *crna burza, jaje na oko* itd. Semantički je talog slika koja ostaje u dubinskoj strukturi i pomaže pri formiranju frazeološkog značenja (Menac, Fink Arsovski, Venturin

⁴ Menac, Antica (1970) *O strukturi frazeologizma*. Jezik: časopis za kulturu hrvatskoga književnoga jezika, god. 18, br. 1, str. 1 – 4 <https://hrcak.srce.hr/78472>

⁵ *Potpuna desemantizacija* podrazumijeva da su sve sastavnice frazema semantički preoblikovane i pri definiranju frazeološkog značenja ne služimo se nijednom frazeološkom sastavnicom (Fink-Arsovski 2002:7). Primjer potpune desemantizacije vidimo u frazemu *šuć-muč pa prolj* u značenju 'bezvrijedan, loše izveden, besmislen, beskoristan' (Menac, Fink Arsovski, Venturin 2014:462).

⁶ *Djelomična desemantizacija* podrazumijeva da je samo dio sastavnica izgubio svoje prvotno leksičko značenje, pa se one nedeseantizirane sastavnice upotrebljavaju u određivanju frazeološkog značenja (Fink-Arsovski 2002:7). Primjer djelomične desemantizacije vidimo u frazemu *ne vrijedi (ne valja) ni pišljiva boba* u značenju 'ništa ne vrijedi (ne valja) što, nema nikakve vrijednosti što, bez ikakve je vrijednosti što' (Menac, Fink Arsovski, Venturin 2014:35)

2014:5; Fink-Arsovski 2002:6 – 7). Kovačević navodi da je donja granica frazema *frazem fonetska riječ*, dok je gornja *frazemska rečenica*, a najveću skupinu čine *frazemske sveze riječi* (Kovačević 2012:12).

4. Kognitivna lingvistika

Mateusz-Milan Stanojević svoj Predgovor knjige Elżbiete Tabakowske (*Gramatika i predočavanje: Uvod u kognitivnu lingvistiku*) započinje autoričnim riječima da je kognitivna lingvistika „izučavanje jezika za maštovite znanstvenike, koji s jedne strane čvrsto vjeruju u ljudski faktor kao osnovicu jezika, a s druge strane ne vjeruju u sustavnost samoga ljudskoga faktora“. Kognitivna se lingvistika postavila kao sredina između strukturalizma i generativizma. Strukturalisti naime veliku važnost pridaju ljudskom faktoru po pitanju jezika, ali i čvrsto vjeruju u objektivni svijet stvoren prema zadanim i nepromjenjivim zakonima. Generativisti idealiziraju um i shvaćaju ga kao savršeno uređen stroj u kojemu je jezični dio uma odvojen od ostalih dijelova koji su odgovorni za nesustavnost u korištenju jezika. Ljudski je faktor zapravo sveden na minimum i naglašava se *univerzalno i isto za sve*. Kognitivisti jezik shvaćaju kao odraz uma i objašnjavaju jezične pojave ljudskim faktorom, a isti se taj ljudski faktor zasniva na općim sposobnostima ljudskoga uma (Stanojević u Tabakowska 2005:7).

Sam početak razvoja kognitivne lingvistike smješta se pred kraj 60-ih godina 20. stoljeća, kada se razvija kognitvolingvistički pogled na jezik. Najvažnija godina u stasanju kognitivne lingvistike/kognitivne semantike je 1987. godina jer se upravo te godine objavljuju tri *temeljna kognitvolingvistička djela*, a ona su *Women, Fire and Dangerous Things* Georgea Lakoffa, *Foundations of Cognitive Grammar* Ronalda Langackera i *The Body in the Mind* Marka Johnsona. Potom slijedi održavanje prvog međunarodnog kognitvolingvističkog znanstvenog skupa u Duisburgu 1989. godine, gdje se ujedno i utemeljuje *International Cognitive Linguistics Association (ICLA)*, a samo godinu dana kasnije, 1990. godine, pokreće se međunarodni časopis *Cognitive Linguistics*, posvećen kognitvolingvističkim temama (Šarić, Bralavukanović 2019:17). Vodeći je teoretičar kognitivne lingvistike Ronald W.

Langacker, koji nakon detaljnog proučavanja sintakse transformacijsko-generativne gramatike i uočavanja njenih nedostataka izdaje radove koji će postati polazište kognitivne lingvistike, a to su *Foundations of Cognitive Grammar – Theoretical Prerequisites* (1987) i *Foundations of Cognitive Grammar – Descriptive Application* (1991) (Tabakowska 2005:14). Temelj kognitivne lingvistike postaje pretpostavka da „ljudske jezične sposobnosti, baš kao i jezik kao sustav, nije moguće izučavati odvojeno od ostalih sposobnosti i značajki ljudskoga uma“, jezikoslovnim se istraživanjima i tumačenjima pozornost daje značenju, a jezik se tumači i kao rezultat jezične uporabe (vezan za kontekst) (Šarić, Brala-Vukanović 2019:302). Tabakowska izdvaja kako je cilj i vrlina kognitivne lingvistike izrada koherentnog modela u kojemu bi se mogli povezati i sistematizirati već poznati ispravni predosjećaji koji se odnose na prirodu jezika i načine njegova opisa. Kognitivisti tvrde da je jezik predodžba našega svijeta i da se u ljudskoj spoznaji nalaze odgovori za sve pojave koje se u njemu događaju (Tabakowska 2005:16).

Metodološki se pristup kognitivne lingvistike oslanja na analizu jezične uporabe, što je direktno nasljeđe tradicionalne lingvistike koja se koncentrira na stvarni jezik. Uz to što analizira jezik u uporabi, kognitivna se lingvistika usredotočuje na čovjekov um, pa stoga od psihologije preuzima metodu introspekcije. Godine 2003. organiziran je prvi znanstveni skup o empirijskim metodama u kognitivnoj lingvistici (*Empirical Methods in Cognitive Linguistics*) na Sveučilištu Cornell u New Yorku, a kao rezultat ovoga skupa izdaje se knjiga *Methods in Cognitive Linguistics* 2006. godine (Šarić, Brala-Vukanović 2019: 29 – 30). Najčešće su korišteni metodološki pristupi u kognitivnoj lingvistici sljedeći: *unutarjezični opis i analiza jezične uporabe, međujezična građa i međujezični pristup, multimodalni pristup, introspekcija*. Svaki pristup ima u cilju „rasvijetliti strukturu i funkcionalne temelje čovjekove jezične sposobnosti“ (Šarić, Brala-Vukanović 2019: 31 – 36). Kognitivna se lingvistika usredotočila na pitanje kako

se *značenje* izgrađuje u jeziku, prije svega konceptualizacijom svijeta koji nas okružuje. U osnovi je svih kognitivnolingvističkih istraživanja pretpostavka da se prijenos značenja nalazi u podlozi svih jezičnih izraza. Značenjskom se analizom pronalazi put kojim se konceptualizacijom svijeta izgrađuje značenje, a konačni su proizvod jezični izrazi koji 'imaju' značenje (Tuđman Vuković 2009:125-126). Budući da je ovaj rad usmjeren na hrvatsku frazeologiju, nužno je i važno istaknuti da se u kognitivnoj lingvistici na frazeme gleda kao na motivirane jedinice, a motiviraju ih različiti kognitivni mehanizmi. Ti kognitivni mehanizmi povezuju značenje frazema kao cjeline sa značenjem njegovih sastavnica (Šarić, Brala-Vukanović 2019:236). U nastavku se rada izdvaja potpoglavlje kognitivne semantike koja tumači i promatra jezik kao sustav *komplementaran čovjekovu kognitivnom stroju* (Fink, Turk 2003:247).

4.1. Kognitivna semantika

Pitanje koje je dovelo do paradigme kognitivne lingvistike i kognitivne semantike je: *Kako bi trebao izgledati model ljudske uporabe jezika i model znanja o značenju?* Kako je navedeno ranije u radu, Ronald Langacker temeljni je teoretičar kognitivne lingvistike, a uz njega stoje još Goerge Lakoff, Leonard Talmy, Charles Fillmore te Eleanor Rosch. Najvažnija prekretnica dogodila se 1975. godine kada su na Sveučilištu u Berkeleyju predavanja održali Eleanor Rosch, Leonard Talmy, Charles Fillmore te Paul Kay i Chad MacDaniel. Rosch tada predstavlja rezultate svoga rada po pitanju ljudske kategorizacije⁷, Talmy iznosi tezu o primitivima u jeziku prostora u poveznici s topološkim načelima orijentacije, Fillmore poziva na formiranje semantike okvira, a Kay i MacDaniel postavljaju neurobiološke temelje u kategorizaciji boja. Lakoff nakon ovih

⁷ Eleanor Rosch predložila je teoriju kategorizacije te je njome odbacila sve osnovne postavke koje su se nalazile u osnovi klasičnih teorija. Ona je naime pretpostavila da same kategorije nastaju kao rezultat stvaranja koncepata. Proces je kategorizacije sam po sebi subjektivan, a objašnjenje toga procesa treba tražiti u procesima percepcije, što uvjetuje stvaranju konceptualnih struktura (Tabakowska 2005:30).

predavanja izjavljuje da je „nemoguće vjerovati u formalnu logiku kao ispravan pogled na semantiku“ (Šarić, Brala-Vukanović 2019:25).

Temelj novoga pristupa tako postaje pretpostavka da ljudske jezične sposobnosti nije moguće izučavati odvojeno od ostalih sposobnosti i značajki ljudskoga uma. Značenje dobiva iznimno važnu ulogu u jezikoslovnim promišljanjima, što nije bio slučaj s prethodnim pristupima jeziku. Dakako, jezik se znatnim dijelom tumači i kao rezultat jezične uporabe nužno vezan uz kontekst (Šarić, Brala-Vukanović 2019:26). Pojam *značenje* najpopularniji je pojam u pučkoj lingvistici, kako tvrde Devitt i Sterelny te iznose svoju teoriju toga pojma sljedećom hipotezom: „osnova značenja jezičnog simbola leži u činjenici da simbol *reprezentira* nešto“ (Devitt, Sterelny 2002:19). Autori u knjizi *Jezik i stvarnost: Uvod u filozofiju jezika* dovode značenje u poveznicu s mislima, pa kažu da su misli unutrašnja stanja ljudi koja imaju „uzročnu moć dijelom zbog svog reprezentacijskog sadržaja, a dijelom zbog relacije koju ljudi imaju prema tim sadržajima“ (Devitt, Sterelny 2002:152).

U središte se kognitivne semantike stavljaju metaforički procesi kao način promišljanja o jezičnim pojavnostima. U metaforički se koncept svrstavaju pojmovi poput *metafora*, *metaforička ekstenzija*, *frazem* i sl. Tradicionalna je lingvistika frazemu pristupala kao složenom jezičnom izrazu te je smatrala da značenje pojedinih sastavnica ne uvjetuje značenje frazema kao cjeline. Vajs i Žic-Fuchs (1998) navode da kognitivni semantičari smatraju da su metafore najprisutnije u svakodnevnom govoru, da su konvencionalne i sustavno povezane na postavci da se jedna pojava razumije i doživljava pomoću druge. Premda se ranije smatralo da se značenje frazema ne može iščitati iz značenja pojedinih frazemskih sastavnica, upravo je razvoj kognitivne semantike potaknuo psiholingvistička istraživanja koja su pokazala da su semantička obilježja pojedinih frazemskih sastavnica važna pri razumijevanju i uporabi frazema i da se frazemi mogu razumjeti zahvaljujući prepoznatljivim značenjskim obilježjima

njihovih elemenata, te se dolazi do zaključka da osnovno prototipno⁸ i prenesena značenja frazemskih sastavnica čine podlogu za razumijevanje frazema kao cjeline (Vajs, Žic Fuchs 1998:364). Autorice nadalje potvrđuju kako su prototipne definicije važne u rječnicima zbog općenitog razumijevanja leksema i njegove jezične uporabe. Međutim, prototip se proteže na metaforička značenja jer „stvara podlogu za razumijevanje raznih kolokacija, lokucija i frazeoloških uporaba“, a razne frazeološke pojavnosti imaju značenjsko uporište upravo u prototipnim značenjima leksema. Autorice također smatraju da bi se povezivanjem frazema sa značenjskom podlogom leksema koji su njihovim sastavnicama rasvijetlili i značenjski odnosi među leksemima (Vajs, Žic-Fuchs 1998:367).

⁸ Prototip je pojam koji podrazumijeva skup podataka koji mogu imati perceptivnu, kulturnu i empirijsku podlogu (strukturirano znanje), na njemu počiva čovjekovo poimanje svijeta te njegovo leksičko i frazeološko znanje (Fink, Turk 2003:248).

5. Koncept i konceptualizacija

Frazeologija je posebno pogodna za stvaranje koncepata jer većina frazema izvire iz različitih oblika metafora, stoga se frazemi mogu konceptualno grupirati te se iz semantičkoga taloga može odrediti značenje frazema (Fink, Turk 2003:248). Koncept predstavlja mentalnu predodžbu⁹ koja nužno uključuje određena obilježja i predstavlja središnji pojam kategorizacije i konceptualizacije. Usko se povezuju s *precepcijom* i često se u kognitivnoj lingvistici poistovjećuju s leksičkim konceptima. Dok su s jedne strane koncepti relativno stabilno povezani s kognitivnim jedinicama na koje upućuju, s druge je strane njihova uporaba modificirana i određena nekom situacijom. Koncept može biti pojedinačna riječ ili skup riječi, dok se dužu rečenicu više ne može smatrati konceptom (Šarić, Brala-Vukanović 2019:50). Dominantna je pozicija u kognitivnoj lingvistici ta da se konceptualne i jezične kategorije preklapaju i određuju na temelju čovjekova iskustva nastalog u materijalnom okruženju.

Konceptualizacija je proces izgradnje značenja u čemu jezik daje veliki doprinos time što nudi jezične izraze koji predstavljaju pristupne točke ukupnom znanju svakog pojedinca. Kognitivna lingvistika tvrdi da su značenja riječi u jeziku i svojstvo koncepta na koje riječi upućuju usko povezana. U radu je već navedeno kako značenje ima središnju važnost u jeziku, a George Lakoff i Ronald Langacker osobito su naglašavali status značenja u jeziku, zato se čvrsto drži do toga da je značenje dio čovjekova konceptualnog iskustva i kognitivnih procesa, značenje dakle proizlazi iz procesa konceptualizacije iskustva (Tuđman Vuković 2009:126). Jezik i um te ljudsko znanje (enciklopedijsko znanje) predstavljaju neodvojivu cjelinu i kroz njih se može razumjeti i opisati jezična sposobnost (Šarić, Brala-Vukanović 2019:303). Pod pojmom *enciklopedijskoga znanja* podrazumijeva se cjelokupno čovjekovo znanje, a u kognitivnoj se lingvistici

⁹ Mentalne predodžbe mogu biti povezane s objektima (on stvarnim i zamišljenim) i radnjama (Šarić, Brala-Vukanović 2019:50).

jezični znak predstavlja kao *pristupna točka*¹⁰ u cjelokupnom čovjekovu znanju. Kognitivna lingvistika naime enciklopedijsko znanje temelji na interakciji sa svijetom oko nas i interakciji s drugim ljudima, odnosno interakciji našega fizičkog i društvenog iskustva (Šarić, Brala-Vukanović 2019:300).

Temelj složenijih koncepata čine *predodžbene sheme* (jednostavne konceptualne strukture). Njih je definirao Mark Johnson kao „ponavljajući, dinamički obrazac naših perceptivnih interakcija i motoričkih programa što daje koherentnost i strukturu našem iskustvu¹¹“ te dao popis onih najvažnijih: SPREMNIK, BLOKIRANJE, OMOGUĆAVANJE, PUT, CIKLUS, DIO – CJELINA, PUNO – PRAZNO, PONAVLJANJE, POVRŠINA, RAVNOTEŽA, PROTUSILA, PRIVLAČENJE, VEZA, BLIZINA – DALJINA, ZDRUŽIVANJE, SPARIVANJE, DODIR, PEDMET, PRISILA, UKLANJANJE OGRANIČENJA, BROJIVOST, SREDIŠTE – PERIFERIJA, LJESTVICA, ODVAJANJE, NAMETANJE, PROCES, SKUP (Tuđman Vuković 2009:128).

Nastavno na tezu da su značenje riječi u jeziku i svojstvo koncepta na koje riječi upućuju usko povezani, valja objasniti što nama u jeziku znači pojam *vrijednost*. Također je važno napraviti razliku između vrijednosti u materijalnom smislu i vrijednosti u apstraktnom (duhovnom) smislu. Naime kada se govori o vrijednosti u materijalnom smislu, prvenstveno govorimo o vrijednosti u ekonomskom smislu, a to nadalje upućuje na korisnost, poželjnost ili prikladnost određene stvari ili aktivnosti koja će svim svojim svojstvima zadovoljiti ljudske potrebe i želje. Ekonomska je vrijednost odrednica društvenoga bogatstva i blagostanja, kao i raspodjele i potrošnje. Na vrijednost se gleda kao na svojstvo samoga proizvoda koje ovisi o načinu i uvjetima njegove proizvodnje. Vrijednost u apstraktnom (duhovnom) smislu tumači se u filozofiji koja smatra da su

¹⁰ Pristupna je točka teza koja počiva na ideji da leksičke jedinice nemaju jednu fiksnu poveznicu sa značenjem, već da leksemi sami predstavljaju točke prema kojima se pristupa enciklopedijskom značenju (Šarić, Brala-Vukanović 2019:299).

¹¹ Slobodan prijevod prema M. Johnson u Tuđman Vuković 2009:128.

vrijednosti objektivne ili subjektivne kvalitete bitka ili bića¹². Primjerice, frazem *za bagatelu* uvijek ćemo koristiti u kontekstu kupnje ili prodaje. Tim frazemom nekom proizvodu određujemo vrijednost ili, u ovom slučaju, bezvrijednost. Reći da je nešto kupljeno ili prodano *za bagatelu* znači da je za proizvod izdvojeno vrlo malo novaca, a ako je nešto kupljeno ili prodano vrlo jeftino, sami tom proizvodu smanjujemo vrijednost, odnosno činimo ga bezvrijednim. Dakle, frazeme *za bagatelu*, *u bescjenje*, *vrijedi kao suho zlato*, *zlata vrijediti*, *ne vrijedi ni koliko crno ispod nokta*, *drek na šibici*, *ne vrijedi ni pet para*, *ne vrijedi ni prebijene pare/ ni dvije pare/prebite pare* ili *vrijedi svake pare* koristimo isključivo onda kada vrijednost gledamo u materijalnom smislu. S druge strane, frazem *biti ravan (jednak) nuli (ništici)* možemo upotrijebiti kada ocjenjujemo čije duhovne vrijednosti, odnosno kada vrednujemo osobine, karakter ili kvalitete nekog pojedinca. Također u vrijednost u duhovnom smislu ulaze svi oni frazemi koji se svojim značenjem odnose na čiju ulogu u društvu, značaj ili doprinos koji pojedinac društvu može donijeti, koju razinu sposobnosti pokazuje i jesu li te njegove sposobnosti društvu vrijedne ili bezvrijedne, odnosno korisne ili beskorisne. To su frazemi poput *znati svoju cijenu*, *na visokoj (najvišoj) razini (nivou)*, *odigrati/igrati (imati) sporednu (malu, drugorazrednu i sl.) ulogu*, *odigrati/igrati (imati) veliku (važnu, ključnu i sl.) ulogu*, *biti od koristi komu, čemu, nitko i ništa, netko i nešto*.

Iz analiziranog se korpusa frazema izdvajaju sljedeće mentalne predodžbe, koje će se detaljnije objasniti dalje u radu: ZLATO, CIJENA, NOVAC. Mentalnu predodžbu ZLATO možemo uočiti u frazemima *suho zlato*, *vrijedi kao suho zlato*, *zlata vrijedan*, *zlata vrijediti*. Ne iznenađuje činjenica da zlato u bilo kojem kontekstu uzimamo kao mjeru za vrijednost. Zlato je čovječanstvu poznato još od prapovijesnoga doba te je jedan od najrjeđih elemenata u Zemljinoj kori. Upravo zbog svoje rijetkosti, ali i iznimne otpornosti

¹² vrijednost. *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Pristupljeno 1.9. 2021. <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=65496>

prema drugim kemijskim elementima, zauzima položaj vrijedne tvari koja od pamtivijeka služi kao monetarni standard i pokriva platne moći. Zlato se danas koristi u široke primjene. Osim izrade nakita, zlatnika i zlatnih poluga, ono se koristi i u elektroničkoj industriji, optici te zubnoj protetici, a upravo zbog svoje otpornosti i izdržljivosti¹³. Zlatu se oduvijek pripisuje božanski karakter, njime se evocira sunčeva svjetlost koja je u kršćanstvu jedan od simbola Isusa Krista. Budući da je zlato podređena komponenta nadređenom pojmu *metal*, riječ je o hiponimsko-hiperonimskom odnosu. Zlato je dakle hiponim pojma *metal*, koji je njegov hiperonim. Navedeni se frazemi (*suho zlato, vrijedi kao suho zlato, zlata vrijedan, zlata vrijediti*) mogu koristiti u duhovnom smislu vrijednosti, kada se govori o osobi od neprocjenjive vrijednosti, ali i u materijalnom smislu što se odnosi na obilježje predmeta, onda kada se želi istaknuti visoka cijena koju malo ljudi može platiti. Frazeološko se značenje oblikuje oko poimanja zlata kao simbola vjernosti, dobrote, humanosti i moralnosti, ali i neprocjenjivosti i vrijednosti (Barčot 2012:842-850).

CIJENA je mentalna predodžba koju uočavamo u frazemima kao što su *biti na cijeni, znati svoju cijenu, dobiti/dobivati na cijeni, ima tko, što cijenu, nema komu, čemu cijene, nemati cijenu*. Frazeološko se značenje temelji na priznanju čijega djelovanja (*biti na cijeni*), svjesnosti osobne vrijednosti (*znati svoju cijenu*), kao i materijalne ili duhovne vrijednosti koja je nenaplativa (*nemati cijenu/nema cijene* što), ali i vrijednosti rada ili robe koja je izražena novcem (*ima tko, što cijenu*). Možemo zaključiti kako cijena nije isključivo materijalna komponenta koju pripisujemo nekom proizvodu predodređenom za prodaju, već postaje i duhovna komponenta kojom možemo izraziti nečiju vrijednost. Reći da *netko zna svoju cijenu* podrazumijeva da je osoba svjesna svoje duhovne ili karakterne vrijednosti te da ne pristaje na degradiranje ili ponižavanje. Ekvivalent se može povući s materijalnom situacijom kada se prilikom kupoprodaje

¹³ zlato. *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Pristupljeno 1. 9. 2021. <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=67307>

određenom proizvodu želi umanjiti cijenu, a druga stranka dobro zna koliko proizvod vrijedi i ne pristaje na nižu cijenu koja će označiti proizvod manje vrijednim/bezvrijednim.

Nadalje, u konceptu (bez)vrijednosti dominantna je mentalna predodžba NOVAC. U mentalnu predodžbu novca ulaze i oni frazemi koji imaju sastavnice *groš* i *para*, stoga su frazemi u kojima se uočava mentalna predodžba NOVAC sljedeći: *ne vrijedi tko, što ni pet para (lipa)*, *ne vrijediti ni dvije pare*, *ne vrijedi tko, što ni prebijene/prebite pare*, *ne vrijediti ni pola groša*, *vrijediti svake pare*. Značenje koje se vezuje uz navedenu predodžbu počiva u funkciji koju novac posjeduje, a ima ukupno četiri funkcije: 1. obračunska jedinica, 2. sredstvo razmjene, 3. sredstvo očuvanja vrijednosti i 4. sredstvo transfera vrijednosti.¹⁴ Naše je materijalno okruženje takvo da svemu možemo odrediti cijenu, neovisno o tome radi li se o proizvodu ili usluzi – sve se može naplatiti. Ovdje je važno napomenuti da navedeni frazemi uz sebe vežu i određenje kvalitete proizvoda ili usluge. To znači sljedeće, ako je neki proizvod kvalitetan, to znači da je novac potrošen na nešto što je vrijedno tih novaca (pr. *Ja imam LG DVX 9900 i player rastura , dao sam za njega 100 i vrijedi svake pare čita sve živo i neživ.*¹⁵).

5.1. Konceptualna metafora

Jedan od kognitivnih procesa konstruiranja značenja upravo je konceptualna metafora. Na temelju konceptualne metafore povezuju se dvije konceptualne domene: *izvorna domena* i *ciljna domena* (Stanojević 2009:340).

¹⁴ novac. *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Pristupljeno 5. 9. 2021. <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=44191>

¹⁵ Primjer preuzet s *Hrvatskoga mrežnog korpusa* (hrWaC) – *vrijedi svake pare*. Pristupljeno 5.9.2021. https://www.clarin.si/noske/all.cgi/first?corpname=hrwac&reload=&iquery=&queryselector=phraserow&lemma=&phrase=vrijedi+svake+pare&word=&wpos=&char=&cql=&default_attr=word&fc_lemword_window_type=both&fc_lemword_wsize=5&fc_lemword=&fc_lemword_type=all&fc_pos_window_type=both&fc_pos_wsize=5&fc_pos_type=all&usesubcorp=&fsca_text.t2ld=

Budući da se kao spoznajna sposobnost odražava u jeziku, razlikuju se dvije razine: metaforički jezični izraz i konceptualna metafora (Stanojević 2009:341). Već se u prvim kognitvolingvističkim istraživanjima o metafori uvodi pojam *konceptualne metafore* koja se shvaća kao mehanizam mišljenja (metaforičko mišljenje). Proučavanje je metafore zadalo *važan zamah* u razvoju kognitivne lingvistike, zbog toga što se metafora proučavala kao kognitivni mehanizam. U tomu je mišljenju važna knjiga Georgea Lakoffa i Marka Johnsona *Metaphors We Live By* (1980), njome se označio preokret u proučavanju metafora i zadane su smjernice za daljnja istraživanja koja su metaforu učinila „jednim od najintenzivnije proučavanih fenomena unutar kognitivne lingvistike“ (Šarić, Brala-Vukanović 2019:121). Lakoff i Johnson pružili su nov pogled na metaforu kao sredstvo pomoću kojega mislimo i djelujemo (Jutronic 2003:359), ova su dva kognitivista metaforu poimali kao jedan od temeljnih principa ljudskoga uma te su smatrali da nam metafora „omogućava da novo povežemo s onim što smo iskusili i što poznajemo te da koncepte razumijemo kroz mehanizam preslikavanja“ (Šarić, Brala-Vukanović 2019:128). Mnogim se istraživanjima pokazalo da metafora nije isključivo govorna figura, već ima veliki utjecaj na način čovjekova razmišljanja u svakodnevnim situacijama (Jutronic 2003:359).

Sam početak kognitvolingvističkih istraživanja metafore započinje 80-ih godina 20. stoljeća. Velik oslonac istraživanja imaju u ranijim lingvističkim, filozofskim i književnoteorijskim istraživanjima. Uz Lakoffa i Johnsona, važna imena za proučavanje metafore su Kenneth Burke¹⁶ i Paul Ricoeur¹⁷, a Roman Jakobson proučavanju metafore doprinosi svojim uvođenjem metafore u istraživanje afazije, te time ustanovljuje dvije vrste afatičkih poremećaja –

¹⁶ Kenneth Burke u radu *Master Tropes* razmatra četiri figure: metaforu, metonimiju, sinegdohu i ironiju. U njihovu se proučavanju usmjerio na spoznajnu funkciju u otkrivanju i opisu istine te je metaforu definirao kao sredstvo pomoću kojega se razumije nešto drugo (Šarić, Brala-Vukanović 2019:125).

¹⁷ Paul Ricoeur metaforu je smatrao jednim od jeziku *inherentnih kreativnih resursa* te je držao do toga da upravo zahvaljujući metaforama jezik proizvodi nova značenja (Šarić, Brala-Vukanović 2019:126).

*poremećaj sličnosti i poremećaj susljednosti*¹⁸ (Šarić, Brala-Vukanović 2019:126-127). Jutronić ističe kako je *najprovokativnija* tvrdnja Lakoffa i Johnsona ta da se apstraktni pojmovi strukturiraju i mentalno reprezentiraju na metaforičan način, pa navodi primjer s pojmom LJUBAV koji je u većini slučajeva strukturiran metaforičkim terminima LJUBAV JE PUTOVANJE ili LJUBAV JE RAT (Jutronić 2003:360).

Potrebno je napomenuti i kako se većina konceptualnih metafora pojavljuje kao *konvencionalne metafore*; to su oni svakodnevni i česti izrazi koji povezuju dva entiteta iz dviju domena (pr. izraz *noga stola* u kojemu su povezane domena ljudskoga tijela i domena namještaja) (Šarić, Brala-Vukanović 2019:132). Zbog stalnog korištenja veza između istih konceptualnih domena dolazi do njihova ustaljivanja, pa se konvencionalizirane konceptualne metafore stoga promatraju kao paradigmatička znanja koja, vrlo često nesvjesno, prizivamo kako bismo razumjeli ili izrekli određeni jezični izraz (Stanojević 2009:343). Već je na početku ovoga potpoglavlja navedeno da se u konceptualnoj metafori povezuju *izvorna i ciljna domena*, pa se konceptualna metafora razumijeva kao *preslikavanje*¹⁹ iz neke konkretne izvorne domene u neku apstraktniju ciljnu domenu. Ta su preslikavanja pohranjena u našem dugoročnom pamćenju te nam je time omogućeno stvaranje predodžbi o apstraktnim domenama preko pojmova povezanih s konkretnom domenom (Šarić, Brala-Vukanović 2019:135-136).

¹⁸ **Afazija** je bolest gubljenja jezične i govorne sposobnosti. Izazivaju je različite vanjske i unutarnje ozljede dominantne polutke velikoga mozga (obično je u pitanju lijeva strana mozga). Postoje dva osnovna tipa afazijskih poremećaja, prvi se odnosi na **paradigmatičku os** (bolesnik se ne može sjetiti koje jezične jedinice treba upotrijebiti), dok se drugi odnosi na **sintagmatsku os** (bolesnik ne može odabrane jezične jedinice poredati prema sintaktičkim pravilima). - afazija. *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Pristupljeno 3. 8. 2021. <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=660>
Jakobson kod poremećaja sličnosti uočava da osoba ima poteškoća s odabirom jezičnih elemenata sličnoga značenja, te se taj poremećaj povezuje s gore navedenim poremećajem paradigmatičke osi. Kod poremećaja susljednosti je riječ o problemu sintagmatske osi, pa osoba ne može pravilno povezati riječi u velike rečenice. U tom su slučaju rečenice koje proizvodi afatičar negramatične (Šarić, Brala-Vukanović 2019:127).

¹⁹ Termin preuzet iz matematičkoga nazivalja, a u kognitivnoj lingvistici podrazumijeva sistematska podudaranja dviju blisko povezanih ideja. Preslikavanja se nalaze u našem dugoročnom pamćenju te nam omogućuju stvaranje neke predodžbe o apstraktnoj domeni (pr. LJUBAV), pa i drugih tipova bližih veza i odnosa među ljudima preko pojmova iz konkretne domene (pr. PUTOVANJE) (Šarić, Brala-Vukanović 2019:135-136).

Šarić i Brala-Vukanović daju primjer sljedećeg preslikavanja u konceptualnoj metafori LJUBAV JE PUTOVANJE²⁰:

put(ovanje)	ljudski odnosi
a) putnici	→ osobe u ljubavnom odnosu
b) prijeđena udaljenost	→ napredak u odnosu
c) putovanje	→ događaji u odnosu
d) prepreke na putu	→ poteškoće u odnosu
e) odluka u kojem smjeru krenuti	→ odluka što učiniti u odnosu
f) odredišta putovanja	→ ciljevi odnosa

Jutronic piše da postoje dvije interpretacije u metaforičkoj reprezentaciji – *jaka i slaba verzija*. Kod jake se verzije neki pojmovi ne mogu razumjeti preko vlastite reprezentacije, nego samo preko metaforičkoga oslanjanja na druge domene (pr. LJUBAV se ne može razumjeti bez reprezentacije, pa o njoj razmišljamo kao o putovanju, boli, ratu ili ludosti jer su to domene koje razumijemo). Slaba verzija zastupa mišljenje da postoji posebna reprezentacija pojma LJUBAV, ali je sam sadržaj te reprezentacije pod utjecajem metafore (LJUBAV će stoga preuzeti istu strukturu kao PUTOVANJE). Osnova je razlika između jake i slabe verzije u *nezavisnosti same reprezentacije*. Autorica objašnjava razliku između jake i slabe verzije pomoću metafore ARGUMENTACIJA JE RAT, te objašnjava da prema jakoj verziji nemamo razvijen pojam ARGUMENTA nezavisno od pojma RAT jer se služimo pojmovima rata kada mislimo o ARGUMENTIMA, dok u slaboj verziji već imamo poseban pojam ARGUMENTA koji nam koristi kada razmišljamo o argumentima, ali je upotreba metafore ARGUMENTACIJA JE RAT i naše postojeće znanje o ratu doprinijelo sadržaju i strukturi pojma ARGUMENT (Jutronic 2003:360-361). Međutim, kod jake se i slabe verzije javlja problem, i to

²⁰ usp. Šarić, Brala-Vukanović 2019:137

u njihovoj uvjerljivosti i direktnosti. Jutronic rješenje pronalazi u prijedlogu da se umjesto metaforičke reprezentacije može pretpostaviti da metafore nastaju iz sličnosti postojećih pojmovnih tekstura. Metafora ARGUMETACIJA JE RAT nastala je zbog sličnosti pojmova ARGUMETACIJA i RAT (Jutronic 2003:363).

Kada je riječ o frazemima, u njihovo su razumijevanje uvelike uključeni kognitivni mehanizmi metafora, ali i metonimija. Osvrnut ćemo se samo na metafore. Psiholingvistika se bavi pitanjem razumijevanja frazema, ona naime želi dati odgovor na pitanje o leksičkoj reprezentaciji frazema. Omazić i Ferećec navode tri viđenja: *hipotezu o listama frazema*²¹, *hipotezu o leksičkoj reprezentaciji*²² i *model dekompozicije frazema*²³ (Omazić, Ferećec 2003:533). Kognitivisti su promijenili mišljenje o frazemima kao 'mrtvim metaforama' te su smatrali da frazemi imaju složena značenja koja su motivirana konceptualnim metaforama „kao mehanizmima koji dovode u vezu frazeme s njihovim figurativnim značenjem“ (Omazić, Ferćec 2003:534). Kövecses, kako navode Omazić i Ferćec, smatra da se konceptualna motivacija velikog broja frazema može prikazati kao zbroj sljedećih komponenti²⁴:

IDIOMATSKO ZNAČENJE – specijalizirano značenje frazema,

KOGNITVNI MEHANIZMI – metafora, metonimija, konvencionalno znanje,

KONCEPTUALNI DOMENI – jedna ili više domena znanja,

LINGVISTIČKI OBLICI I NJIHOVA ZNAČENJA – sastavnice frazema, njihova sintaktička svojstva i značenja.

Nastavno na navedene komponente, prikazuje se konceptualna motivacija na primjeru frazema *na visokoj (najvišoj) razini (nivou)*:

²¹ **Hipoteza o listama frazema**, kao je ustanovio Weinreich, kaže da su frazemi smješteni u posebne liste izvan rječnika. Ova hipoteza smatra da se pri razumijevanju frazema prvo procesira doslovno značenje, a tek onda se pristupa interpretaciji metaforičkoga značenja. Međutim, ova teza ne odgovara stvarnom stanju jer se rečenice koje su frazeološki obojane „razumijevanju istom brzinom kao i one koje to nisu“ (Omazić, Ferćec 2003:533).

²² Ova hipoteza zastupa mišljenje da su frazemi smješteni kao nedjeljive cjeline u isti mentalni leksikon u kojem se nalaze svi leksemi. Prema ovoj se hipotezi prvo pristupa metaforičkom značenju (Omazić, Ferćec 2003:533).

²³ Ovdje je riječ o alternativnom modelu koji kaže da frazemi nisu nedjeljive cjeline i da se njihovo značenje može izvesti iz značenja njegovih sastavnica. Prema ovom se modelu i preneseno i doslovno značenje procesira istovremeno (Omazić, Ferćec 2003:534).

²⁴ usp. Omazić, Ferćec 2003:535

IDIOMATSKO ZNAČENJE – 'vrlo vrijedan, veoma cijenjen, dostojan najviše ocjene, mnogo viši od prosjeka'

KOGNITVNI MEHANIZMI – metafora BITI U DOBROJ DRUŠTVENOJ KLASI JEST BITI VISOKO NA SKALI²⁵

KONCEPTUALNI DOMENI – VRIJEDNOST, RAZINA, DRUŠTVENA KLASA

LINGVISTIČKI OBLICI I NJIHOVA ZNAČENJA – 'na visini', 'razina'

Potom valja objasniti što možemo uključiti u koncept (bez)vrijednosti. S obzirom na prikupljeni korpus frazema, zaključuje se da u koncept ulaze oni frazemi koji se odnose na vrijednost u **materijalnom smislu** (pr. *za bagatelu (kupiti, prodati), u bescjenje (kupiti, prodati), ne vrijedi (ne valja) ni pišljiva boba, vrijedi kao suho zlato, ajnc a, ne vrijedi ni dvije pare, vrijedi svake pare*), **duhovnom smislu** (pr. *veži (objesi i sl.) to mačku za (o, na) rep, šuć-muć pa prolj, prva liga*), a čemu možemo pridružiti i **društveni položaj**, kao i **društvenu vrijednost/korisnost** (pr. *biti na cijeni, znati svoju cijenu, dignuti/dizati rejting, odigrati/igrati (imati) veliku (važnu, ključnu i sl.) ulogu, ključni (veliki, krupni) igrač, biti od koristi komu, čemu, sitni igrač, stoka sitnog zuba*). Ponajboljem shvaćanju što je sve uzeto u obzir za prikupljanje korpusa frazema koje uključujemo u koncept (bez)vrijednosti doprinijet će rječničke definicije iz odabranoga jednojezičnog rječnika²⁶. Prvo je uzeta imenica ženskoga roda – *vrijednost*, koja ima ukupno sedam značenja²⁷. S obzirom na to da je rad ograničen na koncept vrijednosti i bezvrijednosti, uzeta su obzir ona značenja imenice

²⁵ Prema Despot, K; Tonković, M; Brdar, M; Essert, M; Perak, B; Ostroški Anić, A; Nahod, B; Pandžić, I. (2019) MetaNet.HR: Croatian Metaphor Repository (http://zrno.fsb.hr:8080/Metafore/default/metafora_read?ime_metafore=BITI+U+DOBROJ+DRU%C5%A0TVE+NOJ+KLASI+JEST+BITI+VISOKO+NA+SKALI)

²⁶ Odabran je VRH – *Veliki rječnik hrvatskoga standardnog jezika* pod autorstvom Ljiljane Jojić (glavne urednice), Anuške Nakić, Nade Vajs Vinje, Vesne Zečević

²⁷ Natuknica u rječniku izdvaja sljedećih sedam značenja imenice *vrijednost*: 1. društveno uvjerenje o važnosti čega, 2. duhovno stanje koje se drži vrijednim, 3. dragocjenost, skupocjenost, 4. marljivost, 5. količina novca za koju se što može kupiti, 6. svojstvo izraženo brojem mjernih jedinica, 7. LING (Veliki rječnik hrvatskoga standardnoga jezika 2015:1703)

vrijednost kojima antonimni parnjak može biti uključen u koncept bezvrijednosti. Ona su sljedeća: 1. temeljno društveno uvjerenje ili mišljenje o iznimnoj važnosti čega (pr. *umjetnička/nacionalna/estetska vrijednost; sustav vrijednosti; temeljne vrijednosti društva*); 2. duhovno stanje koje se po općim mjerilima drži vrijednim, dobrim i valjanim (*moralne/duhovne vrijednosti*); 3. svojstvo onoga što je vrijedno (Veliki rječnik hrvatskoga standardnoga jezika²⁸ 2015:1703). Zatim su uzeta u obzir i dva značenja pridjeva *vrijedan*: 1. koji ima veliku vrijednost, dragocjen, kvalitetan, skupocjen, valjan; 2. koji zaslužuje što, koji je koristan i dobrodošao, zaslužuje pažnju ili je značajan (VRH 2015:1702). Naravno, valja spomenuti i nesvršeni glagol *vrijediti* te njegova značenja: 1. imati vrijednost koja se može izraziti cijenom; 2. imati za koga iznimnu vrijednost, biti posebno važan, imati iznimno značenje ili kakav utjecaj; 3. biti od koristi ili imati smisla (VRH 2015:1702). S druge strane imenica *bezvrijednost* ima dva značenja, koja su antonimni parnjaci dvama značenjima imenice *vrijednost*, a ona su: 1. osobina onoga koji je bezvrijedan; 2. svojstvo onoga što je bezvrijedno, nevrijednost, ništa. Također je uzet i prilog *bezvrijedno* koji se odnosi na način, da ništa ne valja, da je nešto besadržajno, beznačajno i nevrijedno (VRH 2015:79).

²⁸ U daljnjem tekstu VRH.

6. Antonimija u frazeologiji (*frazemska antonimija*)

Antonimijom se naziva leksička pojava značenjske suprotstavljenosti te Šarić napominje da je antonimija i jedno od očitovanja leksičke sustavnosti. Jedno je od načela grupiranja leksema na temelju njihove sličnosti ili suprotnosti osnovnog značenja s nekim drugim. Charles Bally smatrao je da ljudi intuitivno stvaraju predodžbu o suprotnosti određenog pojma te je antonimijsko postavljanje odredio kao *odliku čovjekova uma* (Šarić 2007:27). Osim što je suprotnost jedan od „temeljnih smislenih odnosa u semantici“, on se nameće u samom komunikacijskom procesu. Članovi para oprečnih leksema mogu biti bliski i udaljeni, a mogu se u isto vrijeme koristiti u uobičajenoj uporabi i uporabi u prenesenom značenju (pr. *lijeva* i *desna* ruka; *lijeva* i *desna* stranka). Važno je napomenuti da leksemi mogu biti oprečni na više načina, dok neki leksemi i nemaju prave opreke (Šarić 2007:35-36). U tvorbi antonimnih riječi sudjeluje niz prefikasa (*ne-*, *a-*, *dis-*, *ab-*, *sub-*, *bez-*, *kontra-*, *protu-*, *anti-*) koji će osnovnoj riječi dati potpuno ili djelomično suprotno značenje. Riječi tvorene prefiksom *bez-* označuju krajnost, nijekanje pojma ili njegovu suprotnost, kao što je slučaj s primjerom *vrijednost* – *bezvrijednost*. Premda je u mnogim primjerima s prefiksom *bez-* moguće odrediti osnovnu riječ, valja biti oprezan. Ipak u nekim primjerima nije moguće odrediti antonim odbacivanjem prefiksa *bez-* (*bezzvoljan* – *voljan**, *beznadan* – *nadan**) (Šarić 2007:177).

Tri su osnovna tipa antonima, kako su ustanovili semantičari James Raymond Hurford i Brendan Heasley²⁹: 1. binarni antonimi, 2. obratni antonimi, 3. stupnjeviti antonimi. Kovács u jednom od rijetkih radova koji se bave

²⁹ Binarni se antonimi definiraju kao predikati koji dolaze u parovima te iscrpljuju relevantan prostor između sebe, kao što su antonimni parnjaci *istinit* i *neistinit*. Ako se jedan član para upotrijebi u određenom kontekstu, drugi se član para ne može upotrijebiti na istome mjestu. Stoga lekseme *vrijedan* i *bezvrijedan* možemo smatrati **binarnim antonimima**. Ako nešto smatramo vrijednim, ne možemo isto smatrati i bezvrijednim. Obratni su antonimi u kojima jedan član opisuje odnos između dvoju stvari, dok drugi član taj isti odnos opisuje i kada su dvije stvari spomenute u obrnutom redosljedju. Najbolje se može prikazati antonimima *ispod* i *iznad* – ako je *X iznad Y*, *onda je Y ispod X*. Stupnjeviti su antonimi krajnje točke na kontinuiranoj skali vrijednosti, te između njih postoji kontinuirana skala vrijednosti koja se može imenovati. Stupnjeviti su antonimi *vruće* i *hladno*, a između njih se kao srednji član postavlja *toplo* (Šarić 2007:37-38).

frazemskom antonimijom u hrvatskom jeziku (*Frazeološka antonimija u hrvatskom jeziku*), pokušava odgovoriti na pitanje podjele frazemskih antonima po naravi značenjske opreke. Autorica kaže sljedeće: „S obzirom da kod binarnih antonima značenje jednog parnjaka u cijelosti isključuje značenje drugog parnjaka, lako se da zaključiti kako su, općenito gledano, svi frazemski antonimi binarni jer se i njihova značenja međusobno isključuju“. Međutim, kod frazemskih antonima sa stupnjevitim antonimima, gdje između dvije oprečne karakteristike postoji srednji član, *nije moguće pronaći neku 'zlatnu sredinu'*. Uza sve to, frazemskih antonima sa sastavnicama u vidu obratnih antonima u hrvatskom je jeziku izrazito malo, a autorica navedeno argumentira činjenicom da uporaba obratnih antonima u većini slučajeva ne predstavlja značenjsku opreku te kao primjer navodi frazeme *dati po nosu – dobiti po nosu* ili *dati krila – dobiti krila*. Kovács na koncu dolazi do zaključka da se podjela po naravi značenjske opreke ne može primijeniti na frazemske antonime³⁰.

U hrvatskome jeziku mnogo je riječi polisemično, a u nekim se slučajevima polisemična riječ veže s nekoliko antonima (pr. *dalek* 'na velikoj udaljenosti' – *blizak*; *dalek* 'stran' – *srodan/blizak*; *dalek* 'davni' – *nedavni*)³¹. U tom slučaju antonimi mogu poslužiti u otkrivanju i razgraničenju značenja polisemične riječi. Gotovo je uvijek u rječnicima uz polisemičnu riječ naveden i antonim, premda Šarić napominje kako je „bolje da broj rječničkih članaka s napomenama o antonimnim riječima bude manji, a da te napomene budu jasne i donesene po kakvu načelu“ (Šarić 2007:51).

U strukturi frazema mogu biti prisutne antonimne riječi koje će često uvjetovati njihovo značenje, stilsku izražajnosti ili značenjske odnose. Stoga frazemi mogu imati djelomično ili potpuno antonimno značenje uvjetovano antonimnim leksemima koji su u strukturi frazema, kao i antonimno značenje

³⁰ Kovács, Aleksandra (?) *Frazeološka antonimija u hrvatskom jeziku*. Filologia.hu, <http://www.filologia.hu/kisebb-kozlemlenyek/frazeolo%C5%A1ka-antonimija-u-hrvatskom-jeziku.html>

³¹ usp. Šarić 2007:49

vidljivo iz definiranja značenja dvaju frazema, bez da se u strukturi frazema nalaze antonimni leksemi (Šarić 2007:137-138). Šarić u svojoj knjizi *Antonimija u hrvatskome jeziku – semantički, sintaktički i tvorbeni opis* donosi sljedeće tipove odnosa među frazemima s obzirom na broj suprotstavljenih sastavnica i značenje koje se njima oblikuje³²:

1. značenjski suprotni frazemi razlikuju se u jednoj leksičkoj jedinici,
2. frazemi se razlikuju u dvjema jedinicama ili u više jedinica (od kojih sve nisu nužno antonimne),
3. frazemi X i Y nemaju antonimnih leksema, ali im je značenje antonimno.

Ista će se podjela primijeniti na prikupljeni korpus frazema koji ulaze u *koncept vrijednosti i bezvrijednosti*. U prvu skupinu suprotstavljenih frazema ulaze oni frazemi koji mogu biti u antonimnom odnosu i razlikovati se u jednome leksemu (pravi ili približni antonimi), a u nju ulaze sljedeći frazemi: *visoko kotirati – nisko kotirati* (visoko – nisko), *ključni (veliki, krupni) igrač – sitni igrač*, *krupna (velika) riba – sitna riba* (veliki/krupni – sitni), *prva liga – druga liga*, *prva violina – druga violina*, *svirati prvu violinu – svirati drugu violinu* (prva – druga), *odigrati/igrati (imati) sporednu (malu, drugorazrednu i sl.) ulogu – odigrati/igrati (imati) veliku (važnu, ključnu i sl.) ulogu* (velika – mala; ključno – sporedno), *ispod <svake> razine (nivoa) – na visokoj (najvišoj) razini (nivou)* (ispod – na). U drugu skupinu ulaze oni frazemi koji se katkada samo formalno razlikuju u dvama elementima, tako da jedan element može biti antoniman, dok drugi element može biti gramatička jedinica koja je uvjetovana sintagmatskim obilježjima antonimnih elemenata (Šarić 2007:139). Iz korpusa u drugu skupinu ulaze frazemi poput *netko i nešto – nitko i ništa* u kojemu su suprotstavljeni elementi *netko – nitko* i *nešto – ništa*. Najveći broj frazema iz korpusa ulaze u

³² usp. Šarić 2007:138-140

treću skupinu, a to su frazemi u kojima se antonimnost značenja može ostvariti bez obzira na to razlikuju li se oni u svim sastavnicama, čak i ne ovisi o tome ima li ili nema u frazemu x leksema antonimnog leksemu u frazemu y (Šarić 2007:139). Ovoj skupini pripadaju frazemi poput *biti ravan (jednak) nuli (ništici); nula bodova; šuć-muć pa prolij; ispod <svake> kritike – zlata vrijedan; vrijedi kao suho zlato; suho zlato*, u njima su naime suprotna značenja *bezvrijedan, loš, besmislen – velika vrijednost, mnogo vrijediti, dragocjeno*. Istoj skupini pripadaju i frazemi sa značenjima *važna, značajna osoba – nevažna, beznačajna osoba*, a to su sljedeći frazemi: *obična nula; pik-zibner; stoka sitnoga zuba, svaka šuš; zadnja (deveta) rupa na svirali – alfa i omega; siva eminencija; konj za utrku; stup društva; moralna vertikalna; koka koja nosi jaja; zlatna koka*. Također se trećoj skupini pridružuju i frazemi sa značenjima *jeftino – skupocjeno*, a to su: *za bagatelu (kupiti, prodati itd); u besćenje (prodati, kupiti itd.); za šaku dolara – platiti što suhim zlatom; to nije za moj džep*.

7. Analiza korpusa

Građa za analizu provedenu u okviru ovoga rada prikupljena je iz sljedećih izvora: *Hrvatski frazeološki rječnik*³³ i baza frazema dostupna na mrežnim stranicama *Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje*. Prikupljeni je korpus frazema analiziran ovisno o tome ulaze li frazemi u koncept (bez)vrijednosti samo svojim značenjem ili frazemi sadrže sastavnice koje se mogu pripisati semantičkom polju vrijednosti i bezvrijednosti (pr. cijena, zlato, novac, nula, vrijedno). Nadalje su iz korpusa izdvojeni primjeri poredbenih frazema u kojima se razmatra njihov strukturni, semantički i sintaktički aspekt. Izdvojeno je i potpoglavlje mrežnoga korpusnog pretraživanja gdje se nastojalo utvrditi u kojim se tipovima tekstova te u kojem kontekstu javljaju frazemi koji pripadaju konceptu (bez)vrijednosti. U tu je svrhu korišten *Hrvatski mrežni korpus* (hrWaC).

7.1. Frazemi koji su samo svojim značenjem vezani za koncept (bez)vrijednosti

U ovu su skupinu uvršteni oni frazemi koji svojim značenjem govore o nekome ili nečemu što je vrijedno, odnosno bezvrijedno. Najveći broj frazema iz prikupljena korpusa pripada ovoj skupini. Frazemi koji svojim značenjima ulaze u koncept vrijednosti su sljedeći: *na visokoj (najvišoj) razini (nivou); dignuti/dizati rejting* komu, čemu (koga, čega); *odigrati/igrati (imati) veliku (važnu, ključnu i sl.) ulogu; biti na visini; visoko kotirati; ajnc a; bog bogova; kao bog; za bogove; ključni (krupni) igrač; biti od koristi* komu, čemu; *prva liga; netko i nešto; biti u prvom planu; doći/dolaziti (izbiti/izbijati) u prvi plan; velika (krupna) zvjerka; krupna (velika) riba; <to> nije mala stvar; svirati prvu violinu; prva violina; alfa i omega; dobro doći* komu, čemu; *to nije za moj džep; siva eminencija; od formata* [čovjek itd.]; *visoki gost; od kalibra* [čovjek itd.];

³³ Menac, A., Fink Arsovski, Ž., Venturin, R. (2014) *Hrvatski frazeološki rječnik*. Zagreb: Naklada Ljevak

*svjetskoga kalibra; velikoga (krupnoga) kalibra; koka koja nosi jaja; konj za utrku; biti na <visokom> položaju; stup društva; moralna vertikala. Značenja se navedenih frazema odnose i na **vrijednost predmeta** (pr. *ajnc a, bog bogova, za bogove*), zatim na **vrijednost osobe** (njezine sposobnosti, moralne vrijednosti, društveni položaj) koja se pokazuje frazemima poput *na visokoj (najvišoj) razini (nivou); biti od koristi komu, čemu; siva eminencija; od formata [čovjek itd.]; visoki gost; od kalibra [čovjek itd.]; svjetskoga kalibra; velikoga (krupnoga) kalibra*. Frazemi koji ulaze u koncept bezvrijednosti su sljedeći: *veži (objesi i sl.) to mačku za (o, na) rep; šuć-muć pa prolj; ispod <svake> razine (nivoa); odigrati/igrati (imati) sporednu (malu, drugorazrednu i sl.) ulogu; ne igra <nikakvu> ulogu što; nisko kotirati; sačuvaj Bože; drek na šibici; sitni igrač; druga liga; nitko i ništa; pik-zibner; biti (ostati) u drugom planu; pasti/padati u drugi plan; sitna riba; stoka sitnog zuba; svaka šuša; svirati drugu violinu; druga violina; trla baba lan da joj prođe dan; ni za dram; to nije za moj džep; musti jarca <u rešeto>; kap u moru; mačji kašalj; peti kotač na kolima; ispod <svake> kritike; luk i voda; zadnja (deveta) rupa na svirali; prelijevati (pretakati) iz šupljega u prazno; za jednokratnu upotrebu (uporabu); pisati po vodi; ne biti od velike koristi*. Kao što je bio slučaj s frazemima vezanim za koncept vrijednosti, tako i frazeme vezane za koncept bezvrijednosti možemo razvrstati u one koji se odnose na **bezvrijednost predmeta** (pr. *šuć-muć pa prolj, drek na šibici, ubij bože, ni za dram, kap u moru, peti kotač na kolima*), **bezvrijednost osobe** (osobe koje nema nikakvu funkciju, nije važna u određenim situacijama ili nema poziciju u donošenju važnih odluka), što potvrđuju frazemi *odigrati/igrati (imati) sporednu (malu, drugorazrednu i sl.) ulogu; nisko kotirati; sitni igrač; nitko i ništa; pik-zibner; druga violina, svirati drugu violinu; zadnja (deveta) rupa na svirali* itd. Također se određeni broj frazema odnosi i na **bezvrijednost nekog posla ili čina**. Oni naime označuju posao koji nema koristi i u potpunosti je besmislen, a samim time u njemu nema nikakve vrijednosti (pr. *veži (objesi i sl.)**

to mačku za (o, na) rep, ne igra <nikakvu> ulogu što, prelijevati (pretakati) iz šupljega u prazno, pisati po vodi).

Zanimljivo je istaknuti da se u nekoliko frazema³⁴, neovisno o tome radi li se o frazemu koji pripada konceptu vrijednosti ili bezvrijednosti, uočava upotreba zoonimne sastavnice (*zvjerka, riba, koka, konj*) kojom se ističe vrijednost ili bezvrijednost osobe. Razlog se uporabe zoonimne sastavnice u frazemima objašnjava činjenicom da je životinja od pamtivijeka čovjeku uvijek bila bliska, te su joj se pripisivala razna simbolična značenja, koja su mogla biti pozitivna ili negativna (Bunk, Opašić 2010:238). Osobu koja je korisna za društvo, koja se nalazi na visokom položaju i značajna je u raznim društvenim funkcijama, općenito ocjenjujemo kao vrijednu osobu. Vrijednost se u ovom slučaju ističe zoonimnim sastavnicama *zvjerka, riba, konj* i *koka*. Sastavnica *zvjerka* dolazi s pridjevom *velika* ili *krupna*, premda je nepotreban jer je zvijer sama po sebi velika, pa možemo govoriti o pleonazmu (Kekez 2007:383). Upotreba pleonazma samo pojačava značenje samoga frazema, odnosno posebno ističe nečiju vrijednost. U životinjskom je svijetu *zvjerka* obično predator i nalazi se na vrhu hranidbenoga lanca. Analogno životinjskom svijetu, u ljudskom bi svijetu takva osoba bila na vrhu našeg „hranidbenog lanca“, dakle imala veliki utjecaj i bila iznimno važna u društvenom krugu. Slično se može reći i za *ribu*. Hranidbeni lanac u moru ovisi o veličini ribe – velike ribe jedu male ribe. Riba koja je na vrhu hranidbenoga lanca ima veći utjecaj i važnu ulogu u održavanju ravnoteže morske flore i faune. Ponovno povlačeći paralelu s ljudskim svijetom i funkcioniranjem našega društva, osobe na vrhu „hranidbenoga lanca“ utjecajnije su i vrijednije za cjelokupno društvo. Štoviše, tvorba frazema pridjevom i imenicom (*velika/krupna/sitna + riba*) odvajaju zoonim *riba* od njegova označavanja ženskoga spola u slengu (Kekez 2007:377). Zoonim *koka* u slengu se odnosi na žensku osobu, no u frazemu se odnosi na primarnu svrhu životinje –

³⁴ Frazemi sa zoonimnom sastavnicom su sljedeći: *velika (krupna) zvjerka; krupna (velika) riba; sitna riba; stoka sitnog zuba; koka koja nosi jaja; konj za utrku.*

davanje hrane. Kokoš je domaća životinja od koje su ljudi oduvijek imali koristi, davala je važnu prehrambenu namirnicu bogatu bjelančevinama (jaja), a i sama je bila vrijedna hrana. Frazemsko se značenje odnosi upravo na navedeno – korist. Kada se za koga kaže da je *koka koja nosi jaja*, misli se na osobu koja donosi veliku materijalnu korist. Posljednja je zoonimna sastavnica *konj*. Ovoj se plemenitoj životinji pripisuju odlike ukroćenosti i poslušnosti. Zaradija Kiš ističe kako se u *Knjizi o Jobu* nalazi „najrealističniji opis konja u Bibliji uopće i tu u profanom, ratničkom smislu“, te da se poimanje konja kao poslušne, vjerne životinje odrazilo u kršćanski simbolizam u kojem je konj redoviti pratitelj svetaca (Zaradija Kiš 2007:33-34). U frazemu *konj za utrku* zoonimna se sastavnica odnosi na poimanje konja kao sredstva koje može donijeti zaradu u konjičkim utrkama. Budući da donosi zaradu, iznimno je vrijedan. Naravno da su važne odlike konja i poslušnost i ukroćenost, samo je posebno timaren i obučen konj određen za utrke. Konjske utrke (pr. *Royal Ascot*) simboliziraju prestiž i na njima obično sudjeluje isključivo elita. Čovjek kojemu se pripisuju navedene karakteristike predstavlja osobu koja je najvažnija (bitna) za određenu ulogu.

U primjerima frazema *prva violina*, *druga violina* te *svirati prvu violinu*, *svirati drugu violinu* uočavamo sastavnice iz glazbene terminologije. Violina kao instrument zauzima vodeću poziciju u simfonijskom orkestru, a mjesto prve violine pripada pravom profesionalcu, gotovo virtuozu. Pozicija prve violine časno je i odgovorno zanimanje, a na tomu se i temelji značenje frazema. Prva je violina iznimno vrijedna i važna za postavljanje glazbene partiture te je bez njena ekspresivnog zvuka gotovo nemoguće zamisliti simfonijski orkestar. Uistinu, kada se za osobu kaže da je *prva/druga violina* ili *da svira prvu/drugu violinu* misli se na najvažniju i vrlo značajnu osobu, odnosno na zapostavljenu, nevažnu ili zanemarenu osobu.

7.2. Frazemi koji sadrže sastavnice iz semantičkoga polja vrijednosti i bezvrijednosti

Semantičko polje podrazumijeva sustav semantičkih jedinica, odnosno skup riječi koje označavaju srodne pojmove te ukupnost značenjskog dosega određene riječi.³⁵ Leksemi iz semantičkoga polja vrijednosti i bezvrijednosti, a koji su sastavnice frazema, sljedeći su: *cijena, zlato, biser, novac, nula/ništa, vrijednost*. Napominje se da su se navedeni leksemi već spomenuli ranije u radu u kontekstu mentalnih predodžbi. *Cijena* ukazuje na vrijednost koga ili čega. Kao sastavnica se nalazi u frazemima *biti na cijeni, znati svoju cijenu, dobiti/dobivati na cijenu, ima tko, što cijenu te nemati cijenu/nema cijene (cijenu) što*. Zanimljivo je istaknuti kako se glagolima *imati* i *nemati* u frazemima *ima cijenu* i *nema cijene* zapravo misli na isto – nešto je iznimno vrijedno. Ako što ima cijenu, onda je ona vrtoglavo visoka. Između ostalog, ako što nema cijene, ne znači da nema vrijednost, već da je toliko vrijedno da se cijena ne može odrediti. Pod cijenu se mogu svrstati i leksemi *bagatela* i *bescjenje* koji znače vrlo nisku cijenu. Imenica *ima* podlogu u glagolu *cijeniti* koji znači ‘priznavati čiju vrijednost’, kao i ‘odrediti nekoj robu cijenu i naznačiti vrijednost u novcu’.³⁶ U poveznici je s cijenom i novac. *Novac* je po svojoj definiciji i temeljnoj funkciji općeprihvaćena specifična mjera i nositelj vrijednosti³⁷, a u frazemima se kao sastavnica pojavljuje u oblicima *dolar, para/pare* i *groš*. Frazemi sa sastavnicom *novac* su sljedeći: *za šaku dolara; ne vrijedi tko, što ni pet para (prebijene/prebite pare); ne vrijedi ni pola groša; vrijedi svake pare*. Bezvrijednost će se posebno istaknuti tako da se sastavnici novac pridruži pridjev (*prebijene/prebite*), jer nije uobičajeno reći **ne vrijedi pare*, ipak imamo potrebu intenzivirati značenje, a dopuna u atributnoj funkciji u hrvatskome je jeziku potrebna i na sintaktičkoj razini. Također *zlato* i

³⁵ Hrvatski jezični portal – semantički (pristupljeno 8.9.2021.) https://hjp.znanje.hr/index.php?show=search_by_id&id=dIZgXxg%25253D

³⁶ Hrvatski jezični portal – cijeniti (pristupljeno 8.9.2021.) https://hjp.znanje.hr/index.php?show=search_by_id&id=f1xkWBE%253D

³⁷ novac. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Pristupljeno 8. 9. 2021. <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=44191>

biser sastavnice su koje u svom prenesenom značenju predstavljaju nešto vrlo lijepo, nešto što se ističe svojom vrijednošću. *Zlato* kao sastavnicu nalazimo u frazemima *suho zlato, vrijedi kao suho zlato, zlata vrijedan, zlata vrijediti, zlatna koka, platiti što suhim zlatom*. Posebno je zanimljiv frazem *bacati/baciti biser (biserje) pred svinje* sa značenjem da se što daje ili pruža onomu koji toga nije vrijedan. Frazemska se slika ovoga frazema gradi na antonimnom odnosu vrijednoga i bezvrijednoga. Frazemska sastavnica *biser* pripada semantičkom polju vrijednosti, dok se zoonimna sastavnica *svinja* metaforički povezuje s nečim bezvrijednim, niskim i prljavim. Visković u radu *Jezik i životinja* navodi dvojnu percepciju i simbolizaciju svinje, onako kako ju je pokazao D. Chevalier. Percepcija i simbolizacija svinje ovisi o tome je li ona živa ili mrtva. Svinja se za života poima kao prljava, lijena, proždrljiva i zločesta, dok se namijenjena klanju shvaća kao znak štednje i ekonomičnosti te obilja (Visković 2007:362).

Nula/ništa u prenesenom se značenju odnose na ono što je beznačajno i bezvrijedno. Ove sastavnice nalazimo u frazemima *biti ravan (jednak) nuli (ništici), nula bodova, obična nula, držati koga za ništa, jedno veliko ništa*. Navedeni se frazemi u većini slučajeva odnose na osobu kada se želi istaknuti karakterna bezvrijednost te osoba koja ne znači mnogo u društvu. Na posljetku se izdvaja sastavnica *vrijednost* u frazemima *vrijedan spomena, jedan ali vrijedan*, kao i niz frazema s negiranim glagolom *vrijediti* čime ulaze u koncept bezvrijednosti: *ne vrijedi tko, što ni koliko crno ispod nokta; ne vrijedi <ni> po (pola, pol) lule duhana što; ne vrijedi tko, što ni šupljega boba; ne vrijedi trošiti riječi na koga, što (o komu, čemu)*.

7.3. Primjeri poredbenih frazema

Premda se u korpusu ne ističe veliki broj poredbenih frazema, zanimljivo je osvrnuti se na njihov strukturni, sintaktički i semantički aspekt u kontekstu konceptualne analize. Iz korpusa se izdvajaju dva poredbena frazema:

vrijedi kao suho zlato što; *kao bog*. Analiza se ovih primjera vodi odabranim poglavljima knjige Željke Fink-Arsovski *Poredbena frazeologija: pogled izvana i iznutra* (2002). Poredba zahtjeva da se članovi poredbe slažu u barem jednom zajedničkom svojstvu (zajedničkom semu) kako bi sama poredba bila razumljiva. Poredbe same po sebi imaju izraženu ekspresivnost i konotativno značenje, kao i osobito izraženu slikovitost. Svojim su ustaljivanjem postale dio frazeološkoga fonda (Fink-Arsovski 2002:11). Prema strukturnom se aspektu poredbeni frazemi dijele na trodijelne i dvodijelne. Frazem *vrijedi kao suho zlato* trodijelni je strukturni tip³⁸ koji pripada *glagolskim frazemima* te strukturnom podtipu *glagol + poredbeni veznik + pridjev + imenica*. Frazem *kao bog* pripada dvodijelnom strukturnom tipu³⁹, i to *imeničkom frazemu* strukturnog podtipa *poredbeni veznik + imenica* (Fink-Arsovski 2002:12-19). Sintaktički se aspekt ogleda u uvrštavanju poredbenih frazema u rečenično ustrojstvo. Glagolski poredbeni frazem *vrijedi kao suho zlato* u rečenici se uvrštava u predikatnoj funkciji (Fink-Arsovski 2002:26), primjerice: *Meni vrijedi kao suho zlato, jer će takvi kompleksi ulaskom u EU, dobiti na vrijednosti 5 puta*⁴⁰. Strukturno imenički frazem *kao bog* u rečeničnom se ustrojstvu može uvrstiti kao dio predikata ili kao priložna oznaka, a navedeni je frazem ujedno i zvučni frazem jer se može upotrijebiti i kao replika ili reakcija na iskaz, primjerice u razgovoru: *Kako je prošao razgovor za posao? – Kao bog!* (Fink-Arsovski 2002:29). Semantički se aspekt poredbenih frazema bavi stupnjem desemantizacije frazemskih sastavnica. Kod većine je poredbenih frazema vidljivo da A-dio ostaje nedesemantiziran, a takav je primjer frazema *vrijediti kao suho zlato*. Postavlja se pitanje koja je funkcija C-dijela poredbenog

³⁸ **Trodijelni struktur-ni tip** sadrži komponentu *koja se uspoređuje* (A-dio), *poredbeni veznik* (B-dio) i komponentu *s kojom se uspoređuje* (C-dio). Kao poredbeni se veznik i velikoj većini upotrebljava veznik kao (Fink-Arsovski 2002:12).

³⁹ **Dvodijelni strukturni tip** izražen je fonetskom riječju i skupom riječi (B+C) (Fink-Arsovski 2002:19).

⁴⁰ Primjer preuzet s *Hrvatskoga mrežnog korpusa* (hrWaC), pristupljeno 8.9.2021 https://www.clarin.si/noske/all.cgi/first?corpname=hrwac&reload=&iquery=&queryselector=phraserow&lemma=&phrase=vrijedi+kao+suho+zlato&word=&wpos=&char=&cql=&default_attr=word&fc_lemword_window_type=both&fc_lemword_wsize=5&fc_lemword=&fc_lemword_type=all&fc_pos_window_type=both&fc_pos_wsize=5&fc_pos_type=all&usesubcorp=&fsca_text.t2ld=

frazema?⁴¹ U navedenom primjeru C-dio služi *potenciranju značenja A-dijela* jer ne samo da što vrijedi, već vrijedi puno, ima veliku vrijednost. Budući da je frazem *kao bog* dvodijelan i u njemu nema A-dijela, pa nema jasne poveznice između onoga što se uspoređuje s onim s čime se uspoređuje, u njemu je došlo do potpune desemantizacije (Fink-Arsovski 2002:29-35).

7.4. Mrežno korpusno pretraživanje (hrWaC)

Za korpusno je pretraživanje odabran *Hrvatski mrežni korpus (Croatian Web Corpus)*. Pretraživanjem se nastojalo utvrditi u kojim se tipovima tekstova i kojem kontekstu javljaju frazemi *koncepta (bez)vrijednosti* te u kojem broju pojavnica. Blagus Bartolec i Ivanković ističu kako je hrWac lako dostupan korisnicima te za razliku ostalih mrežnih korpusa (*Hrvatskoj jezičnoj riznici i Hrvatskome nacionalnom korpusu*) ima najveći broj pojavnica. U njemu je obuhvaćen veći broj tekstova s raznih blogova i foruma, gdje se zapravo zapažaju veća odstupanja od jezičnih pravila, što nam omogućava pogled u upotrebu jezika u govoru bez pritiska jezične norme. Općenito se može reći da svako jezikoslovno istraživanje počiva na nekom korpusu. U užem se smislu misli na skup tekstova koji se mogu računalno pretraživati, ali to podrazumijeva digitalizaciju tekstova. Računalni korpusi olakšavaju i ubrzavaju rad, no bilježe se i nedostaci prilikom rada na njemu. Odstupanja i pogreške mogu svoj izvor imati u korisniku korpusa, tekstovima koji su korpusom obuhvaćeni, načinu na koji je korpus tagiran (Blagus Bartolec, Ivanković 2019:32-33). U hrWaC-u se pronalaze tekstovi koji najvećim dijelom pripadaju sljedećim trima stilovima hrvatskoga standardnog jezika: publicističkom, razgovornom i administrativnom stilu.

Može se reći kako je mrežno korpusno pretraživanje potvrdilo da se frazemi u najvećem broju primjera javljaju u publicističkom i razgovornom stilu, dakle u pisanim tekstovima objavljenim na portalima i blogovima te u

⁴¹ Frazem *vrijedi kao suho zlato* sadrži A-dio *vrijedi*, B-dio *kao* i C-dio *suho zlato*.

komentarima na raznim forumima. Dalje će se istaknuti i komentirati oni frazemi koji se pojavljuju u najvećem broju pojava, kao i oni frazemi kod kojih je zapažena određena zanimljiva pojava. Frazem s najvećim brojem pojava (3186) je *na visokoj razini*, koji se u primjerima tekstova upotrebljava u kontekstu ocjenjivanja čega i davanja prosudbe o čemu (pr. *Izrada je na visokoj razini, iako bismo voljeli vidjeti malo čvršći poklopac baterije, ali smo i svjesni da bi to povećalo masu uređaja* (mobil.hr); *Način crtanja, animacija, glazba, priča, sve je na visokoj razini* (blog.hr); *Ove sezone igra na visokoj razini. No dobar je i Badelj, odličan je Rukavina, u Šibeniku i Hajduku* (24sata.hr)). Nadalje, po broju pojava prednjače još *nitko i ništa* (2182), koji se u primjerima tekstova koristi u kontekstu karakteriziranja neke osobe (pr. *Za sve oko sebe on je nitko i ništa, jedino ga njegov nemarni trud održava u sferi njihove stvarnosti.* (zarez.hr)), zatim *nula bodova* (1458), ponovno u kontekstu ocjenjivanja čega, i *Bože sačuvaj* (1283) što je puno češći oblik frazema od *sačuvaj Bože* (215) i *Bog te sačuvaj* (2). Isti je slučaj i s frazomom *veliki igrač* s 629 pojava, za razliku od *ključni igrač* s 406 pojava te *krupni igrač* sa svega dvije pojavnice. Najmanji broj pojava imaju frazemi *pisati po vodi* (2), *peti kotač na kolima* (2), *objesi mačku na rep* (3)⁴², *bacaj biserje pred svinje* (6)⁴³, *pik-zibner* (7), *konj za utrku* (13). Nikakav rezultat nije pronađen za frazeme *ne vrijedi ni pišljiva boba* i *nisko kotirati*.

Zanimljivo je istaknuti kontekste u kojima se koriste frazemi *prva liga* i *druga liga*. Prvi se frazem javlja gotovo uvijek u frazeološkom značenju kao ocjena nečega, dok se kao frazem ne javlja u kontekstu sporta. S druge strane, *druga liga* javlja se uvijek u kontekstu sporta i nema frazeološko značenje. Navedeno potvrđuju primjeri: *Anonimac Interview je prva liga* (jabučnjak.hr); *Green park-PMS, Piramida2-Dart i Sharks-Pršljenova družina, dok se druga liga igra dan kasnije* (pikado.hr); *Točnije, druga liga imala bi dvije skupine s deset*

⁴² Napominje se kako je zabilježena pojava samo ovog oblika frazema. Primjera s oblicima *vezati mačku za (o, na) rep* nema u mrežnom korpusu.

⁴³ Veći je broj pojava, njih ukupno 15, ovoga frazema u obliku *bacaj biserje pred svinje*.

klubova (slobodnadalmacija.hr). Isti je slučaj i s frazemima *svirati prvu violinu* (3) i *prva violina*. Prvi se ne pojavljuje kao frazem i javlja se u kontekstu glazbe kada se direktno imenuje osoba koja svira prvu violinu, dok se *prva violina* javlja kao frazem i nosi značenje najvažnije osobe, što se potvrđuje i primjerima: *Gost splitskog kvarteta, Ivan Novinc, inače svira prvu violinu u zagrebačkom kvartetu "Porin"* (slobodnadalmacija.hr); *ja sam Dinamova povijesna prva violina, mogu oni sad govoriti što hoće i nabacivati se mržnjom, moje su Dinamove titule u najvećem broju* (slobodnadalmacija.hr).

8. Zaključak

Naposljetku se može donijeti zaključak kako postoji značajan broj frazema koje možemo svrstati u koncept (bez)vrijednosti. Ukupno je pronađeno sto (100) primjera frazema, i to samo iz *Hrvatskoga frazeološkog rječnika* te baze frazema na mrežnim stranicama *Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje*. Zaključuje se da našoj konceptualizaciji uvelike doprinosi ukupno znanje nekog pojedinca. Naše neposredno fizičko i društveno iskustvo ogledaju se u konstrukcijama odabranih frazema, ali i sastavnicama koje za nas nose značenje vrijednosti i bezvrijednosti, i prototipno i preneseno. Činjenica da su u građu prikupljenoj za potrebe provedenoga istraživanja potvrđeni i primjeri frazema u antonimnom odnosu potvrđuje tezu Charlesa Ballya da ljudi intuitivno stvaraju predodžbu o suprotnosti određenoga pojam, pa se sama antonimija pokazuje kao odlika čovjekova uma. Osim što imamo potrebu izraziti vrijednost koga ili čega, imamo i izrazitu potrebu naglasiti bezvrijednost koga ili čega. Ekspresivnost i slikovitost posebno se uočava u onim frazemima koji ulaze u koncept bezvrijednosti, a objašnjenje se pronalazi u našoj prirodi da ono što je negativno izrazimo metaforički (bilo da umanjimo pejorativnost bilo da posebno naglasimo čiju negativnu stranu).

Pretraživanjem se mrežnoga korpusa hrvatskoga jezika došlo do zaključka da u svakodnevnom govorenom jeziku ne pribjegavamo korištenju frazema kod kojih je došlo do potpune desemantizacije njihovih sastavnica (pr. *kap u moru, bacati biserje pred svinje, konj za utrku*), već se puno češće koriste frazemi poput *na visokoj razini, Bože sačuvaj, nula bodova*, jer većina u sebi ima sastavnicu iz semantičkoga polja vrijednosti i bezvrijednosti. Uz to je zabilježeno da se određeni frazemi ne pojavljuju sa svojim frazeološkim značenjem (pr. *prva violina, druga liga*). Unatoč tome, želi se naglasiti kako samo mrežno korpusno pretraživanje, ovdje konkretno pretraživanje *Hrvatskoga mrežnog korpusa*, može

imati nedostatak zbog ograničenja izvora jer se često navodi isti izvor pa se primjeri ponavljaju ili su slični.

9. Popis literature

1. Barčot, Branka (2012) *Frazemi s pojedinim metalima kao komponentom u hrvatskom, ruskom i njemačkom jeziku*. Jezikoslovlje, god. 13, br. 3, str. 841-865 <https://hrcak.srce.hr/95182>
2. Blagus Bartolec, Goranka; Matas Ivanković, Ivana (2019) *Korpus umom korisnika (na što treba pripaziti u korpusno utemeljenom istraživanju)*. Jezik i um: zbornik radova s međunarodnoga znanstvenog skupa Hrvatskoga društva za primijenjenu lingvistiku održanoga od 3. do 5. svibnja 2018. u Rijeci. Zagreb: Hrvatsko društvo za primijenjenu lingvistiku. Str. 31- 42.
3. Bunk, Ana; Opašić, Maja (2010) *Prilog kontrastivnoj analizi frazema sa zoonimskom sastavnicom u hrvatskome i češkome jeziku*. Rasprave Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje, god. 36, br. 2, str. 237-250 <https://hrcak.srce.hr/67907>
4. Devitt, Michael; Sterelny, Kim (2002) *Jezik i stvarnost: uvod u filozofiju jezika*. Zagreb: Kruzak.
5. Fink-Arsovski, Željka (2002) *Poredbena frazeologija: pogled izvana i iznutra*. Zagreb: FFpress.
6. Fink, Željka; Turk, Marija (2003) *Koncept lijenosti u frazeologiji hrvatskoga, ruskog, talijanskog i njemačkog jezika*. Psiholingvistika i kognitivna znanost u hrvatskoj primijenjenoj lingvistici: zbornik HDPL-a. Zagreb – Rijeka. Str. 247-257.
7. Jojić, Ljiljana, ur. (2015) *Veliki rječnik hrvatskoga standardnog jezika*. Zagreb: Školska knjiga.
8. Jutronić, Dunja (2003) *Pojmovna metafora i mentalna reprezentacija*. Psiholingvistika i kognitivna znanost u hrvatskoj primijenjenoj lingvistici: zbornik HDPL-a. Zagreb – Rijeka. Str. 359-363.
9. Kekez, Stipe (2007) *Životinjski nazivi u slengu*. Kulturni bestijarij. Zagreb: Institut za etnologiju i folkloristiku, Hrvatska sveučilišna naklada. Str. 371-387.

10. Kovács, Aleksandra (?) *Frazeološka antonimija u hrvatskom jeziku*. Filologia.hu, <http://www.filologia.hu/kisebb-kozlemenyek/frazeolo%C5%A1ka-antonimija-u-hrvatskom-jeziku.html>
11. Kovačević, Barbara (2012). *Hrvatski frazemi od glave do pete*. Zagreb: Institut za hrvatski jezik i jezikoslovlje.
12. Menac, Antica (2007) *Hrvatska frazeologija*. Zagreb: Knjigra.
13. Menac, Antica; Fink-Arsovski, Željka; Venturin, Radomir (2014) *Hrvatski frazeološki rječnik*. Zagreb: Naklada Ljevak.
14. Omazić, Marija, Ferčec, Ivanka (2003) *Metafora i metonimija – dio konceptualne motivacije u procesu razumijevanja frazema*. Psiholingvistika i kognitivna znanost u hrvatskoj primijenjenoj lingvistici: zbornik HDPL-a. Zagreb – Rijeka. Str. 533-543.
15. Stanojević, Mateusz-Milan (2009) *Konceptualna metafora u kognitivnoj lingvistici: pregled pojmova*. *Suvremena lingvistika*, god. 35, br. 68, str. 339- 371 <https://hrcak.srce.hr/47111>
16. Šarić, Ljiljana; Brala-Vukanović, Maja (2019) *Slike jezika: temeljne kognitivnolingvističke teme*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
17. Šarić, Ljiljana (2007) *Antonimija u hrvatskome jeziku: semantički, tvorbeni i sintaktički opis*. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.
18. Tabakowska, Elżbieta (2005) *Gramatika i predočavanje: uvod u kognitivnu lingvistiku*. Zagreb: FFpress.
19. Tuđman Vuković, Nina (2009) *Značenje u kognitivnoj lingvistici*. *Suvremena lingvistika*, god. 35, br. 67, str. 125 – 150 <https://hrcak.srce.hr/38141>
20. Visković, Nikola (2007) *Jezik i životinja*. *Kulturni bestijarij*. Zagreb: Institut za etnologiju i folkloristiku, Hrvatska sveučilišna naklada. Str. 355-368.
21. Zaradija Kiš, Antonija (2007) *Dvostruka predodžba životinja u Jobovu bestijariju: zooleksičke zanimljivosti hrvatskoglagoljske Knjige o Jobu*. *Kulturni bestijarij*. Zagreb: Institut za etnologiju i folkloristiku, Hrvatska sveučilišna naklada. Str. 23-50.

Izvori

1. *Baza frazema hrvatskoga jezika* <http://frazemi.ihjj.hr/>
2. Despot, K; Tonković, M; Brdar, M; Essert, M; Perak, B; Ostroški Anić, A; Nahod, B; Pandžić, I. (2019) *MetaNet.HR: Croatian Metaphor Repository* (http://zrno.fsb.hr:8080/Metafore/default/metafora_read?ime_metafore=BITI+U+DOBROJ+DRU%C5%A0TVENOJ+KLASI+JEST+BITI+VISO KO+NA+SKALI)
3. *Hrvatski mrežni korpus* (hrWac) https://www.clarin.si/noske/all.cgi/first_form?corpname=hrwac;align
4. *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža 2021 – afazija (pristupljeno 3.8.2021) . <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=660>
5. *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža 2021 – vrijednost (pristupljeno 1.9. 2021.) <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=65496>
6. *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža 2021 – zlato (pristupljeno 1.9.2021.) <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=67307>
7. *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža 2021 – novac (pristupljeno 5.9.2021) <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=44191>
8. *Hrvatski jezični portal* – semantički (pristupljeno 8.9.2021.) https://hjp.znanje.hr/index.php?show=search_by_id&id=dlZgXxg%25253D
9. *Hrvatski jezični portal* – cijeniti (pristupljeno 8.9.2021.) https://hjp.znanje.hr/index.php?show=search_by_id&id=f1xkWBE%253D

10. Rječnik frazema

10.1. Frazemi koji ulaze u koncept vrijednosti

A

AJNC

ajnc a – 'najbolje vrste (kategorije, klase)'

ALFA

alfa i omega – 'izuzetno važna (dominantna) osoba'

B

BOG

bog bogova – 'izvrsno, odlično, izvanredno, sjajno (tko, što)'

kao bog – 'izvrsno, odlično, izvanredno, sjajno (tko, što)'

za bogove – 'odličan, izvanredan, izvrstan'

C

CIJENA

biti na cijeni – 'biti priznat (cijenjen)'

znati svoju cijenu – 'biti svjestan svoje (vlastite) vrijednosti'

dobiti/dobivati na cijeni – 'postajati važan, značajan, vrijedan'

ima tko, što cijenu – 'vrijedno je, ima vrijednost'

nema komu, čemu cijene – 'nešto je iznimno vrijedno'

nema cijene (cijenu) što ili nemati cijenu – 'veoma je vrijedno što, mnogo vrijedi, nenaplativo'

D

DOBRO

dobro doći komu, čemu – 'biti od koristi komu, čemu; poslužiti kakvoj svrsi'

E

EMINENCIJA

siva eminencija – 'utjecajna osoba koja djeluje iz pozadine'

F

FORMAT

od formata [čovjek itd.] – 'osobitih kvaliteta, iznimnih sposobnosti [čovjek itd.]'

G

GOST

visoki gost – 'važan (ugledan, utjecajan) gost'

I

IGRAČ

ključni (veliki, krupni) igrač – 'osoba koja ima najvažniju ulogu u političkom i javnom životu'

K

KALIBAR

od kalibra [čovjek itd.] – 'osobitih kvaliteta, iznimnih sposobnosti [čovjek itd.]'

svjetskoga kalibra – 'svjetski (široko) poznat, cijenjen u širokim (svjetskim) razmjerima'

velikoga (krupnoga) kalibra – 'svjetski (široko) poznat, cijenjen u širokim (svjetskim) razmjerima'

KONJ

konj za utrku – '1. najvažnija (bitna) osoba za određenu ulogu; 2. prestižan (važan, nezaobilazan) predmet'

KOKA

koka koja nosi jaja – 'osoba koja donosi veliku materijalnu korist, osoba od koje se izvlači materijalna korist'

zlatna koka – 'osoba/ono što donosi veliku materijalnu korist'

KORIST

biti od koristi komu, čemu – 'biti koristan'

L

LIGA

prva liga – '1. odličan, izvrstan, prvorazredan; 2. najviša kategorija čega'

N

NETKO

netko i nešto – 'važna (značajna) osoba'

P

PARA

vrijedi svake pare – 'nešto vrijedi, kvalitetno je'

PLAN

biti u prvom planu – 'biti najvažniji (zapažen, istaknut)'

doći/dolaziti (izbiti/izbijati) u prvi plan – 'postati/postajati najvažniji (zapažen, istaknut)'

POLOŽAJ

biti na <visokom> položaju – 'biti na <visokoj> funkciji, zauzimati visok položaj'

R

RAZINA

na visokoj (najvišoj) razini (nivou) – 'vrlo vrijedan, veoma cijenjen, dostojan visoke (najviše) ocjene'

REJTING

dignuti/dizati rejting komu, čemu (koga, čega)– 'istaknuti/isticati vrijednost (ugled) komu čemu, (koga, čega)'

RIBA

krupna (velika) riba – 'važan (utjecajan) čovjek, čovjek na položaju'

S

SPOMEN

vrijedan spomena – 'koji zaslužuje pohvalu, koji je bitan (važan)'

STUP

stup društva – 'ugledan čovjek, čovjek na visokom položaju'

STVAR

<to> nije mala stvar – 'to je važno'

U

ULOGA

odigrati/igrati (imati) veliku (važnu, ključnu i sl.) ulogu – 'izvršiti/vršiti presudan utjecaj, imati veliko značenje'

V

VERTIKALA

moralna vertikalna – 'osoba visokih moralnih vrijednosti, moralni autoritet'

VIOLINA

svirati prvu violinu – 'najvažnija (najmoćnija) osoba, osoba koja svime upravlja'

prva violina – 'najvažnija (najmoćnija) osoba'

VISINA

biti na visini – 'biti izvrstan (odličan, kvalitetan), biti visoke kakvoće (vrijednosti)'

visoko kotirati – 'biti cijenjen (poštovan, priznat), imati visok ugled'

VRIJEDAN

jedan ali vrijedan – 'onaj koji se ističe svojom vrijednošću (kvalitetom, odlikama)'

Z

ZLATO

suho zlato – 'velika vrijednost, nešto vrlo vrijedno'

vrijedi kao suho zlato što – 'imati veliku vrijednost, mnogo vrijedi'

zlata vrijedan – 'dragocjen, veoma vrijedan, od velike (neprocjenjive) vrijednosti, neobično važan'

zlata vrijediti – 'imati veliku vrijednost, biti veoma vrijedan, mnogo vrijediti'

platiti što suhim zlatom – 'nešto je iznimno vrijedno, skupocjeno, kvalitetno'

ZVJERKA

velika (krupna) zvjerka – 'utjecajna osoba, važna osoba u društvenom krugu'

10.2. Frazemi koji ulaze u koncept bezvrijednosti

B

BABA

trla baba lan da joj prođe dan – 'jalov (beskoristan) posao, nikakve koristi od čega'

BAGATELA

za bagatelu (kupiti, prodati itd.) – 'vrlo jeftino (kupiti, prodati)'

BESCJENJE

u bescjenje (prodati, kupiti itd.) – 'vrlo jeftino (prodati, kupiti)'

BISER

bacati/baciti biser (biserje) pred svinje – 'dati/davati (pokazati/pokazivati, pružiti...) štogod onomu koji toga nije vrijedan'

BOB

ne vrijedi (ne valja) ni pišljiva boba – 'ništa ne vrijedi (ne valja) što, nema nikakve vrijednosti'

ne vrijedi tko, što ni šupljega boba – 'ništa ne vrijedi, bezvrijedno je'

BOG

sačuvaj Bože ili Bože sačuvaj ili Bog te sačuvaj – 'strašan, užasan, koji je ispod svake razine'

ubij bože – 'vrlo loše, ispod svake kritike'

D

DRAM

ni za dram – 'nimalo, ni u najmanjoj mjeri'

DREK

drek na šibici – 'nešto beznačajno (nevažno)'

DŽ

DŽEP

to nije za moj džep – 'to je preskupo za mene, skupocjeno'

G

GROŠ

ne vrijedi ni pola groša – 'nešto nije vrijedno, potpuno je bezvrijedno, nekvalitetno'

I

IGRAČ

sitni igrač – 'osoba koja ima beznačajnu ulogu u političkom i javnom životu'

J

JARAC

musti jarca <u rešeto> – 'raditi beskoristan (suvišan) posao'

K

KAP

kap u moru – 'nezatna (nedovoljna) količina, sitno i nevažno'

KAŠALJ

mačji kašalj – '2. beznačajan čovjek'

KORIST

ne biti od velike koristi – 'biti beskoristan'

KOTAČ

peti kotač na kolima – 'suvišan, prekobrojan, nepotreban, beskoristan'

KRITIKA

ispod <svake> kritike – 'loše, slabo, da ne može gore'

L

LIGA

druga liga – 'nevažan, manje važan, drugorazredan'

LUK

luk i voda – 'nešto bezvrijedno (krajnje loše), obična koještarija'

LULA

ne vrijedi <ni> po (pola, pol) lule duhana što – 'ne vrijedi ništa, posve je bezvrijedno'

M

MAČKA

veži (objesi i sl.) to mačku za (o, na) rep ili možeš to vezati (objesiti i sl.) mačku za (o, na) rep – 'ništa to ne vrijedi, sve je uzalud, okani se toga, možeš to prekrižiti'

N

NISKO

nisko kotirati – 'ne biti cijenjen (poštovan, priznat), nemati visok ugled'

NITKO

nitko i ništa – 'beznačajna (nevažna) osoba'

NIŠTA

držati koga za ništa – 'netko je bezvrijedan, nevažan, nebitan'

jedno veliko ništa – 'za nešto što je bučno najavljivano, organizirano i sl., a malo vrijedi'

NOKAT

ne vrijedi tko, što ni koliko crno ispod nokta – 'nešto je posve bezvrijedno, ne vrijedi ništa'

NULA

biti ravan (jednak) nuli (ništici) – 'biti bezvrijedan (ništavan, beskoristan)'

nula bodova – 'bezvrijedan, bez vrijednosti, loš'

obična nula – '1. nevažna (bezvezna) osoba, osoba koja ne znači mnogo u društvu;
2. nešto nevažno (beskorisno)'

P

PARA

ne vrijedi tko, što ni pet para (prebijene/prebite pare) – 'ne vrijedi ništa, bezvrijedno je'

ne vrijedi ni dvije pare – 'nešto nije vrijedno, potpuno je bezvrijedno, nekvalitetno'

PIK-ZIBNER

pik-zibner – nevažna (bezvezna) osoba, osoba koja ne znači mnogo u društvu

PLAN

biti (ostati) u drugom planu – 'biti nevažan (zanemaren, nezapažen)'

pasti/padati u drugi plan – 'postati/postajati nevažan (zanemaren, zapostavljen)'

PRAZNO

prelijevati (pretakati) iz šupljega u prazno – 'baviti se beskorisnim (besmislenim) poslom'

PROLITI

šuć-muć pa prolj – 'bezvrijedan, loše izveden, besmislen, beskoristan'

R

RAZINA

ispod <svake> razine (nivoa) – 'bez ikakve vrijednosti, vrlo slab (loš), sasvim bezvrijedan'

RIBA

sitna riba – 'nevažan (beznačajan) čovjek, čovjek bez utjecaja'

RIJEČ

ne vrijedi trošiti riječi na koga, što (o komu, čemu) – 'netko nije vrijedan truda (pažnje, važnosti)'

RUPA

zadnja (deveta) rupa na svirali – '1. mala (neozbiljna) stvar, sitnica, zanemarivo, posljednji (nevažan) dio; 2. beznačajan čovjek, čovjek kojega okolina ne cijeni'

S

STOKA

stoka sitnog zuba – 'nevažni (beznačajni) ljudi, ljudi koji ni o čemu ne odlučuju'

STVAR

jaka stvar <!/> – 'ništa značajno (posebno, bitno)'

Š

ŠAKA

za šaku dolara – 'za malu količinu novca, u bescjenje, budzašto'

ŠUŠA

svaka šuša – 'svatko, bilo tko, beznačajna osoba'

U

ULOGA

odigrati/igrati (imati) sporednu (malu, drugorazrednu i sl.) ulogu – 'imati nevažno (sporedno) značenje, nemati utjecaja (važnosti)'

ne igra <nikakvu> ulogu što – 'nema nikakve važnosti (značenja, utjecaja) što'

UPOTREBA

za jednokratnu upotrebu (uporabu) – 'slabe kvalitete, kratkotrajne vrijednosti/valjanosti, nepouzdan'

V

VIOLINA

svirati drugu violinu – 'zapostavljena (zanemarena, nevažna) osoba'

druga violina – 'zapostavljena (zanemarena, nevažna) osoba'

VODA

pisati po vodi – 'raditi beskoristan posao'

11. Sažetak

Konceptualizacija je proces izgradnje značenja u čemu jezik daje veliki doprinos time što nudi jezične izraze koji predstavljaju pristupne točke ukupnom znanju svakog pojedinca. Koncept predstavlja mentalnu predodžbu koja nužno uključuje određena obilježja i predstavlja središnji pojam kategorizacije i konceptualizacije. Dominantna je pozicija u kognitivnoj lingvistici ta da se konceptualne i jezične kategorije preklapaju i određuju na temelju čovjekova iskustva nastalog u materijalnom okruženju. Rad se bavi konceptom (bez)vrijednosti te su frazemi analizirani ovisno o tome ulaze li u koncept (bez)vrijednosti samo svojim značenjem ili sadrže sastavnice koje su dio semantičkog polja vrijednosti i bezvrijednosti (pr. cijena, zlato, novac, nula, vrijedno).

Ključne riječi: frazeologija, antonimija, konceptualizacija, koncepti, kognitivna lingvistika, mentalne predodžbe

12. Naslov i ključne riječi na engleskom jeziku

Concept of (in)value in Croatian phraseology

Keywords: phraseology, antonymy, conceptualization, concepts, cognitive linguistics, mental notions