

Agnieszka Szyndler

Motywacja frazeologiczna w ujęciu kognitywnym na przykładzie frazeologizmów zoonimicznych

Językoznawstwo : współczesne badania, problemy i analizy językoznawcze 5, 41-47

2011

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Agnieszka Szyndler

Motywacja frazeologiczna w ujęciu kognitywnym na przykładzie frazeologizmów zoonimicznych

Frazeologia jest stosunkowo młodą dyscypliną językoznawstwa, od niedawna traktowaną jako odrębna gałąź lingwistyki, która w ostatnich latach przeżywa swój rozkwit. Głównym celem artykułu jest analiza motywacji frazeologizmów zoonimicznych opartych na metaforze konceptualnej CZŁOWIEK TO ZWIERZE, występujących w języku polskim oraz hiszpańskim. Bazę metodologiczną niniejszej pracy stanowi językoznawstwo kognitywne, a w szczególności semantyka kognitywna oraz założenia lingwistyki kulturowej, pozwalające na opis poszczególnych aspektów języka z perspektywy różnych wizji świata.

1. Frazeologia a kultura

Frazeologia jest częścią zasobu leksykalnego języka, która najlepiej ukazuje wzajemny związek pomiędzy językiem a kulturą. Odzwierciedla samoświadomość kulturowo-narodową danej społeczności językowej, jest utrwaleniem jej doświadczeń fizycznych i kulturowych. Jak twierdzą Juan de Dios Luque Durán i Francisco José Manjón Pozas¹, „frazeologia jest naturalnym obrońcą wierzeń, tradycji i symboli danej społeczności”². Jest także składnikiem językowego obrazu świata (JOS), który rozumiemy za Jerzym Bartmińskim³ jako potoczną (tzw. naiwną) interpretację rzeczywistości, utrwaloną społecznie wiedzę o świecie, nieodpowiadającą naukowemu obrazowi świata.

¹ J. de D. Luque Durán, F. J. Manjón Pozas, *Claves culturales del diseño de las lenguas: fundamentos de tipología fraseológica*, 2002, <http://elies.rediris.es/elies16/Claves.html> [dostęp: 10.10.2010 r.].

² Tłumaczenie własne autorki.

³ J. Bartmiński (red.), *Językowe podstawy obrazu świata*, Lublin 2006.

Warto podkreślić, iż w zasobach frazeologicznych wielu języków naturalnych, należących zarówno do systemu *macro*, jak i *micro*⁴, można znaleźć frazeologizmy zoonimiczne, to znaczy związki, których członem konstytutywnym jest nazwa zwierzęcia, nawiązujące w sposób metaforyczny lub alegoryczny do człowieka oraz cechujące się obrazowością i ekspresywnością. Jak pisze D. Dobrovol'skij⁵, projekcja metaforyczna jest główną cechą frazeologizmów, gdyż mamy do czynienia z domeną źródłową (w naszym przypadku ZWIERZĘ) oraz domeną docelową (CZŁOWIEK), które są ze sobą wzajemnie połączone. Rodzi się pytanie czy znaczenie przenośne frazeologizmów zoonimicznych jest wyłącznie wynikiem przesunięć metaforycznych? Czy być może w celu „odszyfrowania” dość często zatartej motywacji wielu tego typu związków, a więc w celu przeanalizowania relacji pomiędzy ich znaczeniem przenośnym, a obrazem mentalnym, składającym się na jego strukturę konceptualną należy posłużyć się innymi narzędziami badawczymi? Próbę odpowiedzi na powyższe pytanie stanowi niniejszy artykuł.

2. Motywacja frazeologiczna w ujęciu kognitywnym

Językoznawstwo kognitywne, a szczególnie kognitywna teoria metafory (*cognitive theory of metaphor, CTM*) George'a Lakoffa i Marka Johnsona⁶ oraz teoria Dmytrija Dobrovol'skiego i Elisabeth Piirainen⁷, dotycząca opisu znaczeń konwencjonalnych jednostek językowych (*Conventional Figurative Language Theory – CFLT*) rzuciły nowe światło na kwestię analizy motywacji związków frazeologicznych.

W podejściu tradycyjnym frazeologia była traktowana jako ta część zasobu leksykalnego języka, której znaczenie globalne nie jest sumą znaczeń poszczególnych jej składników. Innymi słowy, uważano, iż związki frazeologiczne mają charakter arbitralny oraz przyjmowano, iż stosunek idiomatyczności do motywacji danego związku jest odwrotnie proporcjonalny, tzn. im większa idiomatyczność danego frazeologizmu, tym mniejsza możliwość określenia jego motywacji. G. Lakoff⁸ był jednym z językoznawców, którzy postulowali, iż związki frazeologiczne są najczęściej znakami motywowanymi, tzn. są semantycznie transparentne, opierają się na ludzkim doświadczeniu.

Zwolennicy Kognitywnej Teorii Metafory (CTM) postulują istnienie stałych mechanizmów językowych (metafor konceptualnych), pozwalających na znalezienie uniwersalnych cech odgrywających kluczową rolę w tworzeniu znaczenia przenośnego danego związku frazeologicznego. W celu odszyfrowania motywacji danej jednostki proponują zastosować narzędzia metajęzykowe, tj. analizę domen konceptualnych (źródłowej i docelowej) oraz zachodzącego między nimi rzutowania metaforycznego (*mapping*).

⁴ Na temat systemu *micro* i *macro* zob. J. Wilk-Racięska, *Od wizji świata do opisu językoznawczego w kategoriach lingwistyki kulturowej. Uwagi na temat opisu języka hiszpańskiego*, Katowice 2009.

⁵ D. O. Dobrovol'skij, *On Cultural Component in the Semantic Structure of Idioms*, [w:] Durčo P. (red.), *Phraseology and Paremiology*, Bratislava 1998, s. 57.

⁶ G. Lakoff, M. Johnson, *Metaphors We Live By*, Chicago 1980: University of Chicago Press.

⁷ D. O. Dobrovol'skij, E. Piirainen, *Figurative Language: Cross-Cultural and Cross-Linguistic Perspectives*, Amsterdam 2005.

⁸ G. Lakoff, *Women, Fire, and Dangerous Things: What Categories Reveal About the Mind*, Chicago 1987, s. 448.

W opinii D. Dobrowol'skiego i E. Piirainen analiza projekcji metaforycznej, a więc zastosowanie uniwersalnych narzędzi CTM, nie zawsze jest wystarczające do „odszyfrowania” związku istniejącego pomiędzy znaczeniem dosłownym, a przenośnym danego wyrażenia. Wyżej wymienieni badacze konstatują, iż motywacja wielu związków o charakterze przenośnym nie może być w pełni wyjaśniona przy zastosowaniu abstrakcyjnych modeli metaforycznych, opartych wyłącznie na ludzkim doświadczeniu. Innymi słowy, w celu zbadania procesu tworzenia się danej jednostki językowej, należy odwołać się do różnego typu wiedzy pozajęzykowej, a więc zbadać także komponent kulturowy i wyobraźniowy. Ten ostatni rozumiany jest jako struktura konceptualna (obraz mentalny), pozwalająca na znalezienie zależności pomiędzy znaczeniem dosłownym a przenośnym frazeologizmu.

Wspomniani badacze uważają, że dany związek może być motywowany w odmienny sposób przez daną społeczność językową oraz wskazują na istnienie dwóch typów motywacji semantycznej: ikonicznej i symbolicznej. Pierwsza z nich, oparta na uniwersalnych mechanizmach metaforycznych, wpływających na znaczenie globalne frazeologizmu bazuje na bezpośrednim ludzkim doświadczeniu, wynika z obserwacji otaczającego świata, np. w przypadku frazeologizmów zoonimicznych oparta jest na ogólnej wiedzy na temat wyglądu, zachowania się i zwyczajów zwierząt. Drugi typ – motywacja symboliczna oparta jest na „zjawiskach kulturowych”, wspólnych wierzeniach i zwyczajach, tzn. „zasobie wiedzy utworzonej społecznie i dziedziczonej kulturowo”⁹. W przypadku związków z komponentem animalistycznym to nazwa zwierzęcia, któremu symbolicznie przypisuje się daną cechę, odpowiada za motywację całego wyrażenia.

3. Frazeologizmy zoonimiczne o motywacji ikonicznej

3.1. Wzrok/oczy

W języku polskim o człowieku, który dobrze widzi w ciemności powiemy, że *ma koci wzrok*, z kolei frazeologizm *kocie oczy* oraz jego hiszpański ekwiwalent *ojos de gato* odnosi się do oczu wyrazistych o szarawym lub trudnym do określenia kolorze. Z kolei stereotypowe porównania *oczy błyszczą się komuś jak u kota/jak kotu/oczy świecą się (zaświeciły się) komuś jak u wilka/jak wilkowi* odnosi się do oczu błyszczących w nocy i/lub świeczących złowrogo. O kimś, kto ma wypukłe i wylupiaste oczy w języku polskim powiemy, że *ma żabie oczy*, podczas gdy w języku hiszpańskim, że *ma ojos de sapo/de besugo* (*oczy jak morlesz/jak ropucha¹⁰). Ponadto, w języku hiszpańskim istnieje wyrażenie *tener ojos de gacela* (*mieć oczy gazeli) niemające ekwiwalentu zoonimicznego w języku polskim, odnoszące się do kobiety o oczach skośnych, czarnych, pełnych życia i ekspresji. Warto także podkreślić, iż w zasobie frazeologicznym języka polskiego można znaleźć więcej frazeologizmów z komponentem zwierzęcym, przedstawiających moty-

⁹ J. de D. Luque Durán, *La codificación de la información lingüístico-cultural en los diccionarios (inter)culturales*, [w:] J. de D. Luque Durán, A. Pamies Bertrán (red.), *Interculturalidad y lenguaje I. El significado como corolario cultural*, Granada 2007, s. 329–374.

¹⁰ Gwiazdką zostały oznaczone dosłowne tłumaczenia zwrotów hiszpańskich.

wację ikoniczną i odnoszących się metaforycznie do koloru lub kształtu oczu ludzkich, np. *mieć rybie oczy* oznacza:

- a) oczy bardzo jasne, wypukłe, bez wyrazu;
- b) wzrok, spojrzenie bez wyrazu – hiszp. *tener ojos de besugo*;

Z kolei mieć *sarnie oczy*:

- a) duże, brązowe oczy;
- b) łagodne, płochliwe spojrzenie;

Następny zwrot: *oczy czerwone jak u królika* – oczy przekrwione z niewyspania. Ponadto, w obu językach występują frazeologizmy nawiązujące do świetnego wzroku ptaków drapieżnych, który pozwala im na dokładne ustalenie odległości od ofiary: pol. *jastrzębi wzrok, jastrzębie oczy/spojrzenie, orli wzrok, orle oczy, sokole oko, sokoli wzrok* – hiszp. *ojos de águila/tener vista de águila*. W zasobie frazeologicznym obu języków istnieją również tzw. fałszywi przyjaciele („*faux amis*”), czyli wyrażenia o podobnej strukturze syntaktycznej, lecz odmiennej wartości semantycznej, a więc zgodnie z założeniami CFLT – wywołujące ten sam obraz mentalny, lecz posiadające odmienne znaczenie przenośne, np. polski frazeologizm *cielęce oczy* odnosi się do oczu o łagodnym, sennym, bezmyślnym wyrazie, podczas gdy jego pozorny odpowiednik hiszpański *ojos de carnero / ternero / cordero (degollado/moribundo)* – nawiązuje metaforycznie do oczu smutnych, pełnych żalu, wywołujących litość.

3.2. Brud

Człowieka brudnego, niedbającego o swój wygląd zewnętrzny ani o dobre maniery określimy, odwołując się do warunków bytowania świni: pol. *brudny / usmarowany / upaprany jak świnia* – hiszp. *ser sucio como un guarro / marrano / guarreras, estar hecho un guarro*, pol. *jeść/zreć jak świnia/prosię* ‘nieprzyzwoicie ponad miarę, wzbudzając wstręt i obrzydzenie’ – hiszp. *comer como un cerdo* ‘jeść rękami, brudząc się’; *brudno jak w chlewie* – hiszp. *ser una pocilga*.

3.3. Relacje międzyludzkie

Wiele frazeologizmów zoonimicznych o motywacji ikonicznej, nawiązujących do współżycia dwóch gatunków zwierząt, najczęściej antagonistycznego stosunku między psem, a kotem lub kotem, a myszą, odnosi się metaforycznie do relacji międzyludzkich: pol. *bawić się, igrać z kimś jak kot z myszką*, czyli ‘znęcać się, wykorzystywać swoją intelektualną lub fizyczną przewagę nad kimś, upokarzać kogoś’ – hiszp. *jugar al gato y al ratón, huir como el ratón del gato*; pol. *czatować na kogoś jak kot na mysz* ‘czaić się, śledzić, wyczekiwać z uporem’; *żyć z kimś jak pies z kotem*, iron. *kochać się jak pies z kotem*, ‘żyć ze sobą w niezgodzie, w nienawiści, nie cierpieć się wzajemnie’ – hiszp. *andar como perros y gatos, estar como gatos y perros, vivir como perros y gatos, como perros y gatos en un costal, tan amigos como perros y gatos*. Do samotnego życia kota nawiązuje wyrażenie *dziki jak kot* – hiszp. *arisco como un gato*. Z kolei wyrażenie *kochliwy jak kot w marcu*, nawiązujące do nachalnego zachowania kocura podczas wiosennej rui samicy, odnosi się w sposób ironiczny do mężczyzny zakochującego się łatwo, szybko i inten-

sywnie, ale najczęściej na krótko. Zwrot *biegać, latać jak kot w marcu* charakteryzuje się podobną bazą metaforyczną, lecz o odmiennym znaczeniu, gdyż oznacza męzczyznę zdenerwowanego, podnieconego, zachowującego się niecierpliwie. W obu językach istnieje skonwencjonalizowane wyrażenie *spaść jak kot na cztery łapy* – hiszp. *caer uno como los gatos, parado; caer de pies como los gatos*, odnoszące się do człowieka, który potrafi wyjść cało z opresji, poradzić sobie w każdej sytuacji.

4. Frazeologizmy zoonimiczne o motywacji symbolicznej

W celu odszyfrowania motywacji frazeologizmów zoonimicznych, posiadających funkcję symboliczną, a więc będących owocem wierzeń i zwyczajów wspólnych dla wielu kultur, należy odwołać się do wiedzy pozajęzykowej, gdyż wybór danego zwierzęcia jest w tym przypadku zakorzeniony nie w wiedzy empirycznej, lecz w konwencjach kulturowych.

4.1. Żarłoczność/głód

Pol. *Jeść jak wilk/głodny jak wilk/wilczy apetyt* – hiszp. *comer como un lobo/hambriento como un lobo, tener más hambre que un lobo, el hambre echa al lobo al monte/hambre lobezna*. Warto podkreślić, iż na pierwszy rzut oka głód i żarłoczność przypisywane wilkowi można określić jako cechy oparte na obserwacji świata zwierzęcego, a więc przedstawiające motywację ikoniczną, niemniej jednak obecnie stały się już one wartościami symbolicznymi. Obraz wilka jako dzikiego zwierzęcia, pożerającego także istoty ludzkie, utrwalił się w wielu „kodach kultury”: Biblii, literaturze (bajki Ezopa), sztuce czy współczesnych komiksach, wskutek czego można stwierdzić, że oparty jest na wiedzy konwencjonalnej i pozajęzykowej.

4.2. Niebezpieczeństwo/zło

W kulturze europejskiej (system *macro*) powyższe cechy są także przypisywane wilkowi, który oznacza symbolicznie człowieka pozbawionego zasad moralnych, wywołującego strach i niepokój przykładowo: pol. *wilk w owczej (jagnięcej) skórce, z wierzchu owca, wewnątrz wilk* ‘ktoś umiejętnie ukrywający swój zły charakter, swoje złe zamiary; obłudnik’ – hiszp. *lobo con piel de cordero, lobo en/con piel de oveja, piel de oveja, carne de lobo*; pol. *Człowiek człowiekowi wilkiem* – hiszp. *El hombre es un lobo para el hombre; lobo malvado* (*zły wilk); pol. *wilkiem komuś z oczu patrzy/spojrzeć, patrzeć wilkiem* ‘ktoś wygląda na osobę złą, wroga, niebezpieczną, wzbudza nieufność’; *nie wywołuj wilka z lasu* ‘nie prowokuj losu przedwczesnym przewidywaniem czegoś złego’; *ciągnie wilka do lasu* ‘wrodzone złe skłonności mogą mieć wpływ na postępowanie człowieka nawet dobrze wychowanego’. W zasobie frazeologicznym języka hiszpańskiego można znaleźć więcej frazeologizmów z komponentem *lobo* (wilk) nawiązujących do:

- człowieka będącego w niebezpieczeństwie: *meterse en la boca del lobo*¹¹ (*wejść w paszczę wilka – w języku polskim istnieje wyrażenie o podobnym znaczeniu prze-

¹¹ Wyrażenie nawiązuje do bajki Ezopa *Wilk i żuraw*.

- nośnym, lecz odmiennej strukturze syntaktycznej – *wejść w paszczę lwa*); hiszp. *ver uno las orejas del lobo* (*widzieć uszy wilka) *verse en las uñas del lobo* (*widzieć się w pazurach wilka) – ‘być w wielkim niebezpieczeństwie’, *encomendar las ovejas al lobo/dar a guardar las ovejas al lobo*; pol. *rzucić/wystawić owce wilkom na pożarcie*;
- człowieka zdezorientowanego, zagubionego w sytuacji *tener el lobo cogido por las orejas* (*trzymać wilka za uszy);
 - osoby fałszywie informującej o zbliżającym się niebezpieczeństwie *gritar/decir que viene el lobo* (*krzyczeć/mówić, że zbliża się wilk).

4.3. Mądrość/wiedza

Symbolem człowieka mądrego, wyróżniającego się swoimi zdolnościami intelektualnymi jest najczęściej sowa, która widząc w ciemności potrafi zobaczyć rzeczy niewidoczne dla innych. Ponadto, sowa, jako ptak bogini mądrości Ateny, a także samych Aten – miast sów, jest także wyobrażeniem nauki i nocnych studiów¹². Biorąc pod uwagę wartości kulturowe przypisane sowie, motywacja stereotypowego porównania *mądry jak sowa* jest całkowicie jasna. Warto jednak podkreślić, iż pojęcie SOWA jest także symbolem dość dwuznacznym, gdyż w niektórych językach, m.in. w języku hiszpańskim wywołuje przeciwstawne konotacje, tzn. jest także uosobieniem człowieka głupiego, mało inteligentnego lub przynoszącego pecha: *ser un lechuzo*. Jak pisze D. Dobrovol’skij i E. Piirainen¹³ w wielu kulturach sowy są uważane za ptaki ciemności, często kojarzone są ze śmiercią, a więc są symbolem zła wiedzy tajemnej.

5. Wnioski

Frazeologia jest swoistym przeказnikiem wartości kulturowych, odzwierciedleniem wizji świata danej społeczności językowej. Podejście kognitywne, a w szczególności przedstawiona w niniejszym referacie CTFL, odnosząca się nie tylko do wiedzy językowej, abstrakcyjnej, bazującej na uniwersalnych mechanizmach językowych, lecz także na wiedzy pozajęzykowej, pozwala „odkryć na nowo”, dość często zatartą, motywację wielu związków frazeologicznych. Badając relację pomiędzy znaczeniem przenośnym danego frazeologizmu, a obrazem mentalnym składającym się na jej strukturę konceptualną, należy pamiętać, iż czasem trudno jest wyznaczyć ostrą granicę pomiędzy dwoma typami motywacji (ikoniczną i symboliczną), gdyż przenikają się one wzajemnie. Niejednokrotnie wyrażenia, których motywację można by określić na podstawie wiedzy o świecie, z biegiem czasu stają się związkami utrwalonymi historycznie i motywowanymi kulturowo.

¹² Zob. W. Kopaliński, *Słownik mitów i tradycji kultury*, Warszawa 1991, s. 1089–1090; A. Pamies Bertrán, *Metáforas libres y metáforas lexicalizadas*, [w:] L. Luque Toro (red.), *Léxico español actual II*, Wenecja 2009, s. 229–238.

¹³ D. O. Dobrovol’skij, E. Piirainen, op. cit., s. 349.

Bibliografia

- Bartmiński J. (red.), *Językowe podstawy obrazu świata*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2006.
- Dobrovol'skij D. O., *On Cultural Component in the Semantic Structure of Idioms*, [w:] Durčo P. (red.), *Phraseology and Paremiology*, Akadémia PZ, Bratislava 1998, s. 55–61.
- Dobrovol'skij D. O., Piirainen E., *Figurative Language: Cross-Cultural and Cross-Linguistic Perspectives*, Elsevier, Amsterdam 2005.
- Kopaliński W., *Słownik mitów i tradycji kultury*, Wydawnictwo Wiedza Powszechna, Warszawa 1990.
- Lakoff G., *Women, Fire, and Dangerous Things: What Categories Reveal About the Mind*, University of Chicago Press, Chicago 1987.
- Lakoff G., Johnson M., *Metaphors We Live By*, University of Chicago Press, Chicago 1980.
- Luque Durán J. de D., *La codificación de la información lingüístico-cultural en los diccionarios (inter)culturales*, [w:] Luque Durán J. de D., Pamies Bertrán A. (red.), *Interculturalidad y lenguaje I. El significado como corolario cultural*, Método, Granada 2007, s. 329–374.
- Luque Durán J. de D., Manjón Pozas F. J., *Claves culturales del diseño de las lenguas: fundamentos de tipología fraseológica*, 2002, <http://elies.rediris.es/elies16/Claves.html> [dostęp: 10.10.2010 r.].
- Pamies Bertrán A., *Metáforas libres y metáforas lexicalizadas*, [w:] Luque Toro L. (red.), *Léxico español actual II*, Ed. Cafoscarina, Venezia 2009.
- Wilk-Racięska J., *Od wizji świata do opisu językoznawczego w kategoriach lingwistyki kulturowej. Uwagi na temat opisu języka hiszpańskiego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2009.