

Зыкова Ирина Владимировна,
*Концептосфера культуры и фразеология: Теория и методы
лингвокультурологического изучения*, Москва: Ленанд, 2015.

Knjiga *Konceptosfera kulture i frazeologija: Teorija i metode lingvo-kulturološkoga proučavanja* objavljena je 2015. godine u Moskvi u izdavačkoj kući «Ленанд»¹. Autorica Irina Vladimirovna Zykova viši je znanstveni suradnik na Odjelu teorijske i primijenjene lingvistike pri Institutu za jezikoslovlje Ruske akademije znanosti. Osim ove monografije Zykova je izdala još dvije (*Способы конструирования гендера в английской фразеологии*, Москва: Едиториал УРСС, 2003; *Культура как информационная система: Духовное, ментальное, материально-знаковое*, Москва: Либроком, 2011). Napisala je više od 70 znanstvenih radova uglavnom iz područja frazeologije i lingvokulturologije, a zanima se još i za opću i kontrastivnu lingvistiku, međukulturnu komunikaciju, rodnu lingvistiku, leksikografiju i semiotiku. Osim toga, sastavila je priručnik za nastavu iz područja engleske leksikologije, a jedna je od autorica frazeološkoga rječnika *Большой фразеологический словарь русского языка: Значение. Употребление. Культурологический комментарий*, izdanog 2006. godine pod uredničkom palicom V. N. Telije, pionira lingvokulturologije na ruskome govornom prostoru.

Ova monografija obuhvaća 380 stranica, a sastoji se od predgovora, četiriju poglavlja (iza svakoga poglavlja donose se zaključne misli), zaključka, lingvokulturološkoga rječnika, opsežnoga popisa bibliografije s gotovo 600 jedinica i dvaju priloga.

Autorica se u ovoj knjizi bavi proučavanjem procesa formiranja i funkcioniranja frazema kao i proučavanjem uloge koju u tim procesima igra konceptosfera kulture. Predlaže novi pristup proučavanju frazeološkoga značenja pri čemu ga razumije kao složeni entitet koji nastaje kao posljedica intersemiotičke transpozicije. I. V. Zykova razrađuje metodu lingvokulturološke rekonstrukcije dubinskih (konceptualnih) temelja frazeoloških slika. Razgraničava nekoliko vrsta kulturne informacije sadržanih u dubini frazeoloških znakova, a donosi originalni način njihova lingvokulturološkoga dekodiranja i interpretacije. Ukupan frazeološki materijal u ovoj knjizi zasnovan je na proučavanju engleskoga jezika, što monografiju čini pristupačnijom široj (a ne samo ruskojezičnoj) publici. Temom i pristupom knjiga će biti zanimljiva i korisna svim lingvistima koji se zanimaju za kulturologiju, a isto tako i širokomu krugu istraživača koji se bave pitanjem odnosa jezika, kulture i ličnosti.

Prvo poglavlje naslovljeno je »Konceptosfera kulture vs. frazeologija u lingvokulturološkome svjetlu« (str. 12–90). Ovdje se usporedno razmatraju poj-

1 Prikaz ove knjige napisan je u okviru projekta *Primjena frazeološke teorije u frazeografiji (Application of phraseological theory in phraseography* (br. 4054), koji financira Hrvatska zaklada za znanost.

movi noosfera, smislosfera, logosfera, semiosfera i konceptosfera (str. 12–22). U ruskoj se znanosti pojam *konceptosfera* uvriježio od 90-ih godina 20. st. i to je noviji pojam u odnosu na pojmove *noosfera* iz 30-ih/40-ih godina prošloga stoljeća, *smislosfera* iz 70-ih godina, *logosfera* iz 70-ih/80-ih i *semiosfera* iz 80-ih godina, ali isto tako i u odnosu na pojmove *model svijeta* iz 50-ih/60-ih i *slika svijeta* iz 60-ih/70-ih godina 20. st. Autorica zaključuje kako postoji praznina u području neposrednoga proučavanja samoga jezičnog sustava, procesa njegova oblikovanja i razvoja kao rezultata spoznajnih aktivnosti, i to sa stajališta kulturne uvjetovanosti. Time se otvara novo polje znanstvenoga istraživanja, tj. područje konceptosfere. Konceptosfera pripada području filologije, odnosno jezikoslovlju, ali i području kulturologije, odnosno kognitivistike. Za nju su važni procesi konceptualizacije svijeta i načini jezičnih reprezentacija kulturnih (duhovnih) vrijednosti naroda. Dok se pojmovi *model svijeta* i *slika svijeta* upotrebljavaju u raznim znanostima, pojam *konceptosfera* rezerviran je isključivo za jezikoslovlje i kulturologiju (usp. str. 22–32), a uveo ga je ruski jezikoslovac i kulturolog akademik D. S. Lihačev 90-ih godina prošloga stoljeća. Skovao ga je prema modelu ranije spomenutih pojmova (noosfera, biosfera i dr.). Doduše, sam je Lihačev usporedo upotrebljavao i pojmove *kulturosfera* i *ideosfera*. Izvedeno iz prakse upotrebe navedenih pojmova proizlazi njihova distinkcija na konceptosferu jezika, konceptosferu kulture ili kulturosferu, i konceptosferu čovjeka (ličnosti) ili ideosferu. Proces spoznaje svijeta događa se posredstvom uzajamnoga djelovanja dvaju čovjekovih unutarnjih sustava. Riječ je o osjeti(li)ma i intelektu (razumu). Kako bi čovjek postigao objektivnu stvarnost, potrebno je da ono vanjsko pretvori u ono unutarnje, a ta se transformacija događa pomoću čovjekovih osjetila i njegova intelekta (razuma). U oblike doživljavanja svijeta ubrajaju se: emocionalno-osjetilno, duševno i estetsko; a oblicima poimanja svijeta smatraju se: arhetipsko, mitološko, religiozno, filozofsko i znanstveno (str. 43). Navedene vrste informacija predstavljaju struje koje konstantno teku i koje se obnavljaju, a zahvaljujući njima oblikuje se jedinstveno područje informacija, tj. kultura. Nadalje se postavlja pitanje pohranjivanja i strukturiranja tih informacija. Odgovor na to pitanje jest proces konceptualizacije zahvaljujući kojem se izbjegava kaos. Dakle, proces konceptualizacije prema Zykovoj znači organiziranje informacija o svijetu i to na određeni način koji je svojstven nekoj konkretnoj kulturi. Autorica iznosi upravo taj argument kako bi naglasila važnost upotrebe riječi *kultura* u pojmu *konceptosfera kulture* (a ne samo *konceptosfera*). I. V. Zykova u svojem istraživanju polazi od pretpostavke da je svaki koncept kulturno determiniran. Odrednica *kulturno* ovdje ukazuje na tipološku značajku, a ne na ontološki status. Od ključne je važnosti za Zykovu razgraničenje kulturnih od lingvokulturnih koncepata po principu njihove objektivizacije neverbalnim i verbalnim sredstvima. Najprije se objektivizacija kulturnih koncepata odvija posredstvom neverbalnih znakova. Zatim se sekundarna objektivizacija odvija posredstvom verbalnih znakova, a rezultat toga jest pretvaranje kulturnih koncepata u lingvokulturne koncepte. Ova pretpostavka opisuje prirodu frazema jer su upravo frazemi posebni znakovi u jeziku koji se razlikuju od drugih upravo po tome što nastaju sekundarnom nominacijom i što je za njih svojstven bogat kulturni sadržaj. Osim toga, za

frazeme vrijedi osnovni postulat lingvokulturologije prema kojem su jezik i kultura dva međusobno povezana semiotička sustava. Kulturni se koncept u ovoj monografiji definira kao kulturno determinirani idealni bitak; kao nositelj vrijednosne kulturne informacije koja ima semiotičko neverbalno utjelovljenje i koja ima određenu unutarnju organizaciju (jednostavnu ili složenu); određuju ga veze s drugim kulturnim konceptima u sustavu, a isto tako i dinamika formiranja i razvoj s obzirom na način doživljaja i poimanja svijeta, na način taloženja informacije; svojstvena mu je i sposobnost da se jezično formira na razne načine (to se posebno odnosi na frazeologizirane jezične oblike).

Zadnji je dio prvoga poglavlja posvećen povijesti razvoja frazeologije kao jezikoslovne discipline u kojem se razlikuju tri razdoblja – klasično, neklasično i postneklasično; a isto tako i objašnjavanju lingvokulturološke metode proučavanja frazeologije.

Drugo poglavlje »Teorija i metoda lingvokulturološkoga modeliranja frazeološkoga značenja« (str. 91–145), kao što se otkriva i u samome naslovu, donosi razradu lingvokulturološke metodologije za proučavanje frazema. Osnovno polazište jest premisa o tome da je frazeološko značenje rezultat procesa intersemiotičke transpozicije. Intersemiotička transpozicija znači »prijevod«, odnosno prijenos konceptualnoga sadržaja znakova iz različitih semiotičkih područja kulture (konceptosfere kulture) u znakovnu sredinu prirodnoga jezika. Zahvaljujući procesu intersemiotičke transpozicije dolazi do oblikovanja dubinske razine frazeološkoga značenja. Ta je dubinska razina zapravo konceptualna razina i ima glavnu ulogu pri stvaranju frazeološke slike, na temelju koje se onda stvara površinska razina frazeološkoga značenja, tj. semantička razina. Frazeološko je značenje prema Zykovoj, dakle, dvorazinsko, pri čemu konceptualna razina modelira semantičku, a valja imati na umu da je modeliranje konceptualne razine uvjetovano konceptosferom kulture. I. V. Zykova zastupa integralni pristup prilikom odabira frazeološkoga korpusa. Takav pristup obuhvaća nekoliko etapa kako bi se prikupili svi frazemi iz relevantnih leksikografskih i frazeografskih uradaka. Prva etapa podrazumijeva ekscerpiranje konceptualno srodnih frazema prema kriteriju sastavnice koja je izravno povezana s određenom slikom, temom. Druga etapa označava prijelaz s dubinske razine na površinsku, tj. semantičku razinu. Ona se odnosi na preliminarnu semantičku obradu prikupljenih frazema i rezultira konstruiranjem dvaju frazeoloških potkorpusa: potkorpus A obuhvaća one frazeme koji pokazuju izravnu vezu s konceptualnim srodstvom frazemā, tj. koji pripadaju zadanoj nominativnoj sferi (sferi verbalne komunikacije) i koji opisuju tu sferu; potkorpus B čine oni frazemi koji posredstvom znakovnih sredstava verbalne komunikacije opisuju razne druge pojave (sve osim verbalne komunikacije). Treća se etapa odnosi na odabir konceptualno srodnih frazema prema kriteriju njihove semantike i na taj način nastaje potkorpus C. To znači da su u tome potkorpusu obuhvaćeni oni frazemi koji opisuju verbalnu komunikaciju posredstvom znakovnih sredstava drugih semiotičkih sfera kulture (a ne sfere verbalne komunikacije). Četvrta etapa donosi objedinjavanje frazeološkoga materijala iz svih triju potkorpusa, što omogućava sveobuhvatno i potpuno nabranje frazema prema kriterijima slike i semantike. I. V. Zykova provodi opsežno

istraživanje i detaljno analizira više od 2000 engleskih frazema iz područja verbalne komunikacije pri čemu detektira tri procesa frazeologizacije kao kulturno uvjetovanoga procesa koji je u njezinu slučaju povezan s kulturom engleskoga govornog područja. Potom razrađuje metodu lingvokulturološke rekonstrukcije koja omogućuje detektiranje procesa stvaranja značenja frazema kao posljedice intersemiotičke transpozicije i to pod utjecajem konceptosfere kulture. Autorica dolazi do jedanaest shematskih prikaza makrometaforičkih konceptualnih modela sa složenom unutarnjom organizacijom (usp. str. 128–143): VERBAL COMMUNICATION IS PLAY, VERBAL COMMUNICATION IS TRADE/COMMERCE, VERBAL COMMUNICATION IS SOCIAL ACTIVITY, VERBAL COMMUNICATION IS JOURNEY/TRAVEL, VERBAL COMMUNICATION IS GASTRONOMY, VERBAL COMMUNICATION IS HUNTING/MINING, VERBAL COMMUNICATION IS RELIGION-RELATED ACTIVITY, VERBAL COMMUNICATION IS MEDICINE-RELATED ACTIVITY, VERBAL COMMUNICATION IS CRAFT, VERBAL COMMUNICATION IS PAINTING, VERBAL COMMUNICATION IS EVERYDAY ACTIVITY.

Iduće poglavlje nosi naslov »Kreativnost kao faktor kulturne uvjetovanosti frazemā« (str. 146–213). Autorica drži da makrometaforički konceptualni modeli, nastali kao rezultat intersemiotičke transpozicije, uvjetuju stvaranje konkretnih frazeoloških znakova engleskoga jezičnog sustava, a isto tako uvjetuju i njihovu uporabu u diskursnoj praksi izvornih govornika engleskoga jezika. Zykova smatra da ti makrometaforički konceptualni modeli demonstriraju određenu frazeološku kreativnost. Kao rezultat analize detektirana su tri osnovna parametra proučavanja frazeološke kreativnosti: kvantitativni, kvalitativni i dinamički. Pokazalo se da u engleskome jeziku prema kvantitativnome kriteriju najveću frazeološku kreativnost imaju sljedeći makrometaforički konceptualni modeli: VERBAL COMMUNICATION IS PLAY, VERBAL COMMUNICATION IS SOCIAL ACTIVITY, VERBAL COMMUNICATION IS JOURNEY/TRAVEL, VERBAL COMMUNICATION IS TRADE/COMMERCE, VERBAL COMMUNICATION IS CRAFT. Dakle, navedeni modeli generiraju najveći broj frazema u engleskome jeziku koji imaju veze s verbalnom komunikacijom. Što se tiče kvalitativnoga parametra, najkreativniji su sljedeći modeli: VERBAL COMMUNICATION IS PLAY, VERBAL COMMUNICATION IS SOCIAL ACTIVITY, VERBAL COMMUNICATION IS CRAFT, VERBAL COMMUNICATION IS TRADE/COMMERCE, VERBAL COMMUNICATION IS GASTRONOMY. Oni produciraju najdiferenciranije i najheterogenije slike verbalne komunikacije unutar proučavanoga korpusa engleskoga jezika. Prema dinamičkome kriteriju najkreativniji su potencijal pokazali sljedeći makrometaforički konceptualni modeli: VERBAL COMMUNICATION IS PLAY, VERBAL COMMUNICATION IS SOCIAL ACTIVITY, VERBAL COMMUNICATION IS MEDICINE-RELATED ACTIVITY, VERBAL COMMUNICATION IS JOURNEY/TRAVEL, VERBAL COMMUNICATION IS CRAFT. Navedeni modeli stvaraju najveći broj novih engleskih frazema omogućavajući prilagodbu frazeološkoga podsustava novim civilizacijskim uvjetima postojanja i razvoju anglofonoga društva. Pet je osnovnih strategija komunikativne prilagodbe frazeoloških slika prilikom formiranja diskursa i postizanja određenoga pragmatičkog cilja u tome diskursu. To su: 1) »ugrađivanje« (rus. *встраивание*) (str. 173), tj. unutarnje proširenje osnovnoga oblika frazema (primjerice, *to bang a drum* → *to bang a **big** drum*); 2) »srašćivanje« (rus. *сращивание*) (str. 182), tj. vanjsko proširenje osnovnoga oblika frazema (primjerice, *a hot potato* → *the **hottest** of hot potatoes*; *to waste words* → *waste words **arguing***); 3) »preslagivanje« (rus.

переконпозиция) (str. 188), tj. namjerna promjena rasporeda mjesta sastavnica u osnovnome obliku frazema (primjerice, *to read <something> between the lines* → ***between the lines they read plainly***); 4) »bifurkacija« (rus. *разбиение*) (str. 194), tj. namjerno narušavanje cjelovitosti frazema pri čemu nastaju dva međusobno povezana frazema (primjerice, *to rise to the bait* → ***to bait someone + someone rises nicely***); 5) »kombiniranje« (rus. *комбинирование*) (str. 199), tj. spajanje nekoliko frazema koji pripadaju istomu makrometaforičkom konceptualnom modelu ili pak različitim (primjerice, *to have a big mouth + to open one's mouth* → ***to open one's big mouth***).

Glavno pitanje kojim se I. V. Zykova bavi u četvrtome poglavlju (»Informacijska organizacija frazema kao faktor njihove kulturne determiniranosti« (str. 214–317)) jest koliki se opseg kulturne informacije može pohraniti u frazemu prilikom njegova oblikovanja kao rezultat intersemiotičke transpozicije. Osim individualnoga sjećanja postaje važno i tzv. nadindividualno sjećanje. Operira se tu pojmovima poput: društveno sjećanje, kolektivno sjećanje, narodno sjećanje, povijesno sjećanje, kulturno sjećanje i svjetsko sjećanje. Jedan od prvih učenjaka koji se bavio pitanjem nadindividualnoga sjećanja u okviru teme »sjećanje – kultura« bio je J. M. Lotman. Zykova se u svojem radu naslanja upravo na Lotmanove zaključke, a osnovna je misao ta da kulturno sjećanje nije pasivno skladište informacija, već je to mehanizam njezina regeneriranja. Odgovor na logično postavljeno pitanje o kriteriju ili razlozima zbog kojih se određene informacije zaboravljaju, a druge pak ne, leži u kriteriju selektivnosti kao važnoj karakteristici kulturnoga sjećanja. Riječ je o tome da se gase (a ne gube) samo one informacije koje imaju vrijednost za određenu zajednicu. Zykova pretpostavlja da je mjesto stapanja frazema s kulturom (izvorom njegova nastanka) upravo njegova dubinska (konceptualna) osnova koja je upravo makrometaforički konceptualni model i da je upravo makrometaforički konceptualni model frazeološke slikovitosti onaj idealni (kognitivni) supstrat zahvaljujući kojem se kulturno važna informacija u frazemu učvršćuje i s vremenom raste. V. N. Teliya se prva počela baviti tematikom kulturne informacije u frazemima i ona razlikuje arhetipske, mitološke i religijske informacije, ali razlikuje isto tako i druge moguće izvore kulturnoga sadržaja u frazeološkoj slici kao što su folklor, književnost, publicistika i dr. Zykova smatra da su makrometaforički konceptualni modeli zapravo dubinska značenja frazema koja su kulturno uvjetovana, i da su oni nositelji niza informacija koje se s vremenom talože u frazemima. Te su informacije, kako navodi Zykova, sljedeće: emocionalno-osjetilna, etička i estetska, arhetipska, mitološka, religijska, filozofska i znanstvena.

Nakon četiriju poglavlja slijedi zaključak, a potom i lingvokulturološki rječnik u kojem se objašnjava 17 lingvokulturoloških pojmova ključnih za ovu monografiju. Uz objašnjenje se navode i ekvivalenti pojmova na engleskome.

Nakon iscrpnoga popisa literature s 600-tinjak naslova na samome se kraju donose dva priloga: Prilog I: Primjer konceptualne analize znakovnih sredstava semiotičke sfere verbalne komunikacije (na primjeru *say* i *book*); Prilog II: Karte diferencijacije frazeoloških slika koje nastaju kao rezultat

makrometaforičkih konceptualnih modela: VERBAL COMMUNICATION IS PLAY, VERBAL COMMUNICATION IS TRADE/COMMERCE, VERBAL COMMUNICATION IS JOURNEY.

Monografijom *Konceptosfera kulture i frazeologija: Teorija i metode lingvokulturološkoga proučavanja* autorica kroz integrirani pristup plasira inovativnu lingvokulturološku metodu rekonstrukcije dubinske (konceptualne) osnove značenja frazemā. Primjenjujući metodu lingvokulturološke rekonstrukcije Zykova je pokazala da se spoznajom jezične ličnosti odvija odabir konceptualnoga sadržaja iz različitih semiotičkih područja kulture, njegova sinteza i strukturiranje, te se u konačnici formira konceptualni model koji služi kao izvor frazeološke slike. Osim toga, ona daje izvrstan uvid u povijesni razvoj frazeologije kao jezikoslovne discipline od početaka do danas, a poseban naglasak stavlja na kognitivistiku u frazeologiji. Riječ je o iznimno vrijednome doprinosu ne samo ruskoj i angloameričkoj lingvistici već i suvremenomu jezikoslovlju općenito s obzirom na to da su zaključci o frazeologizaciji temeljeni na analiziranome korpusu od više od 2000 frazeoloških jedinica široko primjenjivi i na druge frazeološke korpuse, ali isto tako i na druge jezike i kulture. Knjiga će zasigurno biti korisna svim filozozima – od studenata preddiplomskih, diplomskih i poslijediplomskih studija pa sve do nastavnika i znanstvenika – i svakako zaslužuje pažnju lingvističke publike s obzirom na to da između ostalog svjedoči o uključenosti Rusije u svjetske lingvističke trendove, a možebitno je i dokaz nametanja novih trendova.

Branka Barčot