

**METAFORIZACIJA POJMA UGOSTITELJSTVA KROZ
PRIZMU POJMA BILJKE**

**METAPHORISATION OF THE CONCEPT OF HOSPITALITY
THROUGH THE PRISM OF THE CONCEPT OF PLANT**

Ivan Milošević

*Akademija strukovnih studija Beograd - odsek Visoka hotelijerska škola, Beograd, Srbija
ivan.milosevic@vhs.edu.rs*

Abstract

This paper deals with the specific metaphorical expressions in the English language typical for the hospitality sector which are conceptually motivated via the concept of PLANT¹. In particular, the paper focuses on the identification of the key conceptual correspondences formed between the target domain of HOSPITALITY and source domain of PLANT responsible for systematic motivation of the meaning(s) of various metaphorical plant-based lexical units in the hospitality jargon. Such a conceptualisation is typically a result of numerous conceptual metaphors, which make up the semantic framework of the units under examination in this paper. The primary objective of this small-scale investigation is the determination of the prototypical conceptual metaphors underlying their semantic structure of the examined expressions, as well as the clarification of the degree to which the recorded metaphors in the hospitality language stem from the concept of PLANT.

Key words: conceptual metaphor, semantic motivation, cognitive linguistics, source/target domain, HOSPITALITY, PLANT, English

Izvod

Predmet ovog rada su specifični metaforički izrazi u engleskom jeziku tipični za sektor ugostiteljstva koji su pojmovno motivisani pomoću pojma BILJKE. Konkretnije rečeno, rad je usmeren na identifikovanje ključnih pojmovnih veza koje nastaju između ciljnog domena UGOSTITELJSTVA i izvornog domena BILJKE koje su zaslužne za sistematičnu motivisanost značenja brojnih leksičkih jedinica koje sarže elemente biljke i ugostiteljskom žargonu. Ovakva konceptualizacija tipično je posledica raznih pojmovnih metafora koje sačinjavaju značenjski okvir jedinica koje se ispituju u ovom istraživanju. Glavni cilj ovog istraživanja manjeg obima je utvrđivanje prototipičnih pojmovnih metafora koje strukturiraju značenje posmatranih izraza kao i osvetljavanje stepena u kojem zabeležene metafore u jeziku ugostiteljstva izvire iz pojma BILJKE.

Ključne reči: pojmovna metafora, semantička motovisanost, kognitivna lingvistika, izvorni/ciljni domen, UGOSTITELJSTVO, BILJKA, engleski

¹ U kognitivnoj lingvistiци prihvaćena je konvencija da se pojmovni domeni i kognitivni mehanizmi pišu malim verzalom.

UVOD

Ovaj rad ima za predmet specifičan leksičko-značenjski segment engleskog jezika iz uže-stručne oblasti ugostiteljstva koji se sastoji od različitih metaforičkih reči i izraza izvorno svojstvenih oblasti (preciznije, pojmu) BILJKE. Konkretnije rečeno, u radu se analiziraju različite leksičke jedinice u pojmovnom domenu UGOSTITELJSTVA na osnovu svog primarnog značenja koje potiče iz domena biljke, što potvrđuju brojni ilustrativni primeri koji potiču iz gorenaznačenog izvornog domena (npr. *to cut hotel stuff*, *to prune the next year's restaurant budget*, *seed capital*, i sl.).

Teorijsko utemeljenje za ovu analizu crpimo iz relativno mlade lingvističke discipline Kognitivna lingvistika, u kojoj se jezik posmatra kao sastavni i neodvojivi deo značenja pojmova koji se dovode u vezu jedni sa drugima, a što počiva na ključnom postulatu ove jezičke discipline o motivisanosti značenja jezičkih jedinica koje potiču iz čovekovog vanjezičkog, tj. pojmovnog sveta utemeljenog u njegovom fizičkom/telesnom iskustvu (Johnson, 1987). Ovo istraživanje je u teorijsko-metodološkom smislu bazirano na radovima koji metaforičku strukturu leksičkih jedinica ne tumače kroz puku proizvoljnost značenja istih u samom jeziku, već kroz motivisanost njihove značenjske strukture koja izvire iz čovekovih (iz)vanjezičkih i nejezičkih dimenzija, počevši od najranijih kao što su Lakoff/Johnson (1980)² i Lakoff (1987), preko Gibbs (1994), Kövecses/Szabo (1996), Boers et al. (2007), sve do najkasnijih poput Dancygier/Sweetser (2014), Gibbs (2015) i Kövecses (2020). Drugim rečima, značenje se posmatra kroz prizmu pojmovnih veza koje se uspostavljaju između različitih oblasti i domena čovekovog bitisanja, a što se reflektuje na jezičku realizaciju reči, izraza i fraza čiji se značenjski sklop ispituje i analizira. Iz ugla uže-stručne oblasti ugostiteljstva kojoj posmatrani metaforični izrazi pripadaju, ovo istraživanje se oslanja na prethodne sematičke analize specifičnih metafora i frazeologizama karakterističnih za pojmove POSLOVANJA/BIZNISA, TURIZMA i HOTELSKOG POSLOVANJA koji se strukturiraju i razumeju na osnovu izvornih pojmova IGRE/SPORTA (Milošević 2016), BRAKA i RATA (Milošević 2017), PLOVIDBE (Milošević 2018) i LOVA (Milošević 2021).

Jezički materijal na kome je ovo istraživanje manjeg obima zasnovano čine brojni primeri metaforičkih izraza preuzetih sa vebsajtova dva najreferentnija radiodifuzna medija na engleskom jeziku (bbc.com i cnn.com) tokom tromesečnog perioda u 2020. godini, a koji imaju dugu tradiciju verodostojnog izveštavanja o dešavanjima u svetu poslovanja i ekonomije na tom govornom području (i šire), samim tim i o dešavanjima u svetu ugostiteljstva i hotelijerstva (kao značajnih grana svake ekonomije i privrede).

Konačno, glavni cilj ovog istraživanja je ispitivanje značenjske strukture leksičko-semantičkog segmenta engleskog jezika u oblasti ugostiteljstva koji sadrži jezičke jedinice čije poreklo potiče iz oblasti biljaka, tj. utvrđivanje

² Lakoff i Johnson smatraju se rodonačelnicima Kognitivne lingvistike.

motivisanosti njihovog značenja kroz paradigmu povezanosti ova dva pojma (UGOSTITELJSTVA i BILJKE). Specifični ciljevi se odnose na izdvajanje i definisanje ključnih kognitivnih mehanizama (tj. pojmovnih metafora) koje su zaslužne za takvo organizovanje i razumevanje značenje metaforičkih izraza ispitivanih u ovom radu.

TEORIJSKE POSTAVKE

Za razliku od tradicionalnog pristupa u proučavanju značenja koji se zasniva na samom jeziku (bez ikakvog osvrta na čovekovu pojmovnu dimenziju), kognitivnolingvistički pristup (Lakoff/Johnson 1980, Lakoff 1987, Gibbs 1994, Gibbs 2015, Kövecses 2006, Kövecses 2020, i dr.) podrazumeva analizu jezičkih jedinica u okviru celokupnog čovekovog vanjezičkog i jezičkog sveta, što uključuje čovekovo fizičko (tj. telesno) iskustvo, njegov pojmovni svet i konačno sam jezik (kao osnovno sredstvo mišljenja i sporazumevanja). Drugim rečima, značenje reči, fraza i izraza nije plod slučajnih i nepovezanih događanja i dešavanja u samom jeziku, već su u izvesnoj meri motivisana različitim pojmovnim vezama koje se uspostavljaju između zasebnih pojmovnih domena koji strukturiraju čovekovu pojmovnu dimenziju, pri čemu jezik služi kao osnovno sredstvo za jezičku realizaciju tih pojmovnih odnosa (Lakoff, 1987). U kontekstu interpretacije značenja, u lingvistici se otvara novo polje proučavanja jezičkih jedinica iz ugla povezanosti pojmova i njihove jezičke realizacije (primarno njihovog značenja), što za posledicu ima viđenje da su izvesna značenja metaforičkih izraza sistematski motivisana i povezana, a ne rezultat čiste proizvoljnosti u samom jeziku. Zahvaljujući ovakvom postavljanju organizacije celokupne čovekove kognitivne dimenzije (sa akcentom na *pojmovno* i *jezičko*, kao povezanim i neodvojivim elementima ljudske mentalne strukture), određeni metaforički izrazi mogu se tumačiti kao proizvod uspostavljanja pojmovnih korespondencija između dva pojma, pri čemu jedan pojam (u slučaju našeg istraživanja, to se odnosi pojam BILJKE) suštinski utiče na pojmovno strukturiranje drugog pojma i jezičku realizaciju odgovarajućih leksičko-semantičkih jedinica (u slučaju našeg istraživanja, to se odnosi na pojam UGOSTITELJSTVA). U tom smislu, ključni kognitivni mehanizam koji uzrokuje ovakve pojmovno-jezičke procese naziva se *pojmovna metafora* (Lakoff/Johnson 1980, Kövecses/Szabo 1996, Kövecses 2002, Kövecses 2020 i dr.).

Kako Lakoff/Johnson originalno navode (1980: 6), metaforu treba razumeti kao metaforički koncept, a ne kao jezički ukras u tradicionalnom smislu te reči, šta kasnije potanko razrađuje Gibbs (1994). U tom smislu, pojmovna metafora se definiše kao osnovni kognitivni „alat“ koji učestvuje u strukturiranju jezika tako što se bazira na preslikavanju pojmovnog okvira jednog domena (pojma) na drugi domen (pojam) i predstavlja ključni mentalni obrazac za razumevanje aspraktnih pojmova na osnovu konkretni stvari (Lakoff/Johnson, 1980). Drugim rečima, pojmovna metafora je odnos između dva pojma, pri čemu se na osnovu strukturnih sličnosti elemenata u oba pojma ciljni pojam razume kao izvorni pojam. Ilustracije radi, a u cilju lakšeg razumevanja ove teorijske postavke,

navešćemo jedan od klasičnih primera pojmovne metafore iz Lakoff/Johnson (1980: 7):

TIME IS MONEY

You're *wasting* my time.

Do you have much time *left*?

I *lost* a lot of time when I got sick.

You're *running out* of time.

This gadget will *save* you hours.

Po njihovim rečima, pojmovna metafora TIME IS MONEY je pojmovno-jezički obrazac koji je sveprisutan u svesti govornika engleskog jezika. Iz samih primera, može se zaključiti da govornici engleskog jezika razumeju ciljni pojam VREMENA (TIME) pomoću izvornog pojma NOVCA (MONEY), što je posledica postojanja jakih korespondencija između elemenata koji strukturiraju oba pojma, a povezuju se na osnovu sličnosti struktura sa jedne strane izvornog pojma NOVCA i sa druge strane ciljnog pojma VREMENA.

Imajući u vidu predmet i ciljeve ovog istraživanja, mi ćemo nastojati da u radu utvrdimo koje pojmovne metafore motivišu pojmovnu povezanost dva ispitivana pojma – izvornog pojma BILJKE i ciljnog pojma UGOSTITELJSTVA, a sve kroz pojmovno-značenjsku prizmu zabeleženih metaforičkih izraza koji se koriste u oblasti UGOSTITELJSTVA a imaju svoj izvor u pojmu BILJKE.

REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Polazeći od osnovnih kognitivnolingvističkih postulata predstavljenih u prethodnom odeljku, ovo istraživanje je usmereno na ispitivanje stepena metaforizacije ciljnog pojmovno-semantičkog segmenta engleskog jezika u oblasti ugostiteljstva na osnovu izvornog pojma BILJKE. Na konkretnijem planu, ovo istraživanje podrazumeva utvrđivanje različitih pojmovnih metafora koje su odgovorne za motivisanost izvesnog broja metaforičkih izraza u engleskom jeziku koji su tipični za domen UGOSTITELJSTVA³, a čija se značenjska struktura prvobitno vezuje za domen BILJKE. Sve pojmovne metafore izdvojene tokom ove analize predstavljaju pojmovne konkretizacije opštije metafore SLOŽENI APSTRAKTNI DOMENI SU BILJKE koju je zabeležio Kövecses (2002), a kasnije, u kontekstu pojma EKONOMIJE i BIZNISA, razradila Vesić (2007) u vidu metafora RAZVOJ TRGOVINE JE RAST BILJKE i PRIKUPLJANJE PRIHODA JE ŽETVA USEVA. U tom smislu, mi ćemo ovde predstaviti ključne pojmovne metafore identifikovane u ovom našem istraživanju manjeg obima, a koje su zaslužne za motivisanost značenje zabeleženih metaforičkih izraza na posmatranoj jezičkoj građi, što će omogućiti *mapiranje*⁴ njihove bazične „kognitivne topologije“.

³ Važno je istaći da se metaforički izrazi zabeleženi i ispitivani u ovom radu odnose i na širi pojam POSLOVANJA, kome pojam UGOSTITELJSTVA i pripada kao uži od njega.

⁴ Pojam *mapiranja* u kognitivnoj lingvistici odnosi se povezivanje/preslikavanje različitih pojmovno-jezičkih komponenti koje leže u osnovi leksičkih jedinica. (Talmy, 2000)

Prilikom opisivanja različitih sektora ugostiteljstva, ili vlasničke strukture hotelskih kompanija, uočljiva je izrazita zastupljenost pojmovne metafore INDUSTRIJA/KOMPANIJA JE BILJKA/DRVO i njena konkretizacija u obliku metafore OGRANAK KOMPANIJE JE GRANA (DRVETA), što ilustruju sledeće metafore:

1) Food and Beverage is the hospitality *branch* most powerfully stricken by the ill-winds of the Covid pandemic. (bbc.com)

2) Our Asian *branches* have doubled the profits in aviation catering sector in the first quarter. (cnn.com)

Pojava novih ugostiteljskih objekata (tipično, restorana, hotela i sl.) neretko se konceptualizuje pomoću dimenzije nicanja biljke kroz pojmovnu metaforu pojava NASTAJANJE NOVIH UGOSTITELJSKIH OBJEKATA JE NICANJE BILJKE i NOVI VIDOVI POSLOVANJA JE NICANJE BILJKE, na šta ukazuju sledeći metaforički izrazi:

3) Hundreds of shady hospitality enterprises *have sprouted* all over Europe since the beginning of the Ukrainian war. (bbc.com)

4) *Green shoots* of digital hospitality services (cnn.com)

Pojmovna metafora POČETNI KAPITAL JE SEME zaslužna je za sledeće metaforičke izraze u svetu ugostiteljstva, a koji izvire iz pojma BILJKE: *seed capital* i *seed fund*.

5) Richard Branson provided *a seed capital* of \$66 million dollars for his space hotels' odyssey. (cnn.com)

6) The key *seed funds* that propel the building of Dubai hotels emanate from the oil industry despite the huge financial progress made in the hospitality sector. (cnn.com)

Proces metaforizacije ugostiteljstva kroz prizmu biljaka takođe je potvrđen i kroz pojmovnu metaforu OSTVARENA DOBIT JE ZDRAV PLOD, što je očigledno na osnovu sledećeg primera:

7) Given the turbulent times in the pandemic era, it will take some time for the hospitality sector in Australia *to bear fruit* again. (cnn.com)

Nadovezujući se na ideju ploda, u istraživanju je zabeležena i metafora *odabir najboljih je ubiranje najslad̄ih plodova*, što je konkretizovano kroz leksičko-semantičku jedinicu *cherry* koja putem konvencionalnog znanja (trešnja se tipično smatra jednim od najslad̄ih plodova), potvrđuje sledeći primer:

8) The best-paying fast-food chains constantly *cherry pick* the best candidates. (bbc.com)

Sledeća pojmovna metafora koja je motivisala značenje izvesnog broja posmatranih izraza u domenu UGOSTITELJSTVA na osnovu domena BILJKE je USPEŠAN RAZVOJ UGOSTITELJSTVA JE CVETANJE BILJKE, o čemu svedoče zabeleženi primeri:

9) The *blossoming* of Hilton's relations with Asian countries comes as ties with the traditional partners have started to fray over the last decade or so. (bbc.com)

10) Jamie Oliver's restaurant business *had been flourishing* for quite a while before a few inconsiderate moves put a definite nail in the chef's gastronomic coffin. (bbc.com)

11) Asian casino market *in full bloom* (cnn.com)

12) *Budding* entrepreneurs in the restaurant sector is, for what it's worth, a matter of the remote past (bbc.com)

13) The *mushrooming* of boutique hotels is taking place around the country. (bbc.com)

Smanjenje poslovne aktivnosti, produktivnosti ili broja zaposlenih u svetu ugostiteljstva veoma često se iskazuje kroz pojmovnu metaforu SMANJENJE PRODUKTIVNOSTI JE KRESANJE BILJKE, tj. konkretnije, SMANJENJE BROJA ZAPOSLENIH JE KRESANJE GRANA BILJKE, na šta upućuju ovi primeri:

14) But, the hotel group claims that the the management levels *have been pruned* to 6, which is quite awkward to comprehend. (bbc.com)

15) Who is going to take the blame for countless job *cuts* in the restaurant business all over the UK in the first year of the pandemic? (bbc.com)

U sličnom duhu, nepotrebna ili beskorisna radna snaga konceptualizuje se kao „mrtvo tkivo“ biljke ili drveta, na šta ukazuje metaforički izraz *dead wood* u sledećem zabeleženom primeru:

16) „Our company needs to cut back on personnel and get rid of the *dead wood*, which is quite unpopular, yet essential“ the CEO told CNN (cnn.com)

Pojmovna metafora, NEUSPEH U POSLOVANJU JE UVENUĆE BILJKE, odnosi se na poslovni neuspeh i propadanje određenih segmenata u ugostiteljskoj i hotelskoj industriji, što to ilustruju primeri poput:

17) The majority of independent bars with no „safety nets“ to rely on are doomed *to wither* in the next few months. (bbc.com)

18) The *waning* of the restaurant industry is but a mere misconception. (bbc.com)

Analizom pojmovno-značenjske strukture izvesnog broja zabeleženih metaforičkih izraza u engleskom jeziku koji se tipično koriste u svetu poslovanja (konkretnije, u našim primerima u domenu UGOSTITELJSTVA kao užem delu šireg pojma POSLOVANJA), utvrdili smo da različite metaforičke konkretizacije (podmetfore), koje izvire iz opštije metafore SLOŽENI APSTRAKTNI DOMENI SU BILJKE (Kövecses 2002), sistematski motivišu uspostavljanje različitih pojmovnih veza između ciljnog domena UGOSTITELJSTVA i izvornog DOMENA biljke – INDUSTRIJA/KOMPANIJA JE BILJKA/DRVO, OGRANAK KOMPANIJE JE GRANA (DRVETA), NASTAJANJE NOVIH UGOSTITELJSKIH OBJEKATA JE NICANJE BILJKE, POČETNI KAPITAL JE SEME, USPEŠAN RAZVOJ UGOSTITELJSTVA JE CVETANJE BILJKE, NEUSPEH U POSLOVANJU JE UVENUĆE BILJKE. Ove zabeležene pojmovne metafore ukazuju na veoma specifične rezultate ovog istraživanja, a odnose se na to da se raznovrsni poslovni entiteti i aktivnosti u oblasti ugostiteljstva mogu razumeti kao životni ciklus biljke, te se iz takve pojmovne i

strukturne sličnosti dvaju domena mogu izvući sledeće ključne strukturne paralele oličene kroz sledeće konkretizacije utvrđenog pojmovnog mapiranja:

- *poslovanje se razume kao biljka*
- *nastanak poslovnog entiteta ili početak poslovne aktivnosti razume se kao nicanje biljke*
- *kapital se razume kao seme*
- *razvoj poslovnih entiteta/aktivnosti razume se kao rast biljke*
- *uspešnost poslovne aktivnosti razume se kao cvetanje biljke*
- *propadanje poslovanja razume se kao uvenue biljke*

Ovaj sumiran prikaz pojmovne povezanosti različitih elemenata u pojmu UGOSTITELJSTVA (kao delu pojma POSLOVANJA) i pojma BILJKE nedvosmisleno ukazuje na doslednu motivisanost značenja metaforičkih izraza zabeleženih u domenu UGOSTITELJSTVA posredstvom izvornog domena BILJKE kome te jezičke jedinice prvobitno pripadaju.

ZAKLJUČAK

Ispitivanje jednog specifičnog leksičko-značenjskog segmenta engleskog jezika u oblasti UGOSTITELJSTVA čija metaforičnost potiče iz izvornog pojma BILJKE potvrdila je da je značenjska struktura posmatranih jezičkih izraza u izvesnom stepenu motivisana sistematskim uspostavljanjem pojmovnih korespondencija između gore navedenih pojmova (tj. Oblasti). Konkretnije rečeno, ispitivanje pojmovno-značenjskog okvira zabeleženih metaforičkih izraza iz oblasti UGOSTITELJSTVA dovelo je do zaključka da su oni nedvosmisleno posledica pojmovnih sličnosti ovog ciljnog pojma (ugostiteljstva) i izvornog pojma BILJKE, a čiji pojmovni (samim tim i jezički) elementi učestvuju u strukturiranju pojmovno-značenjskog okvira posmatranih leksičkih jedinica i njihovog značenja. Ovo strukturno povezivanje neposredan je rezultat delovanja krovne pojmovne metafore UGOSTITELJSTVO JE BILJKA (i različitih podmetafora koje iz nje izvire) pomoću koje se, na osnovu uspostavljenih pojmovno-značenjskih veza, posmatrani elementi u domenu UGOSTITELJSTVA mogu razumeti, tumačiti i objasniti zahvaljujući strukturnoj sličnosti sa domenom BILJKE.

REFERENCE

- Boers, F., Eyckmans J. i Stengers H. (2007). *Presenting Figurative Idioms with a Touch of Etymology: More than Mere Mnemonics*. SAGE Publications.
- Gibbs, R.W. (1994). *The Poetics of Mind*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gibbs, R.W. (2015). Metaphor: in Dabrowska, E&Divjak, D. (eds), *Handbook of cognitive linguistics* (No.39). Berlin: Mouton de Gruyter.
- Dancygier, B., & Sweetser, E. (2014). *Figurative language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Johnson, M. (1987). *The Body in the Mind: The Bodily Basis of Meaning, Reason and Imagination*. Chicago: University of Chicago Press.

- Kövecses, Z. (2002). *Metaphor - A Practical Introduction*. New York.: Oxford University Press.
- Kövecses, Z. (2006). *Language, Mind and Culture*. New York: Oxford University Press.
- Kövecses, Z. (2020). *Extended conceptual metaphor theory*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kövecses, Z i Szabo, P. (1996). Idioms. A View from Cognitive Semantics. *Applied Linguistics* 17-3:326-355.
- Lakoff, G. (1987). *Women, Fire and Dangerous Things*. Chicago: Chicago University Press.
- Lakoff, G. i Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live By*. Chicago: University of Chicago Press.
- Milošević, I. (2016). Razumevanje pojma POSLOVANJA na osnovu pojmova IGRE/SPORTA na primeru idioma u poslovnom engleskom jeziku. *Turističko poslovanje, br. 18*. Beograd: Visoka turistička škola, 65–72
- Milošević, I. (2017). Strukturiranje pojma HOTELSKOG POSLOVANJA na osnovu pojmova BRAKA i RATA/RATOVANJA na primeru idioma u poslovnom engleskom jeziku. U: Čomić, Đ (ur.), *HOTELink 2017, 29–30*. Beograd: Visoka hotelijerska škola strukovnih studija, 124–131.
- Milošević, I. (2018). Metaphorical structuring of the concept of HOTEL BUSINESS in terms of the concept of SAILING in the English language. In: Čomić, Đ (ed.), *HOTELPLAN 2018, Vol. 1, 821–825*. Belgrade: The College of Hotel Management.
- Milošević, I. (2021). Metaforičko strukturiranje pojmovno-jezičkog domena poslovanja na osnovu domena lova. *E-HotelLink, Broj 1*. Beograd: Akademija strukovnih studija Beograd, 107–113.
- Talmy, L. (2000). *Toward Cognitive Semantics* (2 vols). Cambridge, MA: MIT Press.
- Vesić, T. (2007). *Metafore u engleskom i srpskom jeziku čiji je izvorni domen pojam biljke*. Magistarski rad. Beograd. Filološki fakultet.

VEBSAJTOVI

www.bbc.com/news/business
www.edition.cnn.com/business