

Маја П. Станојевић Гоцић¹

Висока школа примењених струковних студија
Врање

МЕТАФОРЕ У СРПСКОМ ЈЕЗИКУ ЧИЈИ ЈЕ ЦИЉНИ ДОМЕН ПОЈАМ МОБИЛНОГ ТЕЛЕФОНА

У раду се истражује појава појмовних метафора у области модерних мобилних технологија у оквиру когнитивне лингвистичке теорије. Циљ рада је да се идентификују и објасне метафоре код којих појам мобилног телефона представља циљни домен. Предмет рада су онтолошке метафоре уочене у корпусу, а корпус сачињавају чланци о најновијим достигнућима на пољу мобилне телефоније објављени у дневним новинама на српском језику. На тај начин смо показали како се путем процеса појмовног пресликавања из изворног у циљни домен појам мобилног телефона може објаснити помоћу бројних других појмова и приказали језичке манифестације које настају у процесу пресликавања.

Кључне речи: мобилни телефон, појмовне метафоре, појмовни домен, појам, пресликавање

Увод

Развој високих технологија довео је, поред компјутера, до појаве великог броја савремених и модерних машина и апарата који могу бити предмет метафоричке концептуализације. Упоредо се развојем савремених технологија развија се и језик у оквиру њима одговарајућих регистра, и то не само у погледу стручних термина, неологизама, нових речи, сложеница, фраза и клишеа, већ поменуто мноштво нових појмова подлеже и процесу метафоричке концептуализације, што резултира појавом појмовних метафора. Оне прожимају све области нашег искуства и деловања, представљају начин на који мислимо, а данас обухватају и појмове мобилног телефона, таблета, фаблета, итд., и донекле се разикују од метафора машина о којима говори Кевечеш (Kövecses 2010), јер су то, као и компјутери, савремени уређаји који омогућују савремени начин комуникације. На тај начин се са развојем информационих, дигиталних, мобилних и других савремених технологија развија и језик мобилних технологија, који упоредо са ширењем употребе мобилних телефона полако прелази из сфере стручног, техничког језика у свакодневни говор. Наиме, комуницирање овим језиком није резервисано искључиво за професионалце из области мобилних технологија, већ и за обичне људе, тј. разноврсну популацију за коју су мобилни телефони постали

1 majastanojevic30@gmail.com

неизбежан део свакодневног живота. Због тога се појам мобилног телефона објашњава помоћу других, најчешће конкретнијих или искуствено ближих појмова. Циљ рада је идентификација и описивање појмовних метафора код којих појам мобилног телефона представља циљни домен. Након уводног дела у коме је образложен теоријски оквир истраживања приступило се анализи прикупљене грађе.

1. Теорија појмовних метафора

Лејкоф и Џонсон (Lakoff, Johnson 1980) су родоначелници теорије појмовних метафора јер су дефинисали метафоре као основне концептуалне појаве које представљају начин на који мислимо и делујемо због чега се и називају појмовне (концептуалне) метафоре. Као такве оне су више когнитивни него лингвистички феномен, јер су део не само језика, већ и мишљења које је метафорички концептуализовано. Наиме, наш концептуални систем, помоћу којег мислимо и делујемо, у суштини је метафоричан (Lakoff, Johnson 1980: 3). Као таква, метафора постаје основни образац по коме људи концептуализују своје искуство и спољни свет (Gibbs 1994: 1).

Метафора се више не посматра само као стилска фигура или језички украс у оквиру поетског или реторичког начина изражавања. Пошто је метафора, према когнитивном лингвистичком моделу Лејкофа и Џонсона, концептуане природе, она престаје да буде искључиво средство креативне литерарне имагинације и постаје когнитивни инструмент без којег ни песници ни обични људи не могу (Kövesces 2010: ix). Метафоричка концептуализација се одвија несвесно, односно аутоматски, тако да свакодневно користимо многобројне метафоричке изразе, а да тога нисмо свесни јер о њима не размишљамо.

Метафора, како наводи Кликовац (2008) подразумева и разумевање и виђење једног искуственог домена помоћу другог, при чему су сликовне метафоре когнитивно простије јер су им изворни и циљни домен менталне слике, док су појмовне метафоре као предмет разумевања сложеније, пошто су им изворни и циљни домен појаве. Данас се под метафорама најчешће подразумевају појмовне метафоре. Појмовне метафоре омогућавају разумевање једног појма помоћу другог (Lakoff, Johnson 1980: 5), односно разумевање једног појмовног домена помоћу другог. Метафоре, дакле, обухватају постојање два појмовна (концептуална) домена: изворни и циљни, а оба домена чине појмови. Док је изворни домен углавном конкретан, искуствено ближи или структурисан, циљни домен је углавном апстрактан, односно искуствено даљи, па се објашњава помоћу циљног домена. Метафоре се, по правилу, наводе великим словима према типичном обрасцу по коме се формулишу, а то је: **ЦИЉНИ ДОМЕН ЈЕ ИЗВОРНИ ДОМЕН**.

Оба домена су повезана помоћу појмовног пресликавања. Метафоричка концептуализација омогућава пројектовање одређених структура из изворног домена на циљни домен, тј. њихово пресликавање из извор-

ног у циљни домен. При том се структурисањем појмовних домена истовремено структурише и стварност. Пресликавају се поједини аспекти искуства, који се желе истаћи, и тим путем се појмови циљног домена објашњавају помоћу искуствено ближих појмова из изворног домена. На тај начин се може остварити метафоричка репрезентација било које области искуства. Пресликавања су фиксна и систематска јер пресликавање подразумева постојање извесних кореспонденција између два домена. То је, у ствари, постојање скупа систематских онтолошких кореспонденција (Klikovac 2004: 13) где група елемената из једног домена одговара групи елемената из другог домена (Erić Bukarića 2013: 171). Пошто процес пресликавања није арбитран, већ систематски и уређен, метафоре су конвенционализоване. Што се тиче мотивисаности самог процеса пресликавања, он је, с једне стране, утемељен у људском искуству (опажајном или телесном), а с друге стране, културно условљен. О универзалности метафора у смислу њиховог постојања у свим језицима и свим културама не може бити речи, али су метафоре, осим у искуственом погледу, више или мање културно условљене.

Метафора као когнитивни механизам има и језичке и ванјезичке манифестације, а у језику се осликава у метафоричким изразима као начинима да се оне уоче и експлицитно формулишу (Bročić 2012: 119). Метафоре се реализују у језику помоћу метафоричких израза који се црпу из изворног домена као конкретнијег појмовног домена и представљају лексеме, изразе, фразе или клишее као површинске реализације метафора. Помоћу њих се метафоре конкретизују, тј. постају видљиве или уочљиве.

2. Предмет рада и корпус

Предмет истраживања је метафоричка концептуализација чији је циљни домен појам мобилног телефона. Као корпус су послужили текстови објављени у листовима *Блиц* у рубрици ИТ, *Новости* у рубрици под називом *Технологије* и *Данас* у рубрици *Commedia* у периоду од 15. 2. 2014. до 23. 8. 2014. У корпусу се помињу искључиво најновији модели мобилних телефона. У раду су пре свега, идентификоване и објашњене онтолошке појмовне метафоре које се појављују у корпусу са појмом мобилног телефона као циљним доменом. У том смислу као циљни домен користе се појмови *мобилни шелефон*, *паметни шелефон*, *паметни уређај*, *смарт шелефон*, *мобилни уређај*, *ајпарт*, *ајпартура* и *смартфон*, са истим значењем, као и термин *модел* са сличним значењем. Иако се англицизми користе са мањим или већим степеном адаптације и пролазе кроз процес транскрипције и транслитерације, многи од њих нису у складу са нормом српског језика и неприлагођени су српском језику чак и у правописном погледу. Такве термине из домена мобилних технологија смо навели у оригиналу, односно латиничним писмом како су првобитно наведени у новинским текстовима. Сматрамо да су термини *смарт шелефон* и *смартфон* као туђице (позајмљенице) примери нео-

правдане или некритичке употребе англицизама. Овде није у питању струковна, већ статусна употреба англицизама.

Текстови који су коришћени припадају научно-популарном дискурсу софистицираних мобилних технологија. Конципирани су тако да се у њима рекламирају нови модели мобилних телефона, као и да се читаоци обавештавају о новинама, односно најновијим достигнућима из области мобилне телефоније, што не искључује могућност да се у текстовима који припадају другачијем жанру појављују и друге врсте метафора. Издвојени текстови дају практичне информације о новим моделима мобилних телефона и објашњавају њихове карактеристике. Они су шутири у погледу других информација и не може се рећи да су богати метафорама или да њихово појављивање има неку другу сврху осим да представи појам мобилног телефона као циљни појам помоћу других појмова и на тај начин га материјализује, конкретизује и учини искуствено доступним. Метафоре се овде не користе као средство манипулације, као што то може бити случај у другим дискурсима, али имају убеђивачку моћ. Наиме, како напомињу Ђуровић и Силашки (2009: 154) метафоре имају убеђивачку моћ јер се њима могу изразити вредносни судови, било да се посматрају као језичке фигуре у традиционалном смислу или у смислу који предочавају Лејкоф и Џонсон (Lakoff, Johnson 1980) као когнитивне способности. Оне истичу да метафоричка систематичност као основна идеја појмовних метафора подразумева разумевање једне појаве на основу друге појаве и неминовно доводи до умањења важности или прикривања појединих аспеката те појаве, али и истовременог истицања неких других аспеката. Према томе, пошто су текстови прилично једнолични и садрже прегршт устаљених формулација које се понављају, појмовне метафоре у њима су оскудније и мање приметне него што би биле у другачијој врсти текстова. Овом приликом смо издвојили оне метафоре које су најочљивије у одабраном корпусу.

3. Резултати истраживања и анализа

У раду смо анализирали онтолошке метафоре јер су структурне и просторне метафоре у нашем корпусу малобројне, делимично услед чињенице да појам мобилног телефона већ поседује структурне елементе. Кевечеш (Kövecses 2010: 39) дефинише онтолошке метафоре као оне код којих су изворни домени физички објекти, супстанце или садржајељи. Сагледавајући персонификацију као облик онтолошке метафоре, он предочава да су у њој људске одлике додељене нељудским ентитетима, што омогућава њихово боље разумевање, као у примеру *The computer went dead on me*. Компјутер, наводи он, није људско биће, али му је дата особина умирања. Метафоре које обухватају појам компјутера, било као изворни или циљни домен су сличне метафорама машина, на чију појаву је утицао процес индустријализације (Goatly 2007: 103). Међутим, компјутери се умногоме разликују од старомодних машина, јер је наше знање конвенционализовано да би језичка заједница користила

ове машине као најсофистицираније машине данашњице за разумевање апстрактних сложених система, па компјутер данас служи као изворни домен за разумевање функционисања људског ума (Kövecses 2010: 161). Према томе, људски ум је најпре концептуализован као машина, а са појавом рачунара и као компјутер. Стога Кевечеш (Kövecses 2005: 27) с правом примећује да метафоричка концептуализација није монолитна јер циљни појмови нису ограничени на само један изворни појам. Она такође није монолитна ни у времену нити у одређеној култури, јер промена у метафоричкој концептуализацији није случајна, већ умногоме зависи од ширег културног контекста.

Просторне (оријентационе) метафоре у корпусу су малобројне попут вертикалних метафора МОЋ ЈЕ ГОРЕ, ВИШЕ ЈЕ ГОРЕ или ВИСОК СТАТУС ЈЕ ГОРЕ, чија је језичка манифестација израз *висока технологија*, у следећим примерима:

- (1) Обликован уз помоћ *врхунских* материјала, ...
- (2) Тест Samsung Galaxy S5 представља *врх* понуде јужнокорејског произвођача.
- (3) Ипак још већи *распи* се очекује на тржиштима попут Индије, где ће захваљујући *великом распи* популарности паметних мобилних телефона приходи од мобилних апликација *пораспи* 8,7 пута до 2017.

Структурне метафоре омогућавају да се циљни појам разуме помоћу структуре изворног појма (Kövecses 2010: 37) и оне су широко распрострањене у језику. Код њих се један појам рационализује помоћу другог структурисанијег и јасно дефинисаног појма, односно појам који је мање структурисан објашњава се помоћу појма који је структурисанији. Од структурних метафора издвајамо метафору МОБИЛНИ ТЕЛЕФОН ЈЕ МОЗАК, јер мобилни телефон има своју меморију, своје функције и процесе, као и активност и интуицију, а може имати и вирусе и бити подвргнут скенирању или другим поступцима „лечења”.

- (4) Главна одлика овог уређаја је револуционарна *функција* Zoom Ring, која омогућава да се на једноставан начин приступи свим кључним *функцијама* кроз *иниуитивни* контролни систем.
- (5) Апликације и *процеси* остају *активни* и *оштерећују* меморију још дуго након што су престали да буду корисни.
- (6) На тржишту постоји огроман број апликација које раде као *антивирус*, а уколико користите Андроид уређаје, готово је обавезна оваква заштита јер је већина *вируса* управо направљена за те уређаје.
- (7) Kaspersky Fake ID Scanner *скенира* паметне телефоне и таблет и открива *слабости* које могу да *угрозе* корисникове драгоцене податке, приватности, чак и новац.

Ова метафора, која је данас постала дубока укореењена, произилази из метафоре КОМПЈУТЕР ЈЕ МОЗАК, јер паметни телефони обављају функције које обављају савремени рачунари и садрже исте компоненте.

Што се тиче онтолошких метафора, у корпусу се мобилни телефон најчешће концептуализује помоћу изворног домена бића, када му се приписују особине живог бића. Уочена метафора МОБИЛНИ ТЕЛЕФОН ЈЕ НЕСТВАРНО БИЋЕ може се посматрати као део веће метафоре МОБИЛНИ ТЕЛЕФОН ЈЕ БИЋЕ.

1. МОБИЛНИ ТЕЛЕФОН ЈЕ БИЋЕ

- (8) Мало „чудовиштие” стиже из Sonya и то је трећа генерација Xperia Z модела, са ознаком Z2.

Према томе, метафоричка репрезентација телефона као особе омогућује му да поседује одређене људске особине и огледа се најпре у метафори МОБИЛНИ ТЕЛЕФОН ЈЕ БИЋЕ, а најчешћа конкретизација ове метафоре је метафора МОБИЛНИ ТЕЛЕФОН ЈЕ ЧОВЕК. Мобилни телефон је персонификован и представљен као особа којој се приписују особине и дела својствена човеку. Свакако најпознатија реализација ове метафоре је случај када именица телефон колоцира са придевом *паметни*. Уз то, телефон је представљен као особа која обавља одређене радње, тј. наглашава се да је телефон тај који обавља радње, а не његов корисник.

- (9) Док пијете пиво са другарима, телефон *сам шаље поруке* вашој девојци.
- (10) Телефон *ради на* последњој верзији оперативног система Андроид који је „*пресвучен*” у нову верзију HTC Sense interfejsa.
- (11) У Хилтону ће смартфон *замениши* кључеве и рецепцију. Уз *помоћ* своје апаратуре, гост ће моћи и да отвара врата собе.
- (12) Уређај *поседује* HD Super AMOLED дисплеј од 4,7 инча, као и HDR камеру за снимање и фотографисање.

Наглашавају се поједине одлике које телефон има, односно поседује.

- (13) Главна *одлика* је fullHD дисплеј од пет инча који је *порекивен* трећом генерацијом Gorilla Glass и *поседује* јединствену технологију ClearBlack.
- (14) Амерички софтверски гигант Microsoft објавио је да је произвео телефон Lumia 530 досад *најириспућачнији* телефон из ове серије понудивши велики број иновација.
- (15) Већ на први поглед овај телефон ће вас *посетиши* на iPhone због свог дизајна.
- (16) Ипак, Samsung Galaxy S5 заиста *заслужује све похвале*, јер је реч о смартфону који *представља* сам врх андроид тржишта.
- (17) Као ниједан „самсунг” до сада, S5 у руци *одаје ушисак* изузетно *елегантног* и *издржљивог* модела направљеног од квалитетних материјала (телефон је *добрио и сертифициран* за отпорност на прашину и воду).
- (18) По спецификацијама доста *личи на* модел Lumia 525, ...
- (19) Galaxy S4 zoom, такође, *има* и Самсунгов популарни *паметни режим рада*, Smart Mode,...
- (20) Ако бисмо овом моделу баш морали да пронађемо *ману*, ...

- (21) Уз фотографске *способности*, Galaxy S4 zoom има много других...
- (22) ...корисници ће моћи да искористе пун *пошеницијал* нове S петице.
- (23) ... а може и да се „скупи” на величину ајфона.
- (24) *Савиљиви* смартфон
- (25) Самсунг већ почео да *исмева* iPhone 6
- (26) Овај телефон је направљен да *издржи много ствари*. *Пад са два метра, дубину воде од метар и по, прашину, ударце и озребошине*.
- (27) ... па је тако за најбољи *најпредни* смарт телефон проглашен LG G3, ...
Телефон обавља различите радње.
- (28) Galaxy K zoom је нови смарт телефон који *стаја* напредну технологију дигиталног фото-апарата са телефоном.
- (29) Када год погледате неки видео на Инстаграму он га *сачува* у кеш меморији како би га следећи пут брже *покренуо*, односно како га не би *скидао* са интернета.
Телефон има физиологију и тело живог бића.
- (30) Андроид Л оперативни систем биће једна од највећих *промена* коју ће *доживети* Google телефони.
- (31) Колико год „мучили” телефон (...), „Samsung Galaxy S5” вас *неће оставити* са празном батеријом, што значи да *остаје* „будан” око 13 часова, ...
- (32) На *леђима* је испод елегантног поклопца постављена одлична камера од 16 мегапиксела, ...
- (33) Тастери су лепо уклопљени у „*шело*”, ...
- (34) Цео уређај *тежи* око 100 грама и *има мере* 90x50x20 милиметара.
- Наведени примери показују да метафоричка значења могу бити изведена из сопствених телесних искустава. Тако Кевечеш (Kövecses 2010: 18) наводи да је људско тело идеалан изворни домен јер је јасно дефинисан, верујемо да га добро познајемо и користимо га да разумемо друге домене.
- Наглашава се да телефон сам доноси одређене иновације на пољу мобилне телефоније.
- (35) Galaxy S4 zoom, такође, *доноси* Touchwiz кориснички интерфејс *осетљив* на додир, који омогућава *прилагођавање* различитих аспеката уређаја сопственом укусу, ...
- (36) Премијум модел кинеског произвођача *доноси* неколико *унапређења* и приступачну цену због које ће се *допаст* корисницима.
- (37) Huawei *нуди* већи екран и другачије димензије.
- (38) Овај модел *пружа најпредну заштити* података путем нове технологије скенирања прста, као и сјајно Wi-Fi *повезивање*.
- Потребна му је и одређена заштита.
- (39) У случају да телефон *падне* у песак, ...
- (40) Уз мало среће, ваш телефон ће бити *сасен*.
- (41) *Заштити* телефон на плажи

У оквиру ове метафоре уочили смо поједине метафоре које представљају њен део, као део веће метафоре, у којима се наглашава неки део личности. Међу њима издвајамо метафору МОБИЛНИ ТЕЛЕФОН ЈЕ ПРИВЛАЧАН ЧОВЕК и МОБИЛНИ ТЕЛЕФОН ЈЕ ПАМЕТАН ЧОВЕК, када се наглашавају изглед и физичке способности, као и прилагодљивост.

- (42) КАДА се појави нови телефон на тржишту, обично се уз њега везују епитети „*бољи, бржи, паметнији*”.
- (43) Тајвански произвођач је још једном успео да произведе *јединствен и леи* уређај.
- (44) Израђен од 90 одсто метала, и то брушеног алуминијума, што га чини *визуелно привлачним* и лаким за држање.
- (45) Уједно није превише *шежак*, па је коришћење олакшано чиме ће покушати да *привуче* купце..
- (46) Huawei Ascend P7 Arsenal *посебан печат оставља* захваљујући *софистицираном* металик *изгледу*, док задња површинска обрада има тзв. спин ефекат micropatern дизајн. Иако *шанак и елегантан*, нови модел *ошторнији* је од својих претходника, ...
- (47) ... *идеалан* за уживање у фотографијама и видео-записима.

Када се наглашавају особине телефона напомиње се да су то пожељне и привлачне особине, пре свега физичке карактеристике. Осим тога, могу се нагласити поједине друштвене или породичне улоге које мобилни телефони обављају, па се у оквиру метафоре МОБИЛНИ ТЕЛЕФОН ЈЕ ЧОВЕК јавља више подметафора. Наиме, телефон може бити персоналификован као човек који подучава, путује, такмичи се, ратује, итд., што показују следећи примери.

2. МОБИЛНИ ТЕЛЕФОН ЈЕ УЧИТЕЉ

- (48) Мобилни телефони *описмењују*
- (49) Истраживање које је спровела Организација Уједињених нација за образовање, науку и културу (УНЕСКО) показало је да мобилни телефони *шерају људе да све више читају* у земљама у којима су књиге реткост а неписменост велика.

3. МОБИЛНИ ТЕЛЕФОН ЈЕ ПУТНИК

- (50) Sony Mobile је крајем протекле седмице на Private View забави прославио *долазак* елегантног Xperia T3 паметног телефона на српско тржиште.
- (51) ... а притом *долази* и у три елегантне боје...
- (52) Недавно је *стигао* у Србију и први модел са 2К дисплејом, ...
- (53) Као што се очекује од *водеће* модела за ову годину, *долази са* последњом доступном верзијом Андроид оперативног система.
- (54) *Ход* тастера је правилан и тачан и увек знате кад сте извршили притисак.
- (55) ...Galaxy S4 zoom има много других забавних функција, укључујући нови Samsung Hub, *јединствену дестинацију* за најновију музику, видео снимке, књиге и игрице, док Group Play омогућава корисницима да, *иушем* бежичне мреже, размене нове песме или игрице ...

(56) ...док је као и свој *претходник* отпоран на воду, ...

Ова метафора је блиско повезана са метафорама кретања и метафором путовања, што се на најбољи могући начин огледа у самом придеву *мобилни*. Оне се представљају помоћу сликовне схеме путање као померања са једне локације на другу. Ђуровић и Силашки (2009: 155-157) наводе да сликовна схема КРЕТАЊА И ПУТАЊЕ, или, према Лејкофу (Lakoff 1987), трипартитна сликовна схема ПОЧЕТАК-ПУТАЊА-ЦИЉ, лежи у основи појма ПУТОВАЊА и омогућава одређивање положаја неког предмета у датом тренутку, смера и стварног одредишта предмета. Одговарају јој почетна тачка, путовање и крајња тачка путовања, које се пресликавају на разне домене. Такође, метафоре се могу објашњавати помоћу метафоричких сценарија (Musolf 2006). У том смислу, основна схема метафоричког сценарија ПУТОВАЊА је: почетак-путања-циљ.

Путем ове метафоре мобилни телефон је персонификован и концептуализован као човек који путује и долази на своје одредиште, а то одредиште представља тржиште мобилних телефона или се кретање односи на делове мобилног телефона, који су такође *мобилни* и долазе до других делова телефона. У примеру (55) издваја се подметафора МОБИЛНИ ТЕЛЕФОН ЈЕ ДЕСТИНАЦИЈА ка којој, као крајњем одредишту (односно ка појединим његовим деловима) путују одређени подаци. Такође, телефон се може кретати у времену (или бити ентитет који се креће) и имати своје претходнике. Уз то може бити представљен као путник који путује заједно са својим корисником у изразу *идеалан сајушник*. Дестинацију ка којој путује мобилни телефон може представљати и сам корисник, тачније његова рука:

(57) ... у руке нам је *дошао* и One M8.

Појам мобилног телефона уско је повезан и са појмом саобраћаја који представља један вид кретања, посебно на интернету, што одсликава израз *интернет саобраћај*. Због тога се за његово описивање користи лексика из домена саобраћаја и метафорички изрази: *лансирање модела*, *сурфовање* или *навигација*.

(58) Непостојање оквира пружа нове могућности *навигације*.

(59) Палета телефона АС биће најпре *лансирана* крајем месеца у Јапану ...

(60) Прошле године тајванска компанија није искористила МWC сајам за *лансирање* новог „најјачег” модела.

(61) Срби све више *сурфују* на телефонима

(62) Како подсећају у Теленору, уз нове постпејд тарифне *пакете* сви корисници добијају *брзи интернет саобраћај* како би могли да искористе све предности паметних телефона.

(63) Србија је друга земља у источној Европи по уделу *мобилног саобраћаја* на интернету. Дестинацију ка којој путује мобилни телефон може представљати и сам корисник, тачније његова рука:

(64) ... у руке нам је *дошао* и One M8.

(65) Ево како да *убрзате* ваш андроид телефон.

(66) У овом сегменту В15Q се налази у доњој категорији, што значи да га *покреће* слабији processor.

(67) ... и ти подаци временом почну да *успоравају* телефон.

4. МОБИЛНИ ТЕЛЕФОН ЈЕ ТАКМИЧАР

(68) Према неким најавама, Амазон би требало да *представи* телефон који ће се *такмичити* са *водећим* уређајима компанија Apple, Samsung и HTC.

(69) HTC One (M8) успео је да *надмаши* прошлогодишњи модел који је покупио бројне награде као најбољи телефон.

(70) Такође у скорој будућности се очекује неколико нових телефона који би требало да буду *конкурентни* на тржишту.

(71) Батерија јесте у *рангу* с *конкуренцијом*, ...

(72) У овом сегменту P7 се не *издваја* посебно у односу на *конкурентске* моделе.

(73) Нови Ascend P7 (...) *наставља* *успех* модела Huawei Ascend P6.

(74) Мало је *ривалства* у свету мобилне телефоније попут оног које праве HTC и Samsung у премијум сегменту, а након што смо *испитали* Galaxy S5...

(75) ...HTC One је данас *проглашен* за најбољи паметни телефон, ...

(76) ...награда *одаје признање* паметном телефону за који судије верују да је *ајсолућно* најбољи у целој индустрији.

(77) Модел који хардверски може да *конкурише* било ком Андроиду на тржишту.

(78) Финска телекомуникациона компанија била је *водећи* произвођач мобилних апарата, али су *вођство* *преузели* смартфонски оперативним системом Андроид.

(79) Годину дана након што је *представљен* на тржишту прошлог фебруара, HTC One је и даље у *првом плану* индустрије мобилних уређаја и *поставља стандарде* уз помоћ бројних иновација.

(80) Гуглов оперативни систем „андроид” сада се налази у 85 одсто продатих смартфона у свету, што је нов *рекорд*.

(81) Крајем прошле године компанија Леново је најавила озбиљно *укључивање* у *шрку* на тржишту мобилних телефона.

(82) Након што су оба модела „one” (M7 и M8) *добрала* бројне награде и за дизајн и за функционалност, логично је да тајвански произвођач неће мењати *рецепт* *успешности*.

(83) То је друга година за редом да Huawei *добија признање* реномиране европске куће која тестира електронске уређаје, с обзиром на то да је ову *ласкаву шишулу* прошле године понео ултра танки Ascend P6 ...

(84) *Прво место* на *листи* најпродаванијих смартфона у Кини заузео је непознати локални произвођач „Сиаоми”, *пошиснувши* са чела гиганта Самсунг.

5. МОБИЛНИ ТЕЛЕФОН ЈЕ РАТНИК

- (85) *Офанзива* Windows телефона се наставља, а главни произвођач је Nokia.
- (86) Lumia ће *проширити домети* Windows Phona....
- (87) Вода, сунце, песак - *непријатељи паметног* уређаја
- (88) У смислу интерфејса нема великих промена, начин нотификација је мало унапређен, као и *команде* приликом пребацивања апликација.

Мобилни телефон од човека који се такмичи на тржишту мобилне телефоније прераста у човека који ратује како би се изборио за своје место на њему. Такође, он поседује многе непријатеље, што је један од видова коришћења језика рата у промотивне сврхе и пресликавања аспеката везаних за рат или војну акцију из изворног у циљни домен. Овде се користи лексика из домена ратовања, а ова метафора се може посматрати као део метафоре ТАКМИЧЕЊЕ ЈЕ РАТ у следећем примеру.

- (89) Адвокати Самсунга, са друге стране, тврде да је *пошез* Епла резултат „*светлог раша*” ког је америчка компанија *објавила* Гугловом оперативном систему Андроид, који се користи на бројним смартфонима.

6. МОБИЛНИ ТЕЛЕФОН ЈЕ ЧЛАН ПОРОДИЦЕ

Мобилни телефони се посматрају као колективни ентитет који се састоји од чланова који су у блиском сродству или су на неки начин повезани.

- (90) За прегледање онлајн садржаја, осим *стабилне везе*, потребан је и квалитетан програм.
- (91) Компанија „Епл” је до краја прошле године продала 472 милиона комада ајфона рачунајући све *генерације* до сада.
- (92) Још једна занимљивост је то што је могуће да поред телефона Apple представи и фаблет, односно *старијег браћа* iPhonea ...
- (93) Тако овај модел подсећа на умањену верзију свог *великог браћа* „HTC one M8”.
- (94) ...најновији *члан HTC Desure porodice* омогућава онима који желе приступачнији уређај, ..

7. МОБИЛНИ ТЕЛЕФОН ЈЕ САДРЖАТЕЉ

- (95) Како бисте проверили шта се све налази у телефону, ...
- (96) Како обрисати све податке у мобилном телефону
- (97) ...оглашавање *унушар* мобилних апликација расте 60 одсто на годишњем нивоу, ...
- (98) *Најунитије* телефон за 30 секунди
- (99) *Испразните* телефон пре него што га продате
- (100) Смарт телефони *садрже у себи* апликације које захтевају везу са интернетом, ...
- (101) *Испод „хаубе”* нема ничег посебног чиме би се Y530 могао похвалити,...
- (102) У Теленор понуди налази се модел Galaxy C5 са 16 гигабајта

унушрашње меморије,...

(103) Најновији Galaxy смарт телефон поседује софистициран дизајн у оквиру пажљиво осмишљеног компактнoг шела са металним оквиром.

Пример (101) осликава метафору МОБИЛНИ ТЕЛЕФОН ЈЕ ВОЗИЛО, при чему се возило сагледава као једна врста машине.

Метафоре садржатеље представљају онтолошке метафоре које се реализују помоћу сликовних схема, а које чине садржатељ и садржани објекат. Препознају се по типичним везницима у и унушар које означавају све оно што се налази унутар мобилних телефона или унутар апликација. Ту је и придев унушрашњи који појачава припадност границама садржатеља (Ђуровић 2013: 160).

Кликовац (2000: 522) истиче да ова метафора подразумева предмет типа посуде или кутије, који је назван општим именом садржатељ „у којем се целом својом запремином остајући у његовим границама, налази неки други предмет.” Мобилни телефон има унутрашњост, има ивице и спољашњост која је одвојена од унутрашњости. При том је неоспорно да се телефон сагледава као сложена структура, а једна од тих структура је грађевина или кућа, јер се зграде такође могу посматрати као садржатељи. То показују и наредни примери.

8. МОБИЛНИ ТЕЛЕФОН ЈЕ ГРАЂЕВИНА/КУЋА

(104) Укључите опцију за „гостиа”

(105) И Андроид и ИОС имају могућност показивања локације телефона на мапи.

(106) Не инсталирајте апликације које нису званично одобрене

(107) Као додатни бeдeм за заштиту можете да користите посебну заштиту, односно да закључаваите апликације посебно. Поред тога, осетљиве податке попут фотографија, порука и слично можете да ставите у посебан сеф.

(108) Након успеха с моделом Г2, јужнокорејски гигант је наставио надоградњу на ову серију, што значи да су тастери и даље са задње стране, што му даје јединствену компактност и чистину. Кућишће је направљено од посебне легуре, а на ивици је благо заобљен како би боље лежао у руци.

(109) Са горње стране, уместо инфрацрвеног одашиљача, налази се тастер за закључавање и аудио-излаз.

(110) Овај модел има само једну камеру – са задње стране ...

(111) Проверили смо како ради један од хардверски најјачих телефона.

(112) Али кад знате да је ово један од најиздржљивијих уређаја на тржишту, остале ствари изгледају као догађајак.

(113) Овим законским предлогом би уградња својеврсних „kill switch” опција у мобилним телефонима постала обавезна, ...

Сложени системи могу се представити као зграде које представљају сложене објекте (Kövesces 2010: 138) и овакве метафоре су конвенционализоване и широко распрострањене. Поставља се питање који се делови

појма зграде користе за разумевање мобилних телефона. При том се не користе сви аспекти, већ аспекти који се тичу грађевинских радова: надградње, локације, инсталације, итд. То су у нашем случају и придеви који се односе на јачину. Мобилни телефони се попут кућа закључавају, могу имати сефове и могу примити садржане објекте, као што могу примити и госте. Ђуровић (2013: 155) наводи да се метафоре чији је изворни домен грађевина или кућа могу посматрати као подметафоре метафора САДРЖАТЕЉА, тј. сликовне схеме садржавања. У нашем случају то би значило да се сликовна схема садржавања пројектује преко подметафоре МОБИЛНИ ТЕЛЕФОН ЈЕ ГРАЂЕВИНА/КУЋА.

4. Закључак

Појам мобилног телефона објашњава се помоћу других, најчешће конкретнијих појмова јер се користи не само у области науке, већ и у свакодневном говору међу разноврсном популацијом која представља кориснике мобилних телефона. Приказали смо како се концептуализује појам мобилног телефона у дневној штампи на српском језику, на примеру најоучљивијих онтолошких метафора. У раду су истражене и површинске манифестације метафора чији је циљни домен појам мобилног телефона.

Значај метафоричке концептуализације лежи у чињеници да омогућава разумевање мање разумљивих појмова и на тај начин их конкретизује. Примећујемо да су поједини аутора свесни метафоричности појединих израза због чега су поједине метафоре стављене под наводницима. Пошто је појам мобилног телефона сложени појам, он се објашњава помоћу већег броја појмова што резултира и разноврсношћу метафора. То наравно не искључује другачију концептуализацију у другим жанровима. У текстовима су осим метафора чији је циљни домен појам мобилног телефона, присутне и метафоре везане за поједине делове мобилних телефона, апликације, оперативне системе, али и њихове произвођаче и мобилне оператере. Упркос чињеници да корпус обухвата само текстове о најновијим моделима мобилних телефона, сматрамо да су издвојене метафоре довољно репрезентативне, иако се даље могу проверити на већем броју примера и ширем узорку. Неке од ових метафора можемо посматрати са аспекта њихових улога у убеђивању купаца, што је, међутим, предмет критичке анализе дискурса и основ за даља истраживања.

Литература

- Bročić 2012: A. Bročić, O konceptualizaciji pojmova ponos, gordost, oholost i nadmenost u srpskom jeziku, *Zbornik Matice srpske za filologiju i lingvistiku* 55/2, 119-140.
- Gibz 1994: R. Gibbs, *The Poetics of Mind: Figurative Thought, Language and Understanding*, New York: Cambridge University Press.

- Goutli 2007: A. Goatly, *Washing the Brain - Metaphor and Hidden Ideology*, Amsterdam - Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- Ђуровић 2013: Т. Ђуровић, „Konceptualizacija Evropske unije u javnom diskursu Srbije, u: Igor Lakić (ur.). *Translation and Interpreting as Intercultural Mediation*. Podgorica: Institut za strane jezike, 153-162.
- Ђуровић i Silaški 2009: Т. Ђуровић i Н. Silaški, „Metafore kretanja i putovanja u savremenom srpskom govornom jeziku („bela šengenska viza“), *Zbornik Maticе srpske za filologiju i lingvistiku* 52/2, 153-167.
- Erić Bukarica 2013: А. Erić-Bukarica, „Pojmovne metafore u Povelji Ujedinjenih nacija - uporedna analiza engleskog i srpskog teksta, *Zbornik Maticе srpske za filologiju i lingvistiku* 56/2, 169-184.
- Kevečеш 2005: Z. Kövesces, *Metaphor in Culture: Universality and Variation*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Kevečеш 2010: Z. Kövesces, *Metaphor: A Practical Introduction*, New York: Oxford University Press,
- Klikovac 2000: D. Klikovac, „Pojmovne metafore i semantika predloga: o jednom apstraktnom značenju predloga u s lokativom, *Južnoslovenski filolog* 56/1-2, 521-528.
- Klikovac 2004: D. Klikovac, *Metafore u mišljenju i jeziku*, Beograd: Čigoja štampa,
- Klikovac, 2008: D. Klikovac, „Šta je to metafora?, *Književnost i jezik* 55/1-2, 57-76.
- Lejkof 1987: G. Lakoff, *Women, fire, and dangerous thing*, Chicago: Chicago University Press.
- Lejkof i Džonson 1980: G. Lakoff, M. Johnson, *Metaphors We Live By*, Chicago: University of Chicago Press.
- Musolf 2006: A. Musolff, „Metaphor Scenarios in Public Discourse, *Metaphor and symbol* 21/1, 23-38.

Маја Станојевић Гоцић

METAPHORS IN THE SERBIAN LANGUAGE WHOSE TARGET DOMAIN IS THE CONCEPT OF A MOBILE PHONE

Summary

This paper explores the phenomenon of conceptual metaphors in the realm of modern mobile technologies within cognitive linguistic theory. The aim is to identify and explain the metaphors in which the concept of a mobile phone is the target domain. The paper deals with ontological metaphors observed in the corpus, while the corpus consists of articles on the latest developments in the field of mobile telephony published in daily newspapers in the Serbian language. Thus we have shown that the concept of a mobile phone can be explained by a number of other concepts through a process of conceptual mapping from the source into the target domain and we have listed linguistic realisations that occur in the process of mapping. .

Keywords: mobile phone, conceptual metaphor, conceptual domain, concept, mapping

Примљен 5. новембра 2014. године
Прихваћен 17. јуна 2015. године