

Univerzitetska misao - časopis za nauku, kulturu i umjetnost [ISSN: 1451-3870]

Vol. 16, str. 1-12, 2017 god., web lokacija gde se nalazi rad: <http://um.uninp.edu.rs>

Tematska oblast u koju se svrstava rad: Društvene i humanističke nauke / podoblast: Pedagogija

Datum prijema rada: 14.08.2017.

Datum prihvatanja rada: 25.09.2017.

UDK: 811.163.4371

doi:10.5937/univmis1716001D

741.5

Originalan naučni rad

HUMOR U STRIPU ALAN FORD POSMATRAN IZ UGLA KONCEPTUALNE METAFORE

Selma Đuliman

Filozofski fakultet Univerziteta u Sarajevu, Franje Račkog 1

Sarajevo, Bosna i Hercegovina

selma.djuliman@gmail.com

Apstrakt

Od sociolingvistike, preko analize diskursa do pragmatike, humor se javlja kao neiscrpna tema mnogih lingvističkih istraživanja. U ovom radu, usmjeravamo se na nekongruentnost (eng. incongruity) koja je u srži svih lingvističkih izučavanja humora, a podrazumijeva suprotstavljanje semantičkih pojmova, te dolazi do nesklada između krajnje informacije, odnosno, poente vica (eng. punchline) i očekivanja kognitivnih agenata. Tu se generira humor. Cilj ovog rada je da posmatra na koji način konceptualna metafora dovodi do realizacije humora u stripu Alan Ford, i danas izuzetno popularnom štivu srednje i starije generacije na prostoru bivše Jugoslavije. Popularnost tog stripa je tolika da su određeni izrazi i citati iz serije postali dijelom svakodnevnog govora mnogih pojedinaca.

Ključne reči: kognitivna lingvistika, humor, stripovi, Alan Ford, konceptualna metafora.

HUMOUR IN THE ALAN FORD COMIC OBSERVED THROUGH THE CONCEPTUAL METAPHOR LENSE

Abstract

Humour has been an inexhaustible subject of many a linguistic research effort, starting from sociolinguistics, through discourse analysis, to pragmatics. Incongruity is at the very core of all linguistic research of humour, and it entails an opposition of semantic notions, causing an imbalance between the punchline and the expectations of the cognitive agents. That is how humour is generated. The aim of this paper is to observe the way in which conceptual metaphor contributes the rise of humour in Alan Ford, a comic widely popular even today in the former Yugoslav area. The comic's popularity has been huge to the extent that many expressions and quotes have become part of everyday speech of many people.

Keywords: cognitive linguistics, humour, comics, Alan Ford, conceptual metaphor.

UVOD

Savremeno poimanje humora u lingvističkim istraživanjima vuče korijene iz filozofije i psihologije. Arthur Schopenhauer je među prvima uočio ono što je u savremenoj lingvistici ključno u razmatranjima humora – nekongruentnost: „Uzrok smijeha u svakom je slučaju iznenadna percepcija nekongruentnosti između koncepta i stvarnih objekata o kojima se razmišljalo u nekom odnosu, a sam smijeh je samo odraz ove nekongruentnosti“¹ (v. p.)² (Schopenhauer, u: Moreall, 1987: 52). Jerry Suls (1972: 92), čuveni profesor biheviornalne psihologije, prvi je ponudio model za izučavanje humora koji je i ostao u srži svih savremenih (kognitivnih) izučavanja humora u lingvistici. Razvio je model nekongruentnosti-razrješenja (eng. incongruity-resolution model), po kojem se „nekongruentnost poente šale odnosi na mjeru u kojoj poenta šale narušava očekivanja recipijenta.“³ (v.p.)

Iz tog modela, proizašle su savremene semantičke teorije humora: Teorija prinudne reinterpetacije (eng. Forced Reinterpretation Theory) iz 1976. koju je razvio Thomas R. Shultz, čiji je veliki sljedbenik lingvist Graeme Ritchie; Teorija humora semantičkih okvira (eng. Semantic Script Theory of Humour) iz 1985. Victora Raskina; te Opća teorija verbalnog humora (eng. General Theory of Verbal Humour) koju su Salvatore Attardo i Victor Raskin objavili prvi put u radu „Script Theory Revis(it)ed: Joke Similarity and Joke Representation Model“ 1991. godine.

Međutim, rastom interesa lingvista za fenomen humora, širio se i krug lingvističkih teorija koje se primjenjuju na humorni tekst. Ipak, u skoro svim takvim razmatranjima, nekongruentnost se uzima u obzir pri objašnjavanju moguće realizacije humora. Tim slijedom se ovaj rad metodološki i vodi. Na primjerima citata iz stripa Alan Ford pronalazit će se primjeri konceptualne metafore i posmatrati koja vrsta nekongruentnosti dovodi do realizacije humora.

Na ovom mjestu je potrebno naglasiti da humor u lingvističkom smislu i smijeh ne pripadaju istoj kategoriji. Salvatore Attardo je u seminalnom djelu *Linguistic Theories of Humor* (1994) analizirao brojne definicije humora, i istakao da se smijeh javlja kao rezultat humora (između ostalog), ali da lingviste zanima humor kao mentalni fenomen, a ne smijeh koji je neuropsihološka manifestacija (Attardo, 1994: 10). Stoga, lingvistička se istraživanja nikada ne osvrću na stepen ostvarenja humora, koji može varirati od osobe do osobe, nego na semantičkim odnosima koji stoje u opoziciji, odnosno, koji generiraju vrlo često različito percipiran humor. Isto tako, bitno je naglasiti da će se u radu koristiti termin kognitivni agenti (eng. cognitive agents) (De Mey, 2005: 69 – 88), a koji podrazumijeva recipijente humora. Razlog za ovo je što je humor kognitivni proces koji podrazumijeva da recipijent šale shvata humor tek nakon što ga interpretira (dakle, humor je rezultat kognitivnih napora recipijenta).

¹ “The cause of laughter in every case is simply the sudden perception of the incongruity between a concept and the real objects which have been thought through it in some relation, and laughter itself is just the expression of this incongruity.”

² Skraćena v.p. znači „vlastiti prevod“ i koristit će se u svim narednim slučajevima u tekstu. Dakle, prevod sa engleskog jezika dio je integralnog teksta, dok se izvornik nalazi u fusnoti.

³ “Incongruity of the joke’s ending refers to how much the punch line violates the recipient’s expectations.”

Stoga, cilj ovog rada je da se na deset odabranih primjera iz stripa Alan Ford prvo odredi konceptualna metafora, a nakon toga posmatra na koji način ona učestvuje u realizaciji humora. [4, str. 19].

OSNOVNO O KONCEPTUALNOJ METAFORI

Prvu veću studiju o kognitivnoj funkciji metafora napisao je Michael J. Reddy 1979. godine u članku „The conduit metaphor“ (Ortony, 1993: 166). Po prvi put, jezik je predstavljen kao generator kroz koji ljudi prenose misli i osjećanja koja Reddy opisuje kao objekte koji su ubačeni u riječi, a koje slušalac opet izvlači iz tih riječi (Ortony, 1993: 170). Kroz niz je primjera pokušao da dokaže da metafore imaju izuzetno veliku ulogu u načinu na koji ljudi poimaju svijet.

Godine 1980, George Lakoff i Mark Johnson su upravo slijedom Reddyjevog razmišljanja objavili studiju *Metaphors We Live By*, izuzetno važno djelo u kojem navode da su metafore prvenstveno konceptualne strukture ili mapiranje između dva domena (ciljnog i izvornog). Lingvist Zoltán Kövecses nalazi da je konceptualni domen bilo kakav koherentan raspored iskustva: izvorni domen je domen iz kojeg izvlačimo metaforičke izraze kako bi razumjeli neki drugi konceptualni domen, a konceptualni domen je, zapravo, ciljani domen. Na primjer, u metafori institucija je zgrada (eng. institution is a building), ciljani domen je institucija, a zgrada je izvorni domen (Kövecses, 2010: 4).

Lakoff i Johnson u prvom poglavlju svoje knjige ističu da su metafore izuzetno važan dio procesa razmišljanja i da reflektiraju način na koji funkcionira ljudski um:

„Naš obični konceptualni sistem, u čijim okvirima i mislimo i djelujemo, po prirodi je metaforičan. Koncepti koji rukovode naše misli nisu samo stvar intelekta. Oni, također, rukovode našim svakodnevnim funkcioniranjem, do najprizemnijih detalja. Naši koncepti strukturiraju ono što percipiramo, način na koji se nosimo sa svijetom, način na koji se odnosimo prema drugim ljudima. Stoga, naš konceptualni sistem igra ključnu ulogu u svakodnevnim stvarnostima.“⁴ (v.p.) (Lakoff i Johnson, 2003: 4).

Dakle, metaforični izrazi nisu puki lingvistički ornamenti kojima uljepšavamo jezik, naprotiv: oni su sredstva pomoću kojih ljudi razumijevaju apstraktne koncepte putem nekih drugih, poznatijih koncepata – iz tog razloga se i uvodi termin kognitivna ili konceptualna metafora (Lakoff i Johnson, 2003: 10). Ljudi, zapravo, nisu ni svjesni da su neki svakodnevni izrazi, zapravo, metaforički izrazi.

Ova dva autora jasno ističu koliko je kultura snažan faktor u ljudskoj percepciji, i njen su uticaj naglasili na sljedeći način:

„Ono što je stvarno za pojedinca kao pripadnika jedne kulture je produkt i njegove društvene stvarnosti i načina na koji ona oblikuje njegovo iskustvo fizičkog svijeta. Pošto se veliki dio naše društvene stvarnosti razumijeva u metaforičkom smislu, i pošto je naša koncepcija fizičkog svijeta dijelom metaforična, metafora igra

⁴ “Our ordinary conceptual system, in terms of which we both think and act, is fundamentally metaphorical in nature. The concepts that govern our thought are not just matters of the intellect. They also govern our everyday functioning, down to the most mundane details. Our concepts structure what we perceive, how we get around in the world, and how we relate to other people. Our conceptual system thus plays a central role in defining our everyday realities.”

izuzetno bitnu ulogu kada određujemo šta je za nas stvarno.“⁵ (v.p.) (Lakoff i Johnson, 2003: 147)

Pitanje odnosa kulture i metafore je istraživao Zoltán Kövecses, u knjizi *Metaphor in Culture: Universality and Variation* (2005). Ovo pitanje, iako izuzetno važno, izlazi iz okvira ovog rada, tako da se na ovom mjestu navedena knjiga spominje iz razloga što je uvijek izuzetno bitna za lingvistička istraživanja.

Slijedom konceptata koje smo predstavili u prethodnim odlomcima, stižemo do klasifikacije metafore koju su ponudili Lakoff i Johnson u radu „The Metaphorical Structure of Human Conceptual System“, dostupan na web stranici <http://www.fflch.usp.br/df/opessoa/Lakoff-Johnson-Metaphorical-Structure.pdf>.

Da parafraziramo autoricu Denise Reck (https://www.tu-chemnitz.de/phil/english/sections/linguist/independent/kursmaterialien/termpapers_online/reck_metaphors.pdf), ljudi se moraju nositi sa izuzetno kompleksnim svijetom, stoga moraju često koristiti sposobnost da konceptualiziraju svoje iskustvo koje nije uvijek lako opisati. Te su konceptualizacije, zapravo, u direktnoj vezi sa metaforičkim procesima, a to znači da sve što se dešava postaje iskustvo u našem umu. Međutim, pošto je iskustvo izuzetno apstraktan proces, pokušavamo da ga dovedemo u vezu sa nečim što je nama razumljivije tako što ga poredimo s nečim poznatim. Odnos između ta dva koncepta, apstraktnog i konkretnog, je, u suštini, metaforički. Slijedom takvog rezoniranja su Lakoff i Johnson naveli da postoje tri metaforička koncepta koji se realiziraju različitim lingvističkim sredstvima:

- *orijentacijske metafore* (eng. orientational metaphors) koje podrazumijevaju da se apstraktni koncepti dovode u vezu sa iskustvom u prostoru, npr.: dobro je gore (eng. good is up);
- *ontološke metafore* (eng. ontological metaphors) podrazumijevaju projekciju statusa određenog entiteta ili suštine na nešto što taj entitet ili suština ne posjeduje kao urođenu karakteristiku: um je mašina (eng. the mind is a machine);
- *strukturne metafore* (eng. structural metaphors), koje podrazumijevaju strukturiranje nekog iskustva ili aktivnosti na osnovu nekog drugog iskustva ili aktivnosti: razumjeti je vidjeti (eng. understanding is seeing). (Lakoff i Johnson, 1980: 185-197)

Posebnu vrstu metafora čine metafore sadržaoici (engl. container metaphors), koje spadaju u potklasu ontoloških metafora. Lakoff i Johnson (1980: 29-30, 51) navode da je u takvim metaforama određeni koncept predstavljen kao da ima unutrašnjost i spoljašnjost, i da ima sposobnost da nešto sadrži: Za njega je život prazan (eng. Life is empty for him) (Lakoff i Johnson, 1980: 29 – 30, 51).

Međutim, Lakoff i Johnson (2003: 64) su istakli da su sve metafore ontološke, pošto povezuju domene, da su sve strukturne, pošto sve mapiraju određenu vrstu strukture sa onom drugom, i da su neke orijentacijske, te da je uglavnom jako teško jasno odrediti kojoj grupi metaforičkih konceptata pripada neka konceptualizacija.

⁵ “What is real for an individual as a member of a culture is a product both of his social reality and of the way in which that shapes his experience of the physical world. Since much of our social reality is understood in metaphorical terms, and since our conception of the physical world is partly metaphorical, metaphor plays a very significant role in determining what is real for us.”

ALAN FORD U MREŽI HUMORA I METAFORIČKIH KONCEPATA

Radove Ovaj je strip uživao veliku popularnost na tlu bivše Jugoslavije. Talijanski su autori Luciano Secchi (alias Max Bunker) i Roberto Raviola (alias Magnus) osmislili Alana Forda 1969. godine kao satiričnu priču o zapadnom društvu, te je jako zanimljivo da je upravo u socijalističkoj Jugoslaviji taj strip postao (i ostao) izuzetno popularan, a prva se izdanja danas smatraju pravim antikvitetima. U tom smislu, posebno treba spomenuti prevodioca Nenada Brixija (1924 – 1984) (<http://novi.ba/clanak/38760/prica-o-prevodiocu-kultnog-stripa-nekadasnja-drzava-je-bila-ogledalo-nesposobnjakovica-iz-alana-forda>), koji je najveći broj izdanja stripa preveo na tadašnji srpskohrvatski/hrvatskosrpski jezik. Sama popularnost stripa na ovim prostorima dokaz je njegovog ingenioznog prevoda, jer ne bi bilo moguće, bez obzira na istinski zanimljive, opskurne ilustracije likova u stripu, da Alan Ford u tolikoj mjeri uđe u živote stanovnika bivše Jugoslavije. Naravno, o kvaliteti Brixijevih prevoda i prevodilačkim izazovima bi se mogao napisati poseban rad, a, nažalost, ovdje takvo što metodološki ne bi bilo izvodivo.

Nakon ovog kratkog osvrtu na strip i njegovog prevodioca, navodimo prvi primjer analize:

- (1) Jedna lasta ne čini proljeće, a kamoli r. (<http://novi.ba/clanak/91320/kospava-nije-budan-legendarne-misli-i-izjave-likova-iz-stripa-alan-ford>)⁶

U ovom slučaju, riječ je o poslovice „jedna lasta ne čini proljeće“, a znači da se ne podrazumijeva nužno da se određena situacija razriješila samo zato što se desilo nešto što bi moglo naznačiti takvu mogućnost. U pitanju je ontološka metafora, i to podvrsta sadržaoa, (proljeće ne „sadrži“ samo jednu lastu), gdje su obuhvaćeni koncepti intenziteta/količine nečega. Lastavica bi se ovdje mogla posmatrati kao izvorni domen za značenje koje podrazumijeva, tj. neki ohrabrujući događaj, u ovom slučaju, ciljni domen, dok proljeće predstavlja izvorni domen za buđenje, razrješenje krize, novi početak, što je ciljni domen.

Humor ovog metaforičkog sklopa se može vidjeti u nastavku poslovice, kako je navedeno u stripu: a kamoli dvije. Ranije spomenuta „očekivanja“ kognitivnih agenata su usmjerena na ono što obično slijedi nakon što se takva poslovice spomene: obično se obrazloži iz kojeg razloga određeni događaj ne podrazumijeva i razrješenje situacije. Ovdje se, međutim, „iščekivanja“ kognitivnih agenata iznevjere tako što u kontrast dolaze dvije jedinice mjere – brojevi 1 i 2. Naime, nema ništa neobično u kontrastu brojeva, međutim, u pitanju iskrivljeno shvatanje količine, gdje je $1 > 2$. Naravno, to se kosi sa stvarnošću, sa matematičkim aksiomima, te se značaj situacije u kojoj se veći broj određenih događaja može smatrati signalom razrješenja situacije ovdje, zapravo, upravo umanjuje, te se stvara obrnuta slika realnosti. Ta obrnuta percepcija količine je, zapravo, ključna u generiranju humora.

Na sličan način, na granici apsurdnog, može se posmatrati i primjer (2):

- (2) Prokletstvo, ovaj zid je gladak poput glatkog zida.

⁶ Svi su primjeri u tekstu preuzeti sa ove web stranice.

U zavisnosti koji poredbeni element izvorni govornici odaberu iz svog kulturološkog repozitorija, kolokacijski sistem našeg jezika podrazumijeva sljedeće strukture – gladak kao: svila, staklo, led. Ovo su samo neke mogućnosti. Metaforički je izraz samo dijelom ostvaren. Naime, domeni ostaju nedorečeni, odnosno, kvalitet gladak u ponuđenom mapiranju nije objašnjen, iz razloga što se poredi sa istom strukturom. Drugim riječima, ciljni domen je identičan izvornom domenu. Upravo je takva nedorečenost uzrok nekongruentnosti u ovom humornom iskazu. Ovdje je jedan te isti semantički koncept sam sebi suprotstavljen i to dovodi do apsurdna.

(3) Ovde ležim ja a stojiš ti, a bilo bi bolje da ležiš ti a stojim ja. (epitaf)

U ovom slučaju je riječ o orijentacijskoj metafori. Naime, u pitanju je prostorna konceptualna metafora gore – dole i jedna od njenih mogućih podskupina – zdravlje i život su gore, bolest i smrt su dole (Barčot, 2016: 16). Glagol ležati je u ovom slučaju upotrijebljen u kontekstu stanja subjekta „ja“: nije živ. Međutim, osoba koja stoji nad grobom i čita epitaf je na drugoj strani ovog metaforičkog spektra. U tom smislu, glagol stajati je, također, upotrijebljen kao antipod glagola ležati, te opisuje stanje drugog rečeničnog subjekta, subjekta „ti“: živ. Stoga, glagolski „poredak“ u ovoj rečenici podrazumijeva da je koncept „stajati“ gore a „ležati“ dole.

Humorni se efekat postiže nekongruentnošću koja se realizira jednim od osnovnih logičkih mehanizama humora: figure-ground reversal (Attardo, 1994: 144). Dakle, nekongruentno mjesto nastupa u zamjeni pozicija „živog“ i „neživog“ rečeničnog subjekta koji dolazi do izražaja komparativom. Dakle, „očekivanja“ kognitivnih agenata se u ovom slučaju „iznevjere“ kada se, na nivou rečenice, distinktivna karakteristika vezana za smrt (-živo) prenese i na onaj subjekt čija je distinktivna karakteristika (+živo). Ta „želja“ mrtvih da „zamijene mjesto“ sa živim je, svakako, u ovom kontekstu neočekivana i posmatra se kao „crni humor“. Upravo u svjetlu crnog humora se može posmatrati i naredni primjer:

(4) Mene će najviše pogoditi moja sopstvena smrt.

U ovom primjeru se klasifikacija metafore zasniva na razumijevanju glagola pogoditi. Moguća značenja ovog glagola obuhvataju, između ostalog, udariti, tačno odgovoriti, izazvati (negativnu ili pozitivnu) emotivnu reakciju, dogovoriti se oko nečega. U određenju izbora ovog glagola u velikoj mjeri pomaže superlativ, koji sva značenja glagola o kojem je ovdje riječ eliminira u korist onog koje se odnosi na emotivnu reakciju. Pored toga, u kolokacijskom sistemu našeg jezika, ovaj se glagol i koristi da se opiše emotivna reakcija koja nastupi kada nastupi nečija smrt. Kada na ovaj način definiramo značenje glagola u kontekstu, možemo reći da se u njegovoj pozadini nalazi tuga kao fizička sila. Dakle, riječ je o ontološkoj metafori, iz razloga što se emociji pripisuju karakteristike koje ona, kao takva, jednostavno ne posjeduje (tuga ne može nikoga pogoditi, npr.).

Kada je u pitanju realizacija humora, nekongruentnost se javlja u dijelu „očekivanja“ kognitivnih agenata koje podrazumijeva smrt neke osobe. U pravilu, to je uvijek osoba ne-ja. Poenta ovog humornog mjesta, dakle, leži u semantičkoj

opoziciji ja i ne-ja. Žal za samim sobom je, s jedne strane, pitanje egocentričnosti, a istovremeno i pitanje moguće situacije apsurdna koja izaziva humorni efekat iz razloga što mrtva osoba ne može žaliti samu sebe.

- (5) Ko leti, vrijedi, ko vrijedi, leti, ko ne leti, ne vrijedi. (Natpis na Grunfovoj majici)

U ovom primjeru, skale se odnose na nešto što vrijedi (gore) i nešto što ne vrijedi (dole). Dakle, u pitanju je orijentacijska metafora u kojoj se glagol letjeti i njegova negacija javljaju kao podskup prostorne konceptualne metafore gore-dole. Natpis se nalazi na majici lika iz stripa koji je bio nekada pilot. Humorna mjesta u opoziciji u ovom slučaju ne leže toliko u takozvanoj lingvističkoj nekongruentnosti u kojoj se, na primjer, polisemičnost izraza može dovesti u vezu sa izvorom konfuzije, koliko u psihološkom tumačenju i „očekivanjima“ svake osobe koja čita natpis na majici: zamjenica ko se odnosi na svaku osobu, stoga i na same čitaoce stripa. Njihova „očekivanja“ ne obuhvataju mogućnost da ih se svrsta u kategoriju ljudi koji ne posjeduju vrijednosti, a to se dešava upravo kroz glagol letjeti, pošto se jako mali broj ljudi na svijetu može pohvaliti takvom vještinom. „Razrješenje“ nekongruentnosti u ovom slučaju suštinski leži u psihološkom efektu u kojem čitaoci stripa (osim ako su piloti ili astronauti) shvate da ne vrijede. Humor se u takvoj situaciji posebno pojačava zbog činjenice da jedan od omiljenih likova, Grunf, nosi takvu majicu. To je iz razloga što se ljudi u velikom broju slučajeva različitim intenzitetom emotivno vezuju za likove iz književnosti – od uspostavljenih, do graničnih žanrova. U tom smislu, čitaoci shvataju da je Grunf, zapravo, prilično isključiva osoba.

- (6) Mi ne ništa ne obećavamo i to ispunjavamo – stranka istine.

U ovom slučaju, u pitanju je politički diskurs, koji je posebno interesantan u razmatranjima konceptualne metafore. Ovdje je ništa u metaforičkom smislu predstavljeno kao (vrijedan) objekt ili suština, te je riječ o ontološkoj metafori. Isto tako, u ovom iskazu je prisutna još jedna zanimljiva konstrukcija: stranka istine. Svakako se možemo prisjetiti Georgea Orwella i njegovog čuvenog romana 1984, u kojem je Ministarstvo istine jedno od ključnih u Oceaniji, zaduženo za propagandu. Upravo je to i ovdje slučaj. Politička stranka je uzela istinu kao taoca i tim nazivom manipulira ljude (baš kao što je i slučaj u Orwellovom romanu, naziv je potpuno suprotan suštini koju to ministarstvo predstavlja). Riječ je o metafori sadržiocu, podvrsti ontološke metafore, koja podrazumijeva da određena politička stranka sebi pripisuje moralni sadržaj (Howe, 2006: 242).

Naravno, postavlja se pitanje iz kojeg bi razloga ovakav slogan mogao izazvati humorni efekat. Svakako je riječ o paradoksu, gdje se semantičke opozicije uspostavljaju na dva nivoa: s jedne strane, semantički sadržaj direktnog objekta glagola obećati, odnosno, subjekta glagola ispuniti, te, s druge strane, binarni odnos istine i laži, koji se javlja na kraju iskaza. Kada je riječ o prvoj opoziciji, u pitanju je semantički sadržaj. Taj odnos podrazumijeva da se glagoli, koji se dovode u vezu direktno sa vrlo osjetnim suštinama (obećati nešto materijalno, poput nekog predmeta;

obećati nešto nematerijalno, ali opet ostvarivo, poput brige i ljubavi, čak i do osvete), u ovom slučaju dovode u vezu s nečim nepostojećim (napominjem da nepostojeće i neostvarivo ne dovodim u istu ravan). Sve se ove semantičke karakteristike glagola obećati odnose i na drugi glagol – ispuniti. Dakle, u pitanju je semantički prazna kategorija objekta glagola obećati i subjekta glagola ispuniti.

Naredni nivo nekongruentnosti ni u ovom primjeru ne podrazumijeva lingvističku nekongruentnost (kao što je bio i slučaj u primjeru br. 5), iz razloga što kognitivni agenti tu angažiraju lično iskustvo i nepovjerenje građana prema političarima, te nastaje paradoks: stranka govori istinu. U opoziciji se ovdje, iskustveno, nalazi (ne)ispunjenje obećanja s jedne strane, te stranka istine s druge strane. Paradoksalno, humorni efekat se javlja iz razloga što politička stranka ispunjava obećanje: ne čini ništa. Kognitivni agenti svakako to dovode u vezu sa svakodnevicom, u kojoj su izloženi uhodanoj mašineriji gdje političari, mimo zanosnih, realno neostvarivih obećanja građanima, suštinski ne djeluju u korist svojih glasača, a vrlo često se nalaze upravo na samom dnu moralne skale, gdje obmanjuju, pljačkaju i unazađaju glasačko tijelo koje predstavljaju. U tom smislu, ovaj slogan se i posmatra kao sarkastični iskaz tvoraca ovog stripa.

Naredni je primjer zanimljiv pošto je primjenjiv na različite kontekste, a u svakom tom mogućem scenariju, primjenjiva je određena konceptualna metafora:

(7) Ko izgubi dobitak, dobije gubitak.

Ovaj se iskaz van konteksta može primijeniti na niz životnih situacija: igre na sreću, poslovanje, politiku (na primjer, kada neka stranka izgubi/dobije na izborima), ljubav, itd. Zajedničko svim tim kontekstima je što se metafora rat javlja kao izvorni domen, u kojem se formira – dobitak/gubitak kao ciljni domen. U tom su slučaju glagoli izgubiti i dobiti konceptualni elementi koji označavaju finalnu fazu rata. Isto tako, u zavisnosti od konteksta, ovaj iskaz se može posmatrati i kao primjer gdje se metafora sport javlja kao izvorni domen. Baš i kao, bitka, neka se utakmica, na primjer, može dobiti ili izgubiti.

Kada je humor u pitanju, kognitivni agenti su prvenstveno suočeni sa pleonazmičnom strukturom izgubiti dobitak, iz koje slijedi semantička kontradikcija dobiti gubitak. Za razliku od prazne semantičke kategorije u prethodnom primjeru, gubitak ne znači nešto nepostojeće, ili ništa. Međutim, on svakako podrazumijeva negativan razvoj događaja koji je u semantičkoj opoziciji sa glagolom čiji je, u ovom slučaju, objekat: dobiti. Upravo na tom mjestu dolazi do ključne nekongruentnosti: kognitivni agenti uspostavljaju mrežu distinktivnih karakteristika glagola i objekta (dobiti = -izgubiti; gubitak = -dobitak), te su u stanju rastumačiti semantičku kontradikciju. Humor se, dakle, javlja kao posljedica s jedne strane redundantnosti prvog dijela iskaza, a, s druge strane, semantičke kontradikcije koja se javlja na kraju iskaza.

Kako smo naveli ranije u tekstu, određeni iskazi sadrže konceptualnu metaforu sport:

(8) Ako želite da pobijedite u trci, morate prvi proći kroz cilj.

Ovaj je primjer primjenjiv na više životnih situacija, gdje se različite aktivnosti (posao, studij, naučni rad, čak i rat), u zavisnosti od konteksta, posmatraju kao sportsko natjecanje. Konceptualni elementi su ovdje pobjeda, trka, cilj. I ovo je jedan od natpisa na Grunfovoj majici, a komični efekat leži u drugom dijelu citata (poenta vica), a koji je, zapravo, logičan slijed prvog dijela iskaza. U opoziciji su, stoga, dva koncepta koji se međusobno podrazumijevaju, i može se reći da je redundantnost u ovom slučaju uzrok komičnog efekta.

U narednom primjeru posmatramo na koji se način percepcija i položaj tijela dovode u vezu sa konceptualnom metaforom:

(9) Bolje izdati knjigu nego prijatelja.

Autorice Barbara Kovačević i Ermina Ramadanović (2006) su posmatrale frazeme u prostoru (lijevo – desno, ispred – iza, gore – dole), te su istakle da određeni frazemi podrazumijevaju da se sagovorniku dolazi sprijeda, što znači da su jasni i vidljivi. Međutim, postoje i frazemi koji podrazumijevaju stražnji dio tijela, nešto što je skriveno i nevidljivo. Naglašavaju:

„Metafora na kojoj počiva većina tih frazema je nepoznato je iza (nepoznato je loše iz čega slijedi iza je loše). Slika koju prenose ti frazemi jest slika prema kojoj opasnost dolazi s leđa, tj. opasnost se nalazi otraga/straga, a na to ili imamo slabu ili nikakvu percepcijsku kontrolu. Ti su frazemi zasnovani na metafori opasnost je iza, a iz toga proizlazi i ovo: nepoznato je iza te nepoznato je opasnost. Najizraženiji koncepti u koje ulaze frazemi sa sastavnicom leđa su: izdaja, loše i skrivene namjere, zaostajanje, bliska opasnost...“ (Kovačević i Ramadanović, 2006: 199)

Upravo se u ovom okviru može posmatrati navedeni citat iz stripa. Dakle, u njemu nalazimo primjer orijentacijske metafore, ali postavlja se pitanje da li ona, zapravo, izaziva nekongruentnost? Odgovor je – ne. Nekongruentnost se javlja u kolokacijskom suočavanju: izdati knjigu u odnosu na izdati prijatelja. Naime, i jedan i drugi slučaj uklapaju u kolokacijski sistem našeg jezika, ali su u opoziciju dovedeni nedodirljivi koncepti, tako da humor nastaje onog trenutka kada kognitivni agenti postanu svjesni da je riječ o apsurd.

(10) Poznati sicilijanski advokat tvrdi da je sve to plod policijske mašte.

U ovom je iskazu prisutna jedna konceptualna metafora, plod mašte, u kojoj je „plod“ izvorni domen. Ciljni domen u ovom slučaju predstavlja neki događaj koji se, prema izvještaju policije, odvio na određeni način. Nekongruentnost nastupa kada se kognitivnim agentima otvori čitava semantička mreža, gdje su suprotstavljeni semantički čvorovi: pravda vs. nepravda; oni koji krše zakon vs. oni koje služe zakonu; istina vs. laž. U ovom semantičkom sistemu, podčvorovi podrazumijevaju policiju (pravda) i poznatog sicilijanskog advokata (nepravda); Sicilija (sa vlastitim podčvorom – mafija) i policija. U našem je kognitivnom sistemu jedna od osnovnih opozicija dobro vs. zlo, i u toj krovnoj opoziciji smješteni su svi spomenuti čvorovi i

podčvorovi. Razrješenje nekongruentnosti nastupa kada kognitivni agenti shvate da je u pitanju zamjena uloga gdje oni koji krše zakon optužuju policiju, kao izvršnu instituciju zakona, za laganje. Na taj način opet nailazimo na sarkastični komentar tvorca stripa (koji su Talijani) o korumpiranom sistemu gdje se na ruku ide upravo onima protiv kojih bi trebao da djeluje.

ZAKLJUČAK

Humor je poseban fenomen ljudskog roda. Rasprostranjen je širom svijeta kao distinktivno obilježje svih kultura. Istraživanja humora su bitna iz razloga što se na taj način, baš kao izučavanje bilo kojeg drugog aspekta ljudskog postojanja, predstavlja svijetu ljudski duh, s jedne strane, kao jak, univerzalni glas, ili glas velikih kultura, a, s druge strane, kao polifonija svih onih malih, nekada gotovo nečujnih glasova izuzetno bogatih kultura. Ovaj je rad samo mala naznaka bogatstva duha ljudi s ovih prostora. U tom smislu opet treba naglasiti da su ponuđeni primjeri briljantan prevodilački poduhvat koji je zaživio u duhu niza generacija ljudi na velikom dijelu Balkanskog poluotoka. A, kada neki fenomen zaživi u kulturi, on postaje dio te kulture, makar bio i granični žanr, poput stripa.

Lingvistički posmatrano, opet se pokazuje koliko je kognitivna nauka zahtjevan poduhvat u kojem se metafore javljaju tek kao naznake mnogo dubljeg odnosa čovjeka i svijeta, odnosno, percepcije svijeta i stvaranja kulturološkog repozitorija znanja, bilo univerzalnog, bilo specifičnog. Interesantno je posmatrati koliko su metafore duboko vezane za ostvarenje humornih mjesta, i to u mjeri da se upravo takvi odnosi javljaju i kao uzroci i kao signali razrješenja nekongruentnosti.

Za ovaj rad odabrana je tek nekolicina od čitavog niza briljantnih primjera iz stripa Alan Ford. Sadržinski, oni uglavnom nisu dio dijaloga, nego poruke na reklamnim panoima u stripu, na majicama, na nadgrobnim spomenicima, itd. Kao zagovornik lingvističke analize graničnih žanorva, smatram da bi se pažnja trebala posvetiti i ostalim segmentima ovog stripa, a ima ih mnogo, no ovaj rad to obimom nije mogao priuštiti. Ponuđena analiza nije, naravno, jedina moguća perspektiva, te se za nadati da će lingvističkih radova o humoru na ovim prostorima – a to je izuzetno bogata građa – biti sve više.

BIBLIOGRAFIJA

1. Attardo, Salvatore. 1994. *Linguistic Theories of Humor*. Berlin/New York: Mouton de Gruyter.
2. Attardo, Salvatore. Raskin, Victor. 1991. *Script Theory Revisited: Joke Similarity and Joke Representation Model*. *Humour*, 4: 293-347.
3. Barčot, Branka. 2016. *Orijentacijska metafora u Hrvatskome frazeološkom rječniku*, u: Kržišnik, Erika, Jakop, Nataša, i Jemec Tomazin Mateja (ur.). *Prostor in čas v frazeologiji*. Ljubljana: Filozofski fakultet Univerzitetu u Ljubljani.
4. De Mey, Tim. 2005. *Tales of the Unexpected: Incongruity-Resolution in Humor Comprehension, Scientific Discovery Through Experimentation*. *Logic and Logical Philosophy*, 14: 69-88.

5. Howe, Bonnie. 2006. *Because You Bear This Name: Conceptual Metaphor and the Moral Meaning of 1 Peter*. Leiden/Boston: Brill.
6. „Ko spava nije budan“: Legendarne misli i izjave likova iz stripa Alan Ford. Dostupno na: <http://novi.ba/clanak/91320/ko-spava-nije-budan-legendarne-misli-i-izjave-likova-iz-stripa-alan-ford>
7. Kovačević, Barbara. Ramadanović, Ermina. 2016. Lijevo – desno, ispred – iza i gore – dolje u hrvatskoj frazeologiji, u: Kržišnik, Erika, Jakop, Nataša, i Jemec Tomazin Mateja (ur.). *Prostor in čas v frazeologiji*. Ljubljana: Filozofski fakultet Univerziteta u Ljubljani.
8. Kövecses, Zoltán. 2002. *Metaphor: A Practical Introduction*. Oxford: Oxford University Press.
9. Kövecses, Zoltán. 2005. *Metaphor in Culture: Universality and Variation*. Cambridge/New York: Cambridge University Press.
10. Lakoff, George. Johnson, Mark. 1980. The Metaphorical Structure of the Human Conceptual System. u: *Cognitive Science*, 4: 195-208. Dostupno na: <http://www.fflch.usp.br/df/opessoa/Lakoff-Johnson-Metaphorical-Structure.pdf>
11. Lakoff, George. Johnson, Mark. 2003. *Metaphors We Live By*. Chicago/London: The University of Chicago Press.
12. Orwell, George. 2008. 1984. London: Penguin Books.
13. Ortony, Andrew. 1993. *Metaphor and Thought*. Cambridge: Cambridge University Press.
14. Reck, Denise. 2002. *Understanding Metaphors in Everyday Language* (seminarski rad). Dostupno na: https://www.tu-chemnitz.de/phil/english/sections/linguist/independent/kursmaterialien/termpapers_online/reck_metaphors.pdf
15. Salihović, M. 2015. Priča o prevodiocu kultnog stripa: Nekadašnja država je bila ogledalo nesposobnjakovića iz Alana Forda. Novi.ba. Dostupno na: <http://novi.ba/clanak/38760/prica-o-prevodiocu-kultnog-stripa-nekadasnja-drzava-je-bila-ogledalo-nesposobnjakovica-iz-alana-forda>
16. Suls, Jerry. 1972. A Two-Stage Model for the Appreciation of Jokes and Cartoons: An Information-Processing Analysis. u: Goldstein, Jeffrey. McGhee, Paul. (ur.) *The Psychology of Humor: Theoretical Perspective and Empirical Issues*. New York: Academic Press.
17. Schopenhauer, Arthur. 1819. *The World as a Will and Idea*, u: Morreall, John (ur.). *The Philosophy of Laughter and Humour*. Albany: State University of New York Press.

RESUME

Humor is a special phenomenon of the human race. It is spread all over the world as a distinctive feature of all cultures. Humor studies are important because in this way, just like studying any other aspect of human existence, the world is a human spirit, on the one hand, as a strong, universal voice, or the voice of large cultures, and, on the other hand, as a polyphony of all those small, sometimes almost silent voices of extremely rich cultures. This work is only a small indication of the richness of the spirit of the people in this space. In that sense, it should again be emphasized that the offered examples are a brilliant translation undertaking that has come to life in the spirit of a number of generations of people on a large part of the Balkan Peninsula.

And when a phenomenon arises in culture, it becomes part of that culture, even if it was a border genre, such as comics.

Again, linguistic observation shows how cognitive science is a demanding undertaking in which metaphors appear only as indications of a much deeper relationship between man and the world, that is, the perception of the world and the creation of a cultural repository of knowledge, whether universal or specific. It is interesting to observe how metaphors are deeply related to the achievement of humorous sites, to the extent that such relationships are also the causes and signals of the resolution of incongruity.

Only a few of the whole series of brilliant examples from the comic book Alan Ford have been selected for this work. In content, they are generally not part of the dialogue, but messages on the billboards in the comics, on t-shirts, on tombstones, etc. As a supporter of the linguistic analysis of border genres, I think that attention should be paid to other segments of this comic book, but there are many, but this work could not afford it. The offered analysis is not, of course, the only possible perspective, and it is hoped that linguistic papers on humor in this region - and this is an extremely rich material - will be more and more.