**11. Exkurz do kognitivní lingvistiky**

# 11.1 Vymezení kognitivní lingvistiky

*Kognitivní věda* je víceoborové vědní odvětví, které zkoumá lidské myšlení a inteligenci. *Kognitivní psychologie* se zabývá otázkou, jak lidé vnímají informace, učí se jim, pamatují si je a přemýšlejí o nich (Sternberg, 2002). Jednou z nejzajímavějších oblastí výzkumu je vztah mezi jazykem a myšlením, kterým se zabývá *kognitivní lingvistika*. V následující kapitole se podíváme na několik témat z oboru kognitivní lingvistiky, která mohou být pro studenty zajímavá. Budeme si všímat především vlivu kultury na jazyk a myšlení.

.

# 11.2 Jazykový obraz světa

 Pojem *jazykový obraz světa* se v polovině 80. let začal užívat v pracích polských jazykovědců z Lublinu. Do centra pozornosti se dostává sémantika (nauka o významu znaků) včetně pragmatických aspektů. Jazyk přináší svědectví o myšlení a prožívání člověka, o jeho zakotvenosti v určité kultuře. Paradigma jazykového obrazu světa spadá svou podstatou do oblasti kognitivní lingvistiky, tedy vědy, zkoumající vztah jazyka a myšlení, nicméně jelikož je užívání jazyka vždy motivováno faktory pragmatickými, považuji tuto oblast za důležitou i pro výzkumy v rámci pragmaticko-komunikačního paradigmatu.

*Kognitivistický důraz na individuální zkušenosti se světem, která je dána lidskou kognitivní výbavou, vychází z podstatného významu tělesnosti, schopnosti myšlení v dimenzích metafory, schopnosti kategorizovat apod. – a tak posouvá směrem ke sdílené zkušenosti kolektivní, jazyk se nechápe pouze jako svědectví o lidské kognitivitě, ale i jako fenomén kulturní a antropologický – a můžeme dodat též sémiotický. Každý jazyk totiž podává specifickou, jistým společenstvím sdílenou interpretaci světa* (Vaňková a kol., 2005, s. 47).

*Jazykový obraz světa můžeme pojmout jako v jazyce uloženou interpretaci skutečnosti, kterou je možno chápat jako souhrn soudů o světě* (Bartmiński, in Vaňková a kol., 2005).

 Vaňková a kol. (2005) uvádějí následující vlastnosti jazykového obrazu světa podle J. Kajfosze: heterogennost, dynamičnost, výběrovost, axiologičnost, integrálnost a kontextuálnost a transcendentnost.

1. *Heterogennost.* Jazykový obraz světa není jednolitý, ale naopak je mnohovrstevný, komplikovaný, někdy i vnitřně rozporný. Je rozrůzněný teritoriálně (dialekty), sociálně (sociolekty, např. slang), stylově (styl prostě sdělovací, odborný, publicistický a umělecký). Prototypickou komunikací je pak komunikace běžná, každodenní, do jisté míry i naivní a plná subjektivity. Pro výzkum je mezilidská každodenní komunikace lepším zdrojem poznatků než např. odborné texty určené jen erudovanému publiku.
2. *Dynamičnost.* Jazykový obraz světa se v průběhu dějin proměňuje. Na jazykový obraz světa mají vliv okolní jazyky, média, reklama, ale i snahy některých skupin o změnu nějakého negativního stereotypu. Např. v rámci genderových studií se snaží některé autorky odstranit stereotypy připisované ženám (slabší pohlaví, submisivita, citovost, hloupá blondýnka), národní programy se snaží o odstraňování rasových stereotypů, příslušníci některých povolání se také brání negativní stereotypizaci (policisté, učitelé, zdravotní sestry).
3. *Výběrovost.* Některé aspekty skutečnosti jsou v jazykovém obrazu světa brány v potaz více, jiné méně, část reality je tak nutně opomíjena. Některým jazykům chybí lexémy pro skutečnosti, které neměli jejich uživatelé potřebu vyjadřovat (v češtině nemáme překlad anglického slova *pet*, přestože pojem domácího zvířete chovaného pro radost u nás v současnosti existuje). Někdy dochází spolu s obohacováním kultury o nové skutečnosti i k obohacování jazyka, tedy k přejímání těchto pojmenování přímo z cizích jazyků.
4. *Axiologičnost.* Jazykový obraz světa je hodnotící, okolní svět vnímáme na ose dobré – špatné, domácí – cizí, užitečné – neužitečné apod. Toto hodnocení je vždy antropocentrické, vycházející z našeho vztahu k okolnímu světu.
5. *Integrálnost a kontextuálnost.* Těžko může rozlišovat mezi slovníkovou (jazykovou) definicí slova) a mimojazykovou reflexí dané věci. Třetím typem nazírání skutečnosti je vztah pragmatický, praktický; ten je pro jazykový obraz světa klíčový. Jazykový obraz světa se orientuje na zacházení s věcmi, na přirozený svět. Svět je nazírán z hlediska smyslu, který má pro člověka.
6. *Transcendentnost.* Jazyk přesahuje lidskou smyslovou zkušenost. I o tom, co nemůžeme prožívat, můžeme hovořit. Existuje metajazyk, pomocí něhož jsme schopni hovořit o jazyce.

**11.3 Sapir-Whorfova hypotéza**

Antropolog Benjamin Whorf je přívržencem náhledu, že jazykové kategorie nám vnucují určité způsoby myšlení. Whorf pracoval jako požární inspektor a všiml si, že neopatrní pracovníci odhazovali cigaretové nedopalky do naftových barelů, které byly označeny jako prázdné – s katastrofickými následky, neboť tyto barely stále obsahovaly zápalné výpary. Whorf tvrdil, že důvod, proč to pracovníci dělali, byl, že v angličtině existuje jen jedno označení pro pojem „*prázdný*.“ Kdyby angličtina měla dvě slova, jedno pro „*neobsahující žádnou tekutinu*“ a druhé pro „*neobsahující nic*,“ dělníci by byli citlivější k tomuto rozlišení a nebylo by třeba volat tak často požárního inspektora (Whorf, in Gleitman, 2003). Tyto důkazy ale nejsou považovány za příliš přesvědčivé, protože ve všech jazycích existuje velká míra polysémních výrazů a lidé nemají potíže s rozlišováním jejich významů, když jsou slova užita v náležitém kontextu. Ve Whorfově příkladu má slovo *prázdný* dva významy: 1) neobsahující nic, 2) neobsahující pozorovatelné (pevné či kapalné) látky. Český jazyk se rovněž vyznačuje velkou homonymií a polysémií výrazů (např. lexémy *oko, kohoutek, kolej*), aniž by měli mluvčí potíže s rozlišováním významu.

 Dalším příkladem ve prospěch této hypotézy jsou výzkumy u Eskymáků. Zjistilo se, že používají širší škálu pro pojmenování různých druhů sněhu. Jiné příklady – např. různé diferenciace barevného spektra, zpočátku rovněž hovořily ve prospěch této teorie, ale byly vyvráceny (Gleitman, 2003). Příslušníci odlišných kultur sice používají omezenější pojmový aparát pro vyjádření barev, barvy ale rozlišují se stejnou přesností jako příslušníci evropské a americké kultury.

Další studie – např. výzkum vnímání tvarů, výrazů obličeje – mají podobné výsledky, což vedlo mnoho výzkumníků k závěrům, že všechny národy, bez ohledu na to, jakým jazykem hovoří, vnímají svět přibližně stejným způsobem (Gleitman, 2003).

# Aktivita 11.1: Co to je, když se řekne…

*Jazykový obraz světa* je orientován vždy na konkrétní kulturu, proto se v jazyce pojmenovávají skutečnosti, které příslušníci dané kultury potřebují pojmenovat. Některé výrazy se dostávají do jiných jazyků v původní podobě a uživatelé cílového jazyka je pak užívají. Pokuste se najít český ekvivalent těchto slov: *cool, in, out, trendy, single, speed dating*.

Některá slova český ekvivalent nemají, ale do češtiny nepronikla. Jak čeština opisuje slova *pet, babysitter, housewife*?

**11.4 Významový stereotyp**

Řekne-li se stereotyp, většina lidí si představí spíše kategorizování zabarvené negativními konotacemi (Vaňková a kol., 2005). Hovoří se o genderových stereotypech (prototypická žena klade velký důraz na zevnějšek, špatně řídí; prototypický muž je nepořádný, neempatický), rasových a národních stereotypech (viz níže), o stereotypických představách vztahujících se k příslušníkům určitých povolání (policista, učitelka, úředník). *Jako odborný pojem dnes stereotyp funguje (vždy se specifickým zacílením kromě sociologie, sociolingvistiky a sociální psychologie také např. v etnologii a kulturologii, v literární vědě a ve filosofii; souvisí především se společenským (a společensko-kulturním) rozměrem slov, respektive znaků, a v kolektivu sdílených a utvářených představ, které jsou za nimi* (Vaňková a kol., 2005. s. 84).

Stereotypnímu chápání podléhají i příslušníci národů. Národní stereotypy jsou pojímány jako vlastnosti typických představitelů určitých zemí. Vznikají zobecněním znalostí, které máme o příslušnících jednotlivých národů, odrážejí socioekonomické podmínky dané země, její historii, zvyky, mýty, legendy a hodnoty. Na šíření národních stereotypů se podílejí média, výchova a také třeba vtipy, které si o různých národech vyprávíme (Hřebíčková, Kouřilová, 2009). Tak může být stereotypně Čech pojímán jako Švejk, který má rád pivo, Skot jako lakomec, Američan jako pojídač hamburgerů, Slovanům je připisována holubičí povaha apod.

#### Aktivita 11.2: Stereotypy a skutečnost

Vzpomeňte si na přísloví / úsloví, ve kterých jsou příslušníkům určitých národů připisovány konkrétní vlastnosti.

 Jaké vlastnosti jsou stereotypně připisovány Čechům? Jaké jiným národům? Jaké Pražanům? Jaké stereotypy jsou spojeny s vybranými typy povolání? Korespondují dle vaší zkušenosti některé z těchto stereotypů se skutečností? Pokuste se vysledovat, kde je původ těchto stereotypů.

Pojem prototyp se uplatňuje více v psycholingvistice a kognitivních vědách, nenese s sebou negativní konotace. Zatímco pojem prototyp užíváme spíše v souvislosti s věcmi, stereotypy aplikujeme spíše na lidi. Se stereotypickým očekáváním přistupujeme k příslušníkům určitých skupin dříve, než získáme konkrétní zkušenost s představitelem dané skupiny.

Lidé si předávají a vstřebávají společenské hodnoty a normy včetně stereotypů pomocí socializačního procesu. K stereotypní socializaci přispívá výchova v rodině, kontakt s vrstevníky i škola a média.

*Kognitivněvývojové teorie* vycházejí z předpokladu, že děti se učí stereotypům v rámci rozumových snah nalézt řád v sociálním světě. Hledají vzorce, pravidelnosti. Sandra Bem přichází v rámci kognitivněvývojového paradigmatu s teorií nazvanou *optická skla kultury*. To jsou předpoklady, jak by v dané kultuře měli její členové vnímat, cítit a jednat, reprodukují určité typy jednání. Tyto vzorce jsou zabudovány do kulturních diskurzů, společenských institucí i myšlení jednotlivců. Proces osvojování různých stereotypů (např. genderových) je součástí enkulturace, a jelikož člověk je ve své kultuře domorodcem, vnímá svou kulturu jako danou, jedinou možnou. Proto se nám stává, že jiné kultury a jejich hodnoty vnímáme negativně, jako něco divného, nepatřičného, šokujícího (Bem, in Renzetti, Curran, 2003).

 Podstatou prototypizace / stereotypizace je subjektivní generalizace. Jisté vlastnosti připisujeme všem příslušníkům dané kategorie (všem příslušníkům téhož povolání, téže národnosti, rasy). Stereotypy se však mohou různě lišit – Vaňková a kol. (2005) uvádí jako příklad pojem *cikán*, který s sebou nese jak pozitivní, tak negativní konotace (viz představa cikána jako nepřizpůsobivého občana x romantická představa o nespoutaných, svobodných a krásných, čestných cikánech v některých romantických dílech).

 Stereotypy se liší i mezi kulturami. Překladatel knihy G. Lakoffa *Ženy, oheň a nebezpečné věci* (2006) Dominik Lukeš uvádí např. rozpory u pojmu *pracující matka* v české a anglické kultuře. Zatímco v Čechách je většina matek zaměstnaných, v anglicky mluvících zemích je daleko více žen v pozici ženy v domácnosti (angličtina má proto i jednoslovný termín *housewife*). Zde vyvstal i problém překladu názvu seriálu *Desperate housewifes*, který byl nakonec přeložen jako *Zoufalé manželky*. Odlišné jsou i konotace vážící se k pojmům *bachelor / starý mládenec*. Zatímco v angličtině se jedná pravděpodobně o muže užívajícího si života a střídajícího partnerky, v češtině toto slovo vzbuzuje spíše představu samotáře a podivína. Stereotypy jsou tedy velmi těsně vázány na konkrétní kulturu, z tohoto hlediska lze mít určité výhrady i k užívání pojmu *euroamerická kultura* – rozdíly ve stereotypizaci z hlediska rasy, genderu a ostatních charakteristik lidí se natolik liší, že je nelze slučovat. Podmínky, ve kterých vznikají stereotypy, jsou v americké kultuře odlišné od podmínek našich; obě kultury se vážou k jiným tradicím, velké odlišnosti lze najít např. v oblasti víry a náboženství, vzdělávání a hodnotového systému.

**11.5 Kategorizace a teorie významu**

 Utřiďování informací o okolním světě by nebylo možné bez kategorizování. Porozumíme-li tomu, jakým způsobem si utřiďujeme informace o světě do určitých kategorií, porozumíme částečně i procesu našeho myšlení. Kategorizují i nižší živočichové, když dělí potravu na přijatelnou a nepřijatelnou, když posuzují okolní prostředí z hlediska výhodnosti přežití.

 Kategorizace je převážně automatická a podvědomá, většinou si ji plně uvědomujeme jen v problematických případech, když si nejsme jisti, zda daná věc do určité kategorie spadá. Do kategorií třídíme nejen lidi, zvířata a neživé objekty, ale i abstraktní pojmy (emoce, vztahy, vědecké pojmy, systémy vlády apod.).

# *Referenční teorie významu*

Podle tohoto přístupu je význam slova či slovního spojení cokoliv, k čemu ve světě odkazuje. V tomto případě slova fungují jako vlastní jména: Jméno *George Washington* je chápáno jako jméno určité osoby, jméno *Atény* jako název města v Řecku. Referenční teorie významu tvrdí, že *třešeň* je jméno určitého ovoce a *lokomotiva* jméno určitého dopravního prostředku. Rozumět těmto slovům jednoduše znamená znát věci, které jsou označovány (Gleitman, 2003).

# *Definiční teorie / Teorie sémantických rysů*

Pojem je rozkládán na soubor složek tvořený jeho znaky, které jsou pro definici kategorie jednotlivě nutné a společně postačující (Sternberg, 2002). Každý znak je základním prvkem kategorie, společně vlastnosti jednoznačně definují kategorii. Z tohoto pohledu se tedy plný význam slova *starý mládenec* skládá z následujících sémantických rysů: *svobodný, člověk, dospělý, mužského rodu*. Některé kategorie se ovšem nedají tak přesně rozložit do vlastností. Např. jednou ze základních vlastností ptáků je létat, ovšem spousta ptáků nelétá, přesto je za ptáky považujeme.

# Aktivita 11.3: Vytváření slovníkových hesel

Při definování lexému ve slovníku lexikografové vycházejí právě ze sémantických rysů. Seznamte studenty s tím, jak vypadá slovníkové heslo (spíše by se však mělo jednat o opakovací látku). Poté vyberte určité běžné lexémy (např. *pes, savec, otec, stůl…*) a nechte studenty vytvořit slovníkové heslo pro výkladový slovník. Všimněte si, jak se na jednotlivých úrovních proměňují sémantické definující rysy (*zvíře – savec – šelma – pes – baset*).

 Pokud chcete jít ještě dále, pracujte s různým typem adresáta slovníku. Jiné bude vysvětlení pojmu dítěti, jiné odborníkovi.

# *Teorie významového prototypu*

 Teorie prototypu předpokládá, že kategorie jsou tvořeny na základě charakteristických znaků, které popisují typický člen kategorie (Sternberg, 2002). Podle teorie prototypů je význam mnohých slov popsán jako celá sada rysů, z nichž žádný není sám o sobě nezbytný nebo dostatečný. Pojem je tedy utvářen strukturou rodinné podobnosti (Gleitman, 2003). Hypotéza rodinné podobnosti vychází z představy, že členy kategorie mohou být ve vzájemném vztahu příbuznosti, aniž by všechny členy měly společné vlastnosti, které definují tuto kategorii (Lakoff, 2006). Wittgenstein (1953) si povšiml, že nelze nadále chápat kategorie jako jasně ohraničené skupiny jevů, které mají stejné vlastnosti. Pojem kategorie metaforicky vztahuje k představě rodiny: členové jedné rodiny jsou si v mnoha ohledech podobni, mají stejnou postavu, rysy tváře, barvu vlasů a očí apod. Ne všichni členové této rodiny sdílejí všechny dané rysy. Všichni členové rodiny však sdílejí některé rysy s ostatními, což činí z rodiny kategorii.

 Kategorie nemívá pevnou hranici, je možno ji rozšiřovat o nové členy. Některé členy danou kategorii reprezentují lépe než jiné, patří k centrální oblasti kategorie. Jiné nejsou tak dobrým příkladem pro danou kategorii, patří k periferní oblasti kategorie.

 Podle Rosch (1978) má každý uživatel jazyka v paměti mentální prototyp pro každý pojem. Tyto prototypy se odvíjejí od našich zkušeností, takže každý prototyp je něco jako průměr všech příkladů dané věci, se kterými se jedinec setkal. Prototyp je tedy přímo závislý na kultuře, v níž jedinec vyrůstal. Když osoba spatří nějaký nový předmět / entitu, posuzuje ho v konfrontaci s prototypem – zvažuje, zda daná entita sdílí s prototypem dostatečné množství vlastností, aby mohla být zařazena do dané kategorie.

 Sedláková (2004) uvádí pro prototypy synonymní výraz *bazální pojem*. Bazální pojmy charakterizují nejtypičtější vlastnosti určité třídy pojmů. *Studium prototypů vychází z povahy každodenních pojmů, které jsou pojaty jako ostře neohraničené množiny znaků. Ve výzkumech jsou stanoveny tzv. bazální pojmy, které charakterizují nejtypičtější vlastnosti určité třídy pojmů* (Sedláková, 2004, s. 72).

## Sloučení teorie sémantických rysů a teorie významového prototypu

Teorie sémantických rysů není v rozporu s teorií významového prototypu. Z obou teorií je možno vytvořit kompromisní teorii. Gleitman (2003) ilustruje sloučení dvou zmiňovaných teorií na příkladu pojmu *babička*. Podle teorie sémantických rysů je babička rodič rodiče, ženského rodu. V myslích uživatelů jazyka ale existuje i prototyp babičky, která má určité vlastnosti. Babička je u mnohých šedovlasá stará dáma, která peče koláče nebo buchty a má laskavý pohled. Máme tedy na mysli „babičkovské“ vlastnosti, nikoliv rodinné vztahy. V některých případech se spoléháme více na prototyp, v jiných vycházíme z definičních rysů. V jednom případě můžeme tedy považovat za babičku i starou dámu, která nikdy neměla děti (vycházíme z prototypické představy babičky). Ve druhém případě budeme za babičku považovat atraktivní čtyřicátnici, které se právě narodilo vnouče (vycházíme z definičních sémantických rysů). Prototypické představy uživatelů jazyka jsou samozřejmě odlišné i v různých generacích, je proto možné, že současné děti již operují jinou představou prototypické babičky.

# Aktivita 11.4: Sémantický prototyp

 Zábavná aktivita, do které se zapojí zároveň celá třída. Nechte studenty, aby na papír napsali vždy prototyp pro danou kategorii (můžete přidati kategorie další):

Pokud se řekne název nějaké obecné kategorie, určitě si představíte nějakého konkrétního zástupce – např. když se řekne pes, představíte si např. nejdříve vlčáka. Pravděpodobně Vás tedy napadne jako první zástupce skupiny, který má nejvíce vlastností charakteristických pro danou skupinu. Psa tedy lépe reprezentuje vlčák než např. čivava. Pokuste se k následujícím kategoriím vymyslet vždy nejlepšího zástupce, který Vás napadne jako první (vždy pouze jednoho):

1. domácí užitkové zvíře
2. dopravní prostředek
3. zástupce lesní zvěře
4. kus nábytku
5. druh ovoce
6. druh zeleniny
7. strom
8. květina

Následně odpovědi studentů vyhodnoťte. Většinou dojdou studenti alespoň k základní shodě.

 Pro porovnání uvádím výsledky výzkumu, který mapoval výše uvedené kategorie u širšího okruhu respondentů. Cílem studie (Chejnová, 2009) bylo zjistit, zda v našem kulturním kontextu můžeme najít pro zvolené kategorie významový prototyp. Jako prototyp je zde chápán představitel této kategorie, který má rysy pro danou kategorii nezbytné, a zároveň kategorii reprezentuje lépe než jiní její členové.

 V letech 2008 a 2009 jsem prováděla spolu se studenty Pedagogické fakulty Univerzity Karlovy dotazníkové šetření, získala jsem odpovědi od 1689 respondentů, z toho bylo 711 mužů, 978 žen.

 Předpokládala jsem, že volba konkrétního kulturního prototypu bude záviset na kultuře, se kterou se respondent setkával od dětství, v našem případě je to kultura česká, informace o okolním světě a významy slov si osvojovali respondenti v českém jazyce. Tato presupozice se potvrdila, nejvíce odpovědí bylo vždy vázaných na náš kulturní kontext (např. respondenti častěji volili české ovoce – *jablko* než druhy exotické; častěji volili stromy rostoucí v našich podmínkách – *lípu, dub* než stromy u nás se nevyskytující apod.).

Dále jsem předpokládala, že volba prototypu bude ovlivněna proměnnými subjektivními činiteli, jako jsou věk a pohlaví respondenta. Tento předpoklad se do jisté míry potvrdil. Dospělí a zvláště starší respondenti se spíše shodovali ve svých odpovědích, zatímco odpovědi mladších respondentů se od sebe více navzájem lišily. Starším respondentům se tak dařilo lépe najít prototyp, mladší respondenti, zvláště pak děti, byli více ovlivněni momentální zkušeností a vlastními preferencemi, prototyp se tedy v jejich odpovědích profiloval méně vyhraněným způsobem (např. v kategorii *domácí užitkové zvíře* volili odpověď *pes*, která se u jiných věkových skupin vyskytovala řídce).

Na volbu konkrétního prototypu mělo vliv i pohlaví respondentů. Muži volili v kategorii *lesní zvěř* více např. *jelena* a *kance*, ženy *srnku* a *lišku*; v kategorii *strom* muži volili více *dub* a *smrk*, ženy *lípu*.

 Celkově se povedlo u každé kategorie získat jeden nejčastěji uváděný prototyp, nicméně frekvence odpovědí se u jednotlivých kategorií liší.

V kategorii *domácí užitkové zvíře* získala 40 % odpověď *kráva*, 20 % odpověď *prase*. Můžeme konstatovat, že pro české respondenty je prototypem zvíře chované v naší kultuře v domácích hospodářstvích za účelem poskytování obživy (maso, mléko a další produkty).

V kategorii *dopravní prostředek* získala 58 % odpověď *auto*, 15 % odpověď *autobus*. Prototypem se tedy stal osobní dopravní prostředek. Na druhém místě se umístil jeden z nejčastěji využívaných dopravních prostředků městské hromadné dopravy, vnitrostátních i mezinárodních linek.

V kategorii *zástupce lesní zvěře* se jako prototyp uplatnili představitelé zvěře vysoké, a to na prvním místě *jelen* s počtem 46 % a na druhém místě *srna* s počtem 27 % odpovědí. Za prototypického představitele lesní zvěře v naší kultuře můžeme na základě tohoto šetření považovat zvěř vysokou, vyskytující se běžně v našich lesích.

V kategorii *kus nábytku* byly nejčastější odpovědi *stůl* 33 %, *skříň* 22 %, *židle* 18 %. Čeští respondenti si představí typické vybavení místnosti (pravděpodobně obývacího pokoje), což je stůl obklopený židlemi a skříně.

V kategorii *druh ovoce* získalo *jablko* 55 %, ostatní druhy ovoce získaly už jen 10 % a méně. Lze tedy říci, že *jablko* považují čeští respondenti za nejlepšího představitele dané kategorie. U mladších věkových skupin byly odpovědi více rozptýleny, vyskytovalo se častěji než u jiných věkových skupin exotické ovoce.

V kategorii *druh zeleniny* získala *mrkev* 45 %, ostatní druhy zeleniny získaly 13 % a méně procent. Opět tedy můžeme konstatovat, že nejlepším příkladem se stala pro respondenty typicky česká zelenina. Volili ji především starší respondenti, u mladších byly odpovědi více rozptýleny.

V kategorii strom se nejfrekventovanější odpovědi rozptýlily mezi *lípu* (25 %), *dub* (20 %) a *smrk* (15 %). Objevují se zde výše zmiňované genderové odchylky ve volbě prototypu. Můžeme konstatovat, že jednotný prototyp nebyl nalezen, nicméně všechny tři nejčastěji uváděné stromy fungují jako dobré příklady pro danou kategorii a jsou v souladu s českou kulturní zkušeností.

V kategorii *květina* získala 42 % *růže*, na druhém místě se umístila *kopretina* s počtem 14 %. První se tedy umístila květina okrasná, na druhém místě skončila květina luční.

**11.6 Metafora**

Náš pojmový systém, v jehož rámci myslíme a jednáme, má v podstatě metaforickou povahu. Pojmy strukturují všechno, co vnímáme, jak se pohybujeme ve světě a jaké vztahy si vytváříme k ostatním lidem.

 Jako příklad pro ilustraci, jak funguje metafora v běžném životě, uvádějí Lakoff a Johnson (2002) metaforu *spor je válka*. O sporu mluvíme v terminologii války, volíme strategie, útočíme, obhajujeme své pozice, vítězíme nebo jsme poraženi. Metafora vždy postihuje jen jeden z aspektů daného pojmu, ostatní ukrývá – např. chápeme-li spor jako válku, všechny kooperativní aspekty sporu zůstávají v pozadí. Podobně funguje metafora *čas jsou peníze*. O čase hovoříme v termínech, které běžně užíváme při hovoru o penězích: *časem plýtváme, čas šetříme, čas nám dochází nebo zbývá, čas můžeme promrhat nebo někomu věnovat…*Čas je tedy právě tak jako peníze omezený a cenný zdroj.

 Podstatou metafory je chápání a prožívání jednoho druhu věci z hlediska jiné věci. Její užívání se vyznačuje systematičností a koherencí.

 Orientační metafory vycházejí z orientace v prostoru – nahoru / dolů, dovnitř / ven, vpředu / vzadu, centrální / periferní. Tyto orientace mají základ v naší fyzické a kulturní zkušenosti. Patří sem metafory typu *šťastný je nahoře, smutný dole (zvedla se mi nálada, cítím se skleslý), vědomý je nahoře, nevědomý je dole (vstává brzy, klesla do mdlob), zdraví a život jsou nahoře, nemoc a smrt jsou dole (upadl do nemoci, jde to s ním dolů), mít autoritu či sílu je nahoře, být podroben je dole (mít nadvládu, být pod kontrolou), více je nahoře, méně je dole (zvednout, či snížit plat), dobrý je nahoře, špatný dole (šance jsou na vzestupu, hluboko klesnout), racionální je nahoře, emocionální dole (nízké pudy).*

Zatímco metafora je obrazné pojmenování založené na vnější podobnosti, metonymie je založena na vnitřní logické souvislosti: *Dělá do novin. Čte Jiráska. Timesy na konferenci ještě nedorazily. Temelín ohrozil naše vztahy.* Synekdocha je založena na principu část za celek: *Nemá smysl pro nic než pro ta čtyři kola. Potřebujeme novou krev a nové mozky.*

 Porozumění probíhá na základě celých oblastí zkušenosti, ne na základě izolovaných pojmů. Zkušenosti (spor, láska, teorie) jsou definovány na základě jiných základních oblastí zkušenosti (např. válka, šílenství, budova). Z čeho sestává základní oblast zkušenosti? Jsou produkty našich těl, našich interakcí s prostředím, s jinými lidmi. Některé mohou být univerzální, jiné jsou vázány na kulturu či na osobní zkušenost. Metaforicky vysvětlujeme např. tyto pojmy: láska, čas, myšlenky, porozumění, spory, práce, štěstí, zdraví, autorita, status, morálnost. Jsou to všechno pojmy, které v životě jen těžko definujeme.

 Jako definiční rámec naopak slouží pojmy, které odpovídají přirozeným druhům naší zkušenosti: fyzické orientace, předměty, látky, vidění, cestování, válka, šílenství, jídlo, budovy. S těmito pojmy máme spojené na základě zkušenosti určité vlastnosti (interakční vlastnosti), bez kterých by nemohly v našem pojmovém aparátu fungovat (např. napodobenina pušky nemůže být považována za skutečnou pušku, přestože vypadá k nerozeznání stejně – nemůže zastávat stejné funkce).

**Aktivita 11.5: Metafory v přirozeném jazyce**

 Tuto aktivitu lze pojmout jako soutěž. Jejím cílem je demonstrovat metaforičnost přirozeného jazyka, studenti si uvědomí, že metafora není jen záležitostí básnického jazyka, ale nástrojem, jak vyjadřovat každodenní realitu.

 Studenti mohou pracovat ve skupinách nebo jednotlivě. Učitel představí určité zdrojové oblasti, ze kterých při metaforizaci můžeme vycházet. Studenti pak sepíší v časovém limitu (např. 5 minut) co nejvíce metafor z dané oblasti. Vyhrává tým, který má nejvíce správných příkladů.

a) Zdrojovou oblastí je lidské tělo. Jedná se o metafory, kdy je část lidského těla zdrojovou oblastí, která je použita k přirovnávání.

b) Metafora orientační – pozice nahoře – dole. Jedná se o metaforu, která vychází z předpokladu, že nahoře je více, lepší a úspěšnější, zatímco dole je méně a hůře. Podobně funguje i rozložení církevní, nebe je nahoře, peklo je dole. Pravděpodobně metafora vychází z předpokladu, že člověk vzpřímený je živý, zdravý a méně zranitelný než člověk ležící na zemi (nemocný, zraněný, opilý či mrtvý).

c) Metafora života jako cesty, která vede k cíli. Život je popisován jako lineární putování směřující k různým metám.

d) Metafory obsahující barvy. V těchto případech se jedná o stereotypizované nahlížení na barvy – konotace vážící se v naší kultuře k černé, růžové atd.

**Komentář k aktivitě 11.5**

a) Zdrojovou oblastí je lidské tělo.

Příklady: *hlava státu; plíce země; má básnické střevo; nemá na to buňky, nosí nos nahoru; má toho moc na bedrech; nemá páteř; strká do všeho nos; má ostrý jazyk; srdce Evropy; co by se za nehet vešlo*

Pozor – přirovnání typu *má zoubky jako perličky, má tváře jako jablíčka* neodpovídají zadání, protože se mění zdrojová oblast, část těla není tím, k čemu se přirovnává, ale naopak.

b) Metafora orientační – pozice nahoře – dole.

Příklady: *náklady stouply; šance se zvyšují; spodina společnosti; klesl až na dno; vyšší cíle; vyšší prestiž; horních deset tisíc; smetánka společnosti; má hlavu v oblacích; nízké pudy; nižší živočich; vysoké postavení; vysoká škola; jde to s ním z kopce*

c) Metafora života jako cesty, která vede k cíli.

 Příklady: *Sešel ze správné cesty. Zvolil si složitou cestu. Byl jí druhem na životní pouti.*  *Jeho cesta byla trnitá. Snadno vším proplouvá. Už jsme u cíle. Je mnoho cest, které vedou k cíli. Ten se neztratí. Svedl ho z cesty. Dostal se na šikmou plochu. Jsme na křižovatce. Projekt ztroskotal.*

d) Metafory obsahující barvy.

 Příklady: *Viděl rudě. U moci jsou modří / rudí / oranžoví /zelení. Modrá šance. Má černé myšlenky. Dívá se na svět růžovými brýlemi. Zežloutl závistí. Dostat se do červených čísel. Tmavomodré blues.*

**Odkazy:**

GLEITMAN, H. *Psychology.* New York: Norton and Company, 2003.

HŘEBÍČKOVÁ, M.; KOUŘILOVÁ, S. Evropa národních stereotypů. *Lidové noviny* 7. 2. 2009.

CHEJNOVÁ, P. *Kognitivně-kulturní prototyp kategorizace v češtině.* Praha: FHS UK, 2009.

LAKOFF, G.; JOHNSON, M. *Metafory, kterými žijeme.* Brno: Host, 2002.

LAKOFF, G. *Ženy, oheň a nebezpečné věci.* Praha: Triáda, 2006.

RENZETTI, C. M.; CURRAN, D. J. *Ženy, muži a společnost.* Praha: Karolinum, 2003.

ROSCH, E. *Cognition and Cathegorization.* Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, 1978.

ROSCH, E.; MERVIS, C. B. Family Resemblances: Studies in the internal structure of cathegories. *Cognitive Psychology,* 7, 1975, s. 573–605.

SEDLÁKOVÁ, M. *Vybrané kapitoly z kognitivní psychologie. Mentální reprezentace a mentální modely.* Praha: Grada Publishing, 2004.

STERNBERG, R. J. *Kognitivní psychologie.* Praha: Portál, 2002.

VAŇKOVÁ, I. *Nádoba plná řeči.* Praha: Karolinum, 2007.

VAŇKOVÁ, I. a kol. *Co na srdci, to na jazyku.* Praha: Karolinum, 2005.

WITTGENSTEIN, L. *Philosophical Investigations.* New York: MacMillan, 1953.