

KULTURÉMA A JEJ CHARAKTERISTIKA

CHARACTERISTICS OF CULTUREME

IVETA MAAROVÁ

Abstract

In this paper, the author introduces cultureme as a relatively new expression which in Slovakia hasn't been studied or defined so far. The author proposes a possible definition and explanation of cultureme as it has been formulated and defined by the Experimental and Typological Linguistics Investigation Group (GILTE) in Granada, Spain. Further, this explanation is illustrated by various examples of Mexican and Slovak culturemes.

Keywords: cultureme, Experimental and Typological Linguistics, Mexican and Slovak culturemes

Abstrakt

V príspevku sa autorka venuje pojmu kulturéma a predstavuje ju ako relatívne nový výraz, ktorého kontextové súvislosti sa v slovenskej kulturológii doposiaľ nepredstavujú v súvislejších a podrobnejších teoretických výskumoch v porovnaní so španielskou kulturológickou školou. Autorka príspevku tu vychádza z teoretických konceptov, ktoré predostrela skupina lingvistov v Granade, v Španielsku. Teoretické východiská sú ilustrované rôznymi príkladmi mexických a slovenských kulturém.

Kľúčové slová: kulturéma, experimentálna a typologická lingvistika, mexické a slovenské kulturémy

Úvod

S pojmom *kulturéma* sa stále viac narába nielen v lingvistike ale aj v prekladateľstve a ďalších vedných disciplínach. Ide o relatívne nový pojem, ktorý zafinovalo už viacero odborníkov najmä v ruskej a angloamerickej lingvistike, aj keď v slovenskej odbornej obci sa s týmto pojmom pracuje čoraz častejšie, hoci stále nie je jednoznačne jasné, či ide o jednotku alebo kategóriu lingvistickú, ideologickú alebo len kultúrnu. Podľa Kvapila „*kulturémy ako jazykové znaky, obsahujúce významnú kultúrnu informáciu, sa využívajú na označenie rôznych artefaktov – konkrétnych objektov kultúrneho významu, javov, udalostí, skutkov človeka a istých vzorcov správania sa človeka v reálnej situácii alebo jeho reakcií na konkrétnu skutočnosť. Kulturéma zároveň funguje ako predstava človeka o usporiadaní sveta, ako jeho vzťah k okolitému svetu a ku každodennému reálnemu životu, nevynímajúc z tohto komplexu významov i jeho snahu hodnotiť seba a okolie*“ (Kvapil, 2015, s. 42). Pekarovičová nazerá na kulturémy z hľadiska interkultúrnej psychológie: „*Aby komunikanti z rôznych kultúr mohli úspešne predchádzať nedorozumeniam spôsobeným transkultúrnymi bariérami, je potrebné, aby si osvojili štandardné kultúrne modely, tzv. kulturémy, ktoré z hľadiska interkultúrnej psychológie predstavujú typické formy vnímania, myslenia, hodnotenia a jednaní väčšiny príslušníkov jednej kultúry...*“ (Pekarovičová, in Kvapil, 2015, s. 42) Naproti tomu Oľga Orgoňová vníma pojem kulturéma ako „*parametre kultúrnej identity určitého etnika, ktorých ukazovateľmi sú prototypické (celonárodne dominantné) symboly/znaky a morálne hodnoty každodenného života*“ (Orgoňová, 2009, s. 385).

Napriek mnohým pokusom o presnejšie vymedzenie tohto komplikovaného pojmu, stále zostáva množstvo nedoriešených otázok vzťahujúcich sa k hlbšej analýze kulturém, ktorá by ju pomohla rozlíšiť od pojmov ako frazéma, idióm, symbol, kultúrne slovo, kultúrny symbol, atď.

Tieto teoretické východiská predstavujeme pre tých, ktorí by chceli prispieť k diskusii o tom, či je tento koncept potrebný, alebo či si naopak vystačíme s pojmami všeobecnejšími, ktoré sa používali doteraz. Pojem kulturéma sa v tejto práci predstavuje tak, ako ho v súčasnosti používa skupina GILTE na Univerzite v Granade. Rovnako vyvstáva potreba rozšíriť štúdie o kulturémach za účelom spresnenia dosahu tohto pojmu a jeho teoretickej a metodologickej integrácie v rámci disciplín lingvistiky a jej vedných odborov (lexikológia, frazeológia, pragmatika), sociológia, antropológia, prekladateľstvo, kulturológia atď.

Ako sme už uviedli, výskum kulturém sa realizuje v rámci výskumného projektu, realizovaného Skupinou pre výskum typologickej a experimentálnej lingvistiky (SVTEL = GILTE) na Univerzite v Granade, ktorá pracuje od roku 1997 na témach, týkajúcich sa lexiky a svetových jazykových kultúr. V súčasnosti SVTEL skúma a pracuje na Interlingválnom a interkulturálnom slovníku vo viac ako 10 jazykoch. V tomto slovníku sa skúmajú vzťahy medzi kultúrou a jazykom prostredníctvom štúdia frazeologizmov, parémii, kultúrnych slov, kľúčových slov, porovnávaní prísloví, vtipov, narážok, častí piesní, sloganov, atď.

Kulturémy sú špecifické kultúrne pojmy jednej krajiny alebo kultúrneho prostredia a mnohé z nich majú sémantickú a pragmatickú komplexnú štruktúru. Kulturémy sú takisto jednotky komunikácie, ktoré treba zobrať do úvahy a uviesť *ad hoc* v slovníkoch. Prostredníctvom týchto slovníkov sa dá spraviť nielen porovnávací štúdia dôležitých kulturém v rôznych svetových jazykoch, ale je to aj príspevok do výučby jazykov (na pokročilej úrovni) a prekladu. Ako je známe, jedným z dôležitých úskalí prekladu sú kulturémy a prostredníctvom komparatívneho štúdia sa dajú nájsť vhodné riešenia pre každý jednotlivý prípad. To znamená, že kulturémy špecifické pre východiskový jazyk sa dajú nahradiť parafrázami dostatočne informatívnymi alebo inou približnou kulturémou v jazyku cieľovom. Samozrejme, že komplexnosť mnohých kulturém vždy neumožňuje jednoduché nahradenie. Kulturémy predstavujú takisto úskalia pre úplné porozumenie textu v kultúre ktoréhokoľvek cudzieho jazyka. Takže napríklad, ak vezmeme mienkotvorné články v španielčine, angličtine, francúzštine, slovenčine atď., vidíme, že často predstavujú pre čitateľa problémy s porozumením, pretože ten nepozná kultúrne špecifiká tej-ktorej krajiny, alebo obdobia, čo si vyžaduje, aby zahraničný študent poznal nielen gramatické a lexikálne aspekty jazyka, ale mal aj ostatné znalosti závislé na type kultúry.

Pojem kulturémy

Niektorí odborníci (Nord, Mayoral Asencio) sa zhodujú v tom, že autorom pojmu kulturéma je Vermeer. Podľa Vermeera (1983, s. 8) je kulturéma „*sociálny fenomén z kultúry A, ktorý považujú členovia tejto kultúry za dôležitý a ktorý pri porovnaní s analogickým fenoménom kultúry B je považovaný za špecifický v kultúre A.*“ Luque Durán (in Nadal, 2009, s. 95) definuje kulturémy ako „*unidades semióticas que contienen ideas de carácter cultural con las cuales se adorna un texto y alrededor de las cuales es posible construir discursos que entretienen culturemas con elementos argumentativos.*“¹ V prvom rade, počet kulturém nie je jednoduché kvantifikovať, pretože v každom spoločenstve existuje neohraničené množstvo kulturém a ich počet sa kontinuálne zvyšuje; pravdepodobne ich existujú stovky, ak nie tisíce, v závislosti od obyvateľov a ich kultúrnej úrovne. Prirodzene, že kulturémy taktiež strácajú svoju platnosť a aktuálnosť. Pochopenie klasických slovenských textov vyžaduje množstvo iných kulturém, ktoré pozná súčasný čitateľ slovenskej literatúry. Súbor kulturém, ktoré sa vyskytujú v určitej spoločnosti, nie je preto skupinou uzavretou, naopak, kulturémy neustále vznikajú na základe rôznych motívov: môžu to byť politické osobnosti, herci, spisovatelia, vymyslené postavy z filmov, televízie, piesne, typy obliekania, móda, politické a spoločenské udalosti, umelecké a literárne výtvy, ktoré zvyšujú počet kulturém s náboženským,

¹ Semiotické jednotky obsahujúce idey kultúrneho charakteru, ktorými sa ozdobuje text a z ktorých je možné tvoriť prehovory popretkávané kulturémami s argumentačnými elementmi.

historickým a literárnym charakterom, ktoré v našom jazyku a kultúre už dávno existujú. Záverom možno povedať, že akýkoľvek symbolický pojem, ktorý získal z rôznych príčin špeciálny jazykový význam a je používaný ako „konvertibilná mena“ časťou obyvateľstva vo svojej ústnej alebo písomnej forme, je možnou kulturémou. Podľa Molina Martinézovej (2014, s. 78 – 79) sa kulturémy charakterizujú celým radom spoločných znakov:

1) „Kulturémy neexistujú mimo kontextu, ale vznikajú v rámci kultúrnej výmeny medzi konkrétnymi kultúrami. Toto tvrdenie vychádza z dvoch rôznych situácií: a) Kultúrne prvky sa nemajú predstavovať ako prvky vlastné jedinej kultúre, ale ako dôsledok kultúrneho prelievania. b) Kulturémy sa nachádzajú v rámci konkrétnych kultúr. Slovo *chador*, ktoré Newmark kvalifikuje ako kultúrne slovo, by nezafungovalo, keby sme hovorili o jazykoch farsi a urdu. Podobne by sme kultúrne slovo *Kocúrko* nemohli považovať za kulturému, ak by sme hovorili o slovenčine a češtine, pretože v oboch jazykoch vyvoláva rovnaké konotácie, ale v prípade slovenčiny/češtiny a španielčiny by sme *Kocúrko* za kulturému považovať mohli. Mohli by sme povedať, že slovo *X* funguje ako kulturéma medzi jazykmi *A* a *B*, ale nie nevyhnutne aj medzi jazykmi *A* a *C*. 2) Pôsobenie kulturém závisí od kontextu, v ktorom sa objavuje.“ Podľa Pamies Bertrána (in Nadal, 2009, s. 96) „kulturémy sú extralingvistické symboly, ktoré sú kultúrne motivované a ktoré slúžia na to, aby sa z nich dali v jazyku vytvárať prenesené významy. Keď vstúpili do jazyka ako komponenty frazém, ich formy sa upevnili, ale kulturémy si zachovali svoju „autonómiu“ prostredníctvom svojej symbolickej hodnoty, ktorá spája skupiny príbuzných metafor a umožňuje z nich vytvárať metafory nové. Sú extralingvistické, a hoci sú verbalizovateľné, nemusia sa nutne verbalizovať, no keď sa tak stane, tak potom vždy až *ex post*.“ Z uvedeného možno definovať kulturému ako akýkoľvek symbolický, špecifický kultúrny, jednoduchý alebo komplexný prvok, ktorý zodpovedá nejakému predmetu, myšlienke, činnosti alebo skutku, ktorý je dostatočne známy medzi členmi nejakého spoločenstva, ktorý má symbolickú hodnotu a slúži ako navedenie, referencia alebo model interpretácie alebo konania pre členov menovaného spoločenstva. Z toho vyplýva, že sa môže použiť ako nástroj komunikácie a vyjadrovania medzi členmi tejto kultúry. Ako príklad možno uviesť slovenský idióm *obzerance s makom*, ktorý vtípne pomenúva situáciu, keď človek momentálne nemá čo jesť, keď nie je navarené jedlo, hoci v minulosti to znamenalo, že na jedenie nebude nič, pretože bola chudoba. Mak tvorí v slovenskej kuchyni tradičnú prísadu do sladkých jedál a koláčov a hlavne v minulosti, keď si chudobní ľudia nemohli dovoliť jesť každý deň mäso, pridávali do jednoduchých jedál z múky a zemiakov rôzne prísady kvôli zmene. Tak vznikli šúľance s makom. Keď nebolo ale v dome nič navarené, človek sa mohol len *obzerať*, čo by našiel na jedenie. Substantivizáciou slovesa *obzerať* vzniklo obrazné pomenovanie *obzerance s makom*. Na to, aby mohol cudzinec pochopiť význam tejto frazémy, alebo ju dokonca pochopiť, musel by disponovať dostatočnými referenciami.

Pôvod kulturém

V zásade by frazeologizmy mali vznikáť z kulturém, ako to naznačuje Pamies Bertrán, ale vzťah príčina – dôsledok nie je taký jednoduchý. Niekedy existujú frazeologizmy, ktoré spoločne vytvárajú kulturému. Všeobecne však pochádzajú kulturémy zo symbolov, ktoré rodení hovoriaci spoznávajú prostredníctvom svojej vlastnej kultúry. Pôvod kulturém a forma, ktorou si ich deti postupne osvojujú, je rôzna. Nachádzame ich vo vzdelávacích knihách, v detskej literatúre, dejepisoch, náboženstve, v prísloviach a porekadlách, na obrazoch, v kresbách a komunikačných prostriedkoch (v rádiu, tlači, televízii, kine atď.). Napríklad v slovenských rozprávkach *O troch prasiatkach*, *Sedem kozliatok*, *Červená čiapočka*, vystupuje v klasickej schéme *dobro – zlo* vždy vlk ako predstaviteľ zla, nebezpečenstva, nenásytnosti, dravosti. Deti si tak od malička, bez akejkoľvek vlastnej empirie, osvojujú sprostredkované symboly vlastnej kultúry. V náboženských knihách, v sakrálnej histórii alebo v katechizme nachádzame mnohé príklady osobností a udalostí, ktoré sú kulturémami. To isté sa dá povedať o historických knihách a literatúre, povestiach, vtípoch atď. Uvádzame krátky zoznam

niekoľkých tém a frazeologizmov spojených s klasickou kultúrou, vierou, históriou alebo rozprávkami: **Mytológia:** *Pandorina skrinka, Achilova päta, jablko sváru, Herkulove úlohy, oidipovský komplex, Augiášov chliev, gordický uzol, zaspáť na vavrínoch, Tantalove muky. Biblia a náboženstvo:* *eden, Šalamún, Matuzalém, David a Goliáš, Samson a Dalila, umyť si ruky ako Pilát, jánске ohne, obetný baránok. Národné dejiny:* *Svätoplukove prúty, Omarova studňa, kráľ Matej a jeho čierny pluk, krvavá Bátorýčka, Jánošíkov opasok, Matúš Čák ako pán Váhu a Tatier, kladivo na čarodejnice. Povesti, báje a rozprávky:* *líška prefkaná, valibuk, stomil'ové čižmy, Aladinova lampa, tri oriešky, trafená hus. Svetové dejiny:* *Nero, napoleónsky komplex, noc dlhých nožov, Kolumbovo vajce.*

Kulturémy národné a nadnárodné. Kulturémy, ktoré sa vzťahujú na osobnosti a stereotypné situácie

Pri štúdiu kulturém sa bezprostredne ukazuje, že existujú kulturémy špecifické pre jednu krajinu, ktoré sa používajú aj v ďalších krajinách a jazykoch. V tomto poslednom prípade ide o kultúrne oblasti, ktoré majú spoločné historické tradície, náboženstvo atď. Takže sú to napríklad krajiny kresťanského západného sveta, moslimské krajiny alebo budhistické krajiny. Vo všetkých jazykoch existujú kulturémy napojené na stereotypy. Mnohé kulturémy poukazujú na reálne alebo fiktívne osobnosti histórie alebo náboženstva, literatúry, rozprávok atď. Každá krajina, každá kultúra, napríklad západná kultúra, moslimská kultúra má svoje mýty, svoj panteón príkladov dobra a zla, hrdinstva a zbabelosti, múdrosti a hlúposti: *Kain, Judáš, Matka Tereza, Adonis, Samson* atď. Iné postavy sa objavujú v kulturémach nie pre svoje osobnostné kvality, ale pre určitú výnimočnú situáciu: *Pandorina skrinka, Damoklov meč, Augiášov chliev.*

Stereotypné situácie ako kulturémy

Ako sme naznačili v predošlom texte, mnohé kulturémy (ktoré sú takisto frazémami) sa zhodujú s modelmi akcie a interpretácie reality. Človek, počas celej svojej existencie, získal na základe svojich pozorovaní prírody, zvierat, sociálnej a ekonomickej činnosti súbor spôsobov chovania a stereotypných situácií, prostredníctvom ktorých určoval svoju vlastnú ľudskú prirodzenosť a komplexné vzťahy, ktoré sa vytvárajú medzi ľudskými bytosťami. Týmto spôsobom získava človek zo svojich pozorovaní prírody praktické skúsenosti ako *treba poznať zem, po ktorej sa kráča*, alebo že *kráčať po tenkom ľade je nebezpečné*. Skutočnosť, či sa tieto skúsenosti prenesú aj do frazeologizmov jazyka, závisí od viacerých faktorov. Jedným z nich je náhoda a iným, bezpochyby, relatívny význam, že taká skúsenosť má súvislosť s okolitým určitým prostredím. Takže napríklad „tenký ľad“ je podstatnou realitou v severských krajinách, ale nie v južnej Európe. Preto nachádzame v angličtine, nemčine alebo ruštine výrazy ako *to walk on thin ice*, v slovenčine *kráčať po tenkom ľade*,

Epistemologický status a kritériá na vymedzenie pojmu kulturémy

Predtým, ako začneme vymedzovať kritériá kulturém, treba zjavne spomenúť epistemologicko-operatívny status pojmu kulturéma. „*Je to pojem vytvorený na to, aby sme si uvedomili súbor lingvisticko – kultúrnych fenoménov, ktoré po tom, ako boli zoskupené a spoločne preštudované, nám dovoľujú lepšie vnímať, ako operujú určité mechanizmy jazyka a kultúry*“ (Luque Nadal, 2009, s. 104). Každý pojem, vytvorený za vysvetľujúcim a popisujúcim účelom musí byť definovaný takým spôsobom, aby zostalo jasné, aké typy lingvistickej reality sa môžu považovať za kulturémy a aké nie, alebo prinajmenšom tie, ktoré najlepšie spĺňajú požiadavky kladené na tento teoretický pojem. Čiže je nutné stanoviť, ktorý typ lingvistických udalostí spĺňa maximum požiadaviek na pojem kulturéma a ktorý iba čiastočne a slabo. Luqueová Nadalová navrhuje 4 nasledovné kritériá: a) *životnosť, figuratívnosť a motivácia*; b) *frazeologická produktivita kulturémy*; c) *frekvencia výskytu v textových narážkach, variáciách, vtípoch atď.*; d) *štruktúrna a symbolická komplexnosť*.

Životnosť, figuratívnosť a motivácia

Prvou nevyhnutnou požiadavkou na určenie, či nejaký jazykový jav je alebo nie je kulturémou, je jej životnosť, figuratívnosť a motivácia. Kulturémy musia byť transparentné vo svojej motivácii, čiže ústredná myšlienka, ktorá preniká do rôznych porekadiel a výrazov spojených s kulturémou, musí byť „živá“ pre všetkých, ktorí hovoria príslušným jazykom. Existujú frazeologizmy alebo mŕtve metafory, ktoré sa nedajú v skutočnosti považovať za kulturémy, hoci sa na prvý pohľad kulturémami zdajú byť. Napríklad v slovenčine existuje frazeologizmus *vyjsť na psí tridsiatok*. V súčasnosti je zriedkavý pre významovú nezrozumiteľnosť jeho komponentov. Tento frazeologizmus má paralelu v maďarčine *ebek harmincadjára jut*. Súvisí to so skutočnosťou, že Maďari a Slováci žili po dlhé storočia v spoločnom štáte. O výklad tejto frazémy sa pokúsil maďarský jazykovedec Lörincze Lajos. Podľa neho význam frazémy *dostať sa na psí tridsiatok* súvisí pravdepodobne s tým, že niektorí ľudia chceli prejsť cez hranice bez zaplatenia mýta, tzv. tridsiatky. Keď ich však mýtnik zbadal, pustil na nich psov, ktoré im neraz dotrhali prevážaný tovar, takže sa dostali na mizinu. Neskôr sa tento výraz začal používať i v obraznom prenesenom význame, najmä o ľuďoch, čo sa dostali do ťažkej finančnej situácie. Iný výklad tejto frazémy však podal Alexander Vasil'jevič Isačenko. Vychádzal pritom zo skutočnosti, že pes je strážcom ľudského majetku, a preto sa vraj nalepoval jeho obraz na dno truhlice, v ktorej sa držali truhlice. Keď sa z truhlice vybrali všetky peniaze, ba i tá posledná dvojdenárová minca, ktorá bola tridsiatou čiastkou florénu, zjavil sa na dne truhlice obraz psa. „*Teda ten, kto minul aj ostatný psí tridsiatok, celkom schudobnel, vyšiel na mizinu, vyšiel na psí tridsiatok*“ (Habovštiaková, 1996, s. 156). Nech už je pôvod tejto frazémy akýkoľvek, dnes ju možno považovať už za mŕtvu metaforu, pretože jej motivácia je už v súčasnosti pre všetkých jej potenciálnych používateľov neznáma.

V slovenskom frazeologickom fonde existuje aj jej modernejší a aktuálnejší lexikálny variant *vyjsť/dostať sa na mizinu*. Príkladom aktuálnosti a živého používania tejto modernejšej frazémy je aj ukážka z jedného článku publikovaného v ekonomickom týždenníku TREND: „*To isté meranie rizika, ktoré napríklad umožní šéfredaktorovi TRENDU zobrať si v banke lacnejšiu hypotéku, pretože jeho profil je štatisticky menej rizikový ako profil nezamestnaného slobodného päťdesiatnika. To síce neznamená, že nemôže v extrémnom prípade vyjsť na mizinu (čo by stačilo na to, aby on sám takýto prístup v praxi zavrhol), v každom prípade to však znamená, že jeho splátka úveru je mesačne o niekoľko tisíc nižšia, ako by bola, ak by rizikové profily neexistovali. To nepochybne rád využije.*“

Frazeologická produktivita kulturémy

Kulturéma je produktívna, ak v jej okolí existuje dostatočný počet produktívnych zistení. Môžeme rozlišovať dva typy produktivity: na prvom mieste je *produktivita frazeologická*, ktorú treba posudzovať podľa počtu frazém, ktoré existujú v jazyku a týkajú sa jednej kultúrnej témy, na druhom je *produktivita všeobecná*, ktorá je založená na výskyte frazémy v určitých oblastiach, ako sú vtipy, názvy filmov, knihy, piesne, inzeráty, argumentačné texty atď. Iným indikátorom existencie kulturémy je, že frazeologizmy, ktoré sú na ňu napojené, nepredstavujú pevnú, ale variabilnú formu. Evidentným znakom existencie kulturémy je index frazeologického rozptylu (disperzia). Frazeologický rozptyl implikuje, že frazeologizmus sa vykresľuje inými variáciami a tieto sa môžu ľahko rozširovať. V prípade mexickej kulturémy *Cuando el tecolote canta, el indio muere* existuje množstvo variantov: *Cuando el tecolote canta el águila muere. El tecolote canta aunque la rama cruja, como que sabe lo que son sus alas ... Cantó el Tecolote y el Indio „murió“*. *Cuando el tecolote canta* je aj názov piesne súčasného mexického speváka Larryho Hernández, ktorý túto parémiu pozmenil v texte: *cuando el tecolote canta/ alguien tendrá que callar/ los que revolvieron agua/ se la tienen que tomar*.

Slovenská frazéma *prilievať olej do ohňa* sa objavila v aktualizovanej podobe v hlavnom spravodajstve jednej komerčnej televízie v súvislosti s vystúpením politika Slotu

v tomto znení: *Slota v parlamente znovu prilieval alkohol do ohňa*, čím trefne a vtípne naznačila, že tento politik v spojení s alkoholom, ako obvykle, neveští nič dobré.

Variácie predpokladajú, že pre hovoriacich má kulturéma svoju vlastnú duchovnú jednotku. Napríklad „Judáš“ je v slovenčine referenčným bodom pre skupinu rôznych činností: *horší ako Judáš, väčší zradca ako Judáš, falošnejší ako Judáš, správať sa ako Judáš atď.* Skutočnosť, že sa dajú vytvárať nové výrazy zrozumiteľné pre poslucháčov ako napríklad *spravil si mi to, čo Judáš Kristovi; to, čo ti spravil tvoj brat, je horšie ako to, čo spravil Judáš atď.*, ukazuje, že idiómy s menom Judáš sú jednoduché variácie, ktoré sa týkajú komplexnej témy a ako také sú dôležitou kultúrou v našej kultúre, v našom jazyku.

Frekvencia výskytu v textových narážkach, variáciách, vtípoch atď.

Ako vidno, mnohé kulturémy sú napojené na frazeologizmy, ale sú aj také kulturémy, ktoré napojené na ne nie sú. Počas socializmu nás napríklad zabávala dvadsaťtri rokov séria kreslených vtípoch o chlapcovi Jožinkovi, ktoré takmer denne vychádzali v tlači pod názvom *Jožinko, dieťa svojich rodičov* a v tom čase sa stala táto séria pre nás kultúrou.

Štruktúrna a symbolická komplexnosť

Ďalšou črtou kulturémy je jej štruktúrna a symbolická komplexnosť. Kulturéma je rutinou alebo postupnou reťazovou reakciou príčin a dôsledkov, ktoré slúžia ako program činností alebo ako referent interpretácie javov a spôsobov vedenia činností. Kulturéma je slovo alebo výraz, ktorý je založený na situácii alebo známej histórii, o ktorú sa opierame, ak chceme interpretovať alebo komentovať inú bezprostrednú skutočnú situáciu. Tak ako v niektorých frazeologizmoch, vytvára sa tu duševné prepojenie medzi jedinečnou a náhodnou skutočnou situáciou a situáciou, ktorá je stereotypná a modelová, na ktorú kulturéma naráža. Kulturémy sa účelovo používajú na vyjadrenie väčšej expresivity, frapantnosti a argumentačnej sily. Charakteristickým odlišovacím znakom kulturém od frazeologizmov a parémii je, že kulturémy môžu byť dynamické prvky, na ktoré sa napája komplexná argumentácia. Aby sme určili hodnotu kulturémy, je dôležité poznať situačný kontext a funkciu textu, zatiaľ čo pri frazeologizmoch a parémiách nie je význam odvodený od kontextu.

Rozdiel medzi kultúrami, parémiami, idiómami, kultúrnymi slovami, atď.

Kulturéma je teoretický pojem, ktorý je nevyhnutne vsadený do postupnosti pojmov viac-menej presných a správne definovaných, ako sú napríklad kľúčové slová, kultúrne slová, idiómy, kliše atď. Treba rozlišovať kulturémy a parémiu, idiómy, kultúrne frazémy, narážky, symboly, kliše atď., pretože všetky tieto pojmy sa vo veľkej miere dotýkajú tých istých lingvistických a kultúrnych javov. Kulturémy sú napojené na ďalšie stereotypné formy reči a taktiež na kľúčové slová, kliše, slogany atď.

Mnohé kulturémy súvisia priamo s frazémami, ako sme to videli pri kultúre Judáš. V iných prípadoch sa kulturéma môže tematicky zhodovať s frazémami, ktoré nie sú na ňu napojené. *Svätý Peter* ako kulturéma sa objavuje v súvislosti s nebeským vrátnikom, ktorý má kľúče. Na druhej strane existujú frazémy (napríklad v španielčine *A quien Dios se lo de, San Pedro se lo bendiga*), ktoré nijako nesúvisia s funkciou vyjadrenou v kultúre – nebeský vrátnik. Sú kulturémy ako *sizyfovská práca*, ktorá vytvorila frazému *sizyfovská práca*. Prometheus vytvára kulturému *Prometeus*, ale na jej základe nevzniká žiadna frazéma, iba prídavné meno prométeovský.

Vzťah kulturémy a frazeologizmov treba skúmať hlbkovo a až potom prijímať určité uzávery. Rozhodnúť, či nejaký frazeologizmus je alebo nie je kultúrou, je teoreticky náročné a treba počítať s dôsledkami, ktoré toto rozhodnutie môže mať vo vzťahu k skutočnej hodnote pojmu kulturéma. Bezpochyby existujú frazeologizmy, ktoré sa dajú považovať za kulturémy alebo za prvky, ktoré majú ku kultúre veľmi blízko. Existujú ustálené prirovnania ako *starý/starší ako Matuzalem, falošnejší než Judáš atď.* Z toho evidentne vyplýva, že ustálené

prirovnania, ktoré sa opierajú o symbolické osobnosti alebo javy, sú kulturémami. Pri ustálenom prirovnaní *byť ľahší ako pierko* je evidentné, že nebude kulturémou, ale len poznaním všeobecnej univerzálnej hodnoty.

Funkcie kulturém

Funkcie kulturém sú multiplikačné. Kulturémy sa používajú ako mnohé frazeologizmy, aby sa textu dodala sila a krása. Preto sú dôležité pri argumentácii. Nakoniec majú aj hodnotu kognitívno-hermeneutickú. Treba pripomenúť, že tieto funkcie sa nemusia objavovať súčasne, ale veľmi často sa stáva, že tá istá kulturéma má v určitom texte zároveň niekoľko funkcií: *estetickú, argumentačnú a kognitívno-hermeneutickú*.

Estetická funkcia

V prejavoch reči sa používajú prvky na zdôraznenie alebo skrášlenie textu. Podľa Luque Durána (in Nadal, 2009, s. 109) „*ide o celú plejádu prostriedkov, ktorými disponuje autor a tieto sa podobajú na spektrum farieb, plejádu foriem a postáv, ktorými disponuje maliar. Medzi množinu estetických prostriedkov patria expresívne prvky vyjadrovania, ako sú frazeologizmy, parémie, príslovičné porovnania atď.*“ K nim treba ešte priradiť kulturémy, ktoré predstavujú širokú škálu symbolov a kultúrnych spoločenských referencií. Zараďujeme tam reálne a vymyslené osoby, skutočné a literárne situácie, pochádzajúce z biblických textov, svetovej a národnej histórie, moderné symboly spoločenského života, umenia alebo politiky, ktoré sa z rôznych príčin stali prototypmi určitých vlastností, určitej kvality.

Argumentačná funkcia

Podľa Luque Durána (in Nadal, 2009, s. 109) je „*argumentácia verbálna činnosť, ktorá sa uskutočňuje prostredníctvom používania reči. Zároveň je to racionálna činnosť, založená na intelektuálnych úvahách, a nakoniec je to spoločenská činnosť, tým, že je riadená inou osobou.*“ Základným prvkom argumentácie je, že obhajuje názor, ktorý je špecifický vo vzťahu k určitej otázke alebo spoločenskému alebo politickému daniu. Pisateľ, alebo účastník politických debát musí používať rôzne prvky, aby obhájil svoj názor. Argumentácia je preto súbor účinných prostriedkov, vedených tak, aby presvedčili čitateľa alebo poslucháča o platnosti určitého postoja. V tomto zmysle sú mienkotvorné články v novinách alebo rozhovory redaktorov s pozvanými osobami na besedy typickými príkladmi argumentačného textu/prejavu. Titulok článku v jedných mexických novinách práve použitím frazeolexémy *malinche* (jeho význam vysvetľujeme v kap. 7.8) predznačuje, z čoho obviňuje novinár známeho peruánskeho spisovateľa Vargasu Llosu: „*Vargas Llosa, el novelista malinche que el Imperio norteamericano necesitaba. El caso Vargas Llosa va mucho más allá. Él odia con intensidad no sólo a las ideologías progresistas e izquierdistas, sino también – y muy particularmente- a los líderes de esas ideologías. A ellos el novelista peruano les califica como “la hez latinoamericana”, refiriéndose a Hugo Chávez, Evo Morales, Rafael Correa y Daniel Ortega, según se lee en su última columna escrita para el diario chileno “La Tercera”, la cual publicó las ideas del susodicho en las páginas 86 – 87 de su edición del domingo 07 de marzo recién pasado.*“

Ďalším príkladom možnej mexickej kulturémy, ktorá bola použitá v žurnalistike je frazéma *liar su petate* – *zbaľiť si kufre, zdvihnúť kotvy*:

- a) *Si esto no es fascismo, ¿qué es entonces? En mayo de 2004, Lieberman dijo que los 1,2 millones de ciudadanos palestinos de Israel “tendrían que encontrar una nueva entidad árabe” en la que vivir más allá de las fronteras de Israel. “No se les ha perdido nada aquí. Pueden liar sus petates y perderse”.*

- b) *LQSomos. Ángel Escarpa. Mayo de 2010. Cualquier día de estos, el partido de Juan Negrín tendrá que convocar elecciones y un número importante de ciudadanos de este país nos veremos en la seria responsabilidad de verle debatiéndose, sólo, en la charca contra los tiburones y los cocodrilos de Rajoy y el resto de los franquistas confesos, incluidos los católicos de la extrema derecha. Hasta es posible que el leonés tenga que liar el petate y retirarse con su "humilde" pensión para escribir sus memorias en el tibio retiro de la vida hogareña.*

Hermeneutická a kognitívna funkcia

Množstvo kultúrém sa dostalo do kolektívneho povedomia, kde zotrvali, pretože sa stali tým, čo možno nazvať *stereotypnou situáciou*. Stereotypné situácie majú kognitívnu hodnotu, ako také sa stávajú mapami alebo návodmi, cez ktoré vizualizujeme a chápeme jednoduchším spôsobom komplexnosť životných prežitkov. Z pragmaticko-komunikačného hľadiska sa situačné kulturémy používajú, aby sa dalo inej osobe na vedomie, v akej pozícii alebo nebezpečenstve sa nachádza. Niektoré z týchto situácií zodpovedajú modelu „nech sa ti nestane to, čo osobe X, ktorá, pretože spravila/nespravila určitú vec, skončila v takom stave.“ Napríklad ak malé deti nechcú jesť, matky ich zvyknú strašiť príkladmi z rozprávky: Ak nebudeš poslúchať, príde zlý vlk a zje ťa ako neposlušné kozliatka.

Kulturémy ako dynamické modely

Ako je známe, používanie určitých symbolov alebo kulturém v novinových článkoch, literárnych a argumentačných textoch dodáva textu expresívnu silu a vyššiu agilitu nad textami, ktoré sú menej literárne, ale jednoduchšie a snáď aj viac zrozumiteľnejšie. Avšak, ako sme už uviedli, niektoré kultrémy sa môžu považovať za základ alebo dynamický kognitívny model, okolo ktorého sa vytvára interpretácia aktuálnych udalostí v argumentačných textoch. Kulturémy ako *hydra*, *Saturn požierajúci svoje deti* nám slúžia na analyzovanie mechanizmov a procesov, ktoré sa v takýchto textoch uvádzajú. Napríklad v Mexiku existuje kulturéma *malinche*, ktorá je odvodená od historickej osobnosti Malinali. Malinali pochádzala z aztéckej šľachtickej rodiny, ale po smrti otca ju predali do otroctva. Neskôr sa stala Cortézovou tlmočnicou, dôvernou a milenkou. Porodila mu dieťa, ale nikdy si ju nevzal za manželku. Mnohí historici ju považujú za zradkyňu aztéckeho národa. V mexickej histórii sa stala Malinche symbolom zvedeného a opusteného Indiána, čo sa potom obrazne prenieslo do termínu *malinchismo*, ktorým vyjadruje obdiv a odovzdanosť tomu, čo prichádza zvonka, a ako aj neschopnosť oceniť to, čo je nám vlastné, a na druhej strane odsúdenie takého správania. Ako príklad uvádzame časť článku z kultúrnej oblasti, ktorý rieši problém zahraničných hercov, ktorí účinkujú v mexických filmoch, čo verejnosť a niektorí domáci herci vnímajú ako *malinchismo*:

Nada de malinchismo en Pasión morena

„No es que sea injusto que vengan actores o actrices de otros países a protagonizar, lo que pasa es que en México vemos la belleza como mujeres y hombres rubios y de ojos claros, porque somos un tanto malinchistas. Aunque en lo particular me parece más atractivo otro tipo de hombre que uno blanco, pero es cuestión de gustos”, dijo.

Kultúra, kulturéma a videnie sveta

Súčet kulturém jedného jazyka, spoločne s jeho ostatnými ideologickými prvkami formujú sieť myšlienok, hodnôt, princípov činností, rád, vysvetlenia ako a prečo vznikol a existuje svet, atď. Všetko toto prispieva k vytváraniu videnia sveta. Ako ovplyvňujú kulturémy videnie sveta ľudí používajúcich jazyk je veľmi ťažké definovať. Niektoré kulturémy sú iba modelmi vznešenosti, zla, veľkodušnosti, vtipnosti, atď. Iné obsahujú spoločenské posolstvo o tom, čo je zlé a čo je dobré, čo je vhodné a čo je nevhodné, atď. Okrem toho existujú kulturémy, ktoré sú dynamickými pojmi, čiže prenášajú komplexné poznatky,

prostredníctvom ktorých môžeme lepšie pochopiť bezprostrednú reálnu situáciu. Mnohé kulturémy sú preto ako zrnká múdrosti, ktoré nám umožňujú jednať lepšie s naším okolím. V tomto zmysle mnoho príslovií, špeciálne tých, ktoré sa často používajú a často aj vtípne aktualizujú, sa môžu považovať za kulturémy.

Ako príklad uvádzame najznámejšie slovenské príslovia s ich vtípnou aktualizáciou:

* *Kto sa smeje naposledy, ten sa smeje najlepšie. Kto sa smeje naposledy, ten leží na smrtelnej posteli.* * *Dvakrát meraj a raz rež. Dvakrát meraj a raz hreš.* * *Láska hory prenáša. Láska horory prináša!* * *Čo na srdci, to na jazyku. Čo na srdci, to na EKG.* * *Život je najlepší učiteľ. Život je najlepší mučiteľ.* * *Dnes mne, zajtra tebe. Dnes mne, zajtra sebe.* * *Komu sa nelení, tomu sa zelení. Komu sa nelení, tomu sa čudujem.* * *Kto neskoro chodí, sám sebe škodí. Kto neskoro chodí, ďaleko býva.*

Na záver možno zhrnúť, že kulturémy predstavujú súbor informácií, s ktorými ráta naša mentálna mapa, aby sme pochopili, ako funguje náš svet vo svojej dynamickej komplexnosti. Kulturémy majú rôzne funkcie a podoby. Niektoré sú v jazyku a kultúre stále prítomné, iné ešte len vznikajú, ďalšie sa vytrácajú. Existuje mnoho kulturém, ktoré v sebe obsahujú malé dejiny, malú drámu, scénu, ktoré nám pomáhajú zhodnotiť a porovnávať každodenné situácie a iným napovedia ako myslíme, cítime a konáme.

Zoznam bibliografických odkazov

DOBROVOLSKIJ, D., PIIRAINEN, E. 1996. *Symbole in Sprache und Kultur in Studien zur Phraseologie aus kulturesmiotischer Perspektive*. Bochum: Universitätsverlag Dr. N. Brockmeyer. ISBN 3-8196-0487-1.

HABOVŠTIAKOVÁ, K. 1996. *Slovenčina známa i neznáma*. Bratislava: Veda, vydavateľstvo SAV. ISBN 80-224-0474-8.

HEČKO, B. 2005. *Nehádzte perly sviniam*. Bratislava: Veda, SAV. ISBN 80-224-0820-4.

IÑESTA MENA, E. M., PAMIES BERTRÁN, A. 2002. *Fraseología y metáfora: Aspectos tipológicos y cognitivos*. Granada: Granada Lingvistica. ISBN 84-7933-240-9.

KVAPIL, R. 2015. Kulturéma v kontexte podporného dokumentu. In: *Nové výzvy pre vzdelávanie v oblasti odborného jazyka a interkultúrnej komunikácie*. Trnava: Slovenská spoločnosť pre regionálnu politiku pri SAV, s. 42. ISBN 978-80-969043-9-6. EAN 9788096904396

MACHIOTLAHTOLLI, P. J. K. 2004. La palabra – modelo. Dichos y refranes de los antiguos nahuas. In: *Revista de literaturas populares*. México: McGraw Hill.

MENDIZÁBAL, M. 2005. *Refranero popular mexicano*. México, D. F.: Selector, S. A. ISBN 970-643-822-X.

MOLINA MARTÍNEZ, L. 2014. *El otoño del pingüino. Análisis descriptivo de la traducción de los culturemas*. Universitat Jaume I, s. 78 – 79. ISBN 978-84-15443-94-0

NADAL, L. 2009. Los culturemas: ¿unidades lingüísticas, ideológicas o culturales? In: *Language Design, 11, 2009*, s. 93 – 120. Dostupné na: http://elies.rediris.es/Language_Design/LD11/LD11-05-Lucia.pdf

ORGOŇOVÁ, O. 2009. Lingvokultúrna kategória „kulturéma“ a jej miesto v reklamnom komunikáte. In: *VARIA XVI, 2009*, s. 385. Dostupné na: <http://www.juls.savba.sk/ediela/varia/16/Varia16.pdf>

SANTAMARÍA FCO. J. 1974. *Diccionario de mejicanismos*. II. edición. México D. F.: Editorial Porua.

SOCORRO CABALERRO, Ma. del. 1988: *Dichos y refranes*. Mexico, D. F.: Toluca. ISBN 968-499-443-5.

VERMEER H. J. 1983. "Translation theory and linguistics." In: *ROINILA, P., ORFANOS, R., TIRKKONEN-CONDIT, S. 1983. Häkökohtia käänämisen tutkimuksesta*. Joensuu: University.

Kontakt

Mgr. Iveta Maarová, PhD.

Ekonomická univerzita v Bratislave

Fakulta aplikovaných jazykov

Katedra románskych a slovanských jazykov

Dolnozemska 1, 852 35 Bratislava

Slovenská republika

Email: iveta.maarova@euba.sk