

Stereoptipi i predrasude u hrvatskoj frazeologiji

Bedlek, Katarina

Master's thesis / Diplomski rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Rijeci, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:186:726389>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-15**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences - FHSSRI Repository](#)



**SVEUČILIŠTE U RIJECI
FILOZOFSKI FAKULTET**

Katarina Bedlek

Stereotipi i predrasude u hrvatskoj frazeologiji

(DIPLOMSKI RAD)

Rijeka, 2020.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
FILOZOFSKI FAKULTET
Odsjek za kroatistiku

Katarina Bedlek
Matični broj: 0009071088

Stereotipi i predrasude u hrvatskoj frazeologiji

DIPLOMSKI RAD

Diplomski studij: Hrvatski jezik i književnost

Mentor: doc. dr. sc. Željka Macan

Rijeka, 22. rujna 2020.

IZJAVA

Kojom izjavljujem da sam diplomski rad naslova *Stereotipi i predrasude u hrvatskoj frazeologiji* izradila samostalno pod mentorstvom doc. dr. sc. Željke Macan.

U radu sam primijenila metodologiju znanstvenoistraživačkoga rada i koristila literaturu koja je navedena na kraju diplomskoga rada. Tuđe spoznaje, stavove, zaključke, teorije i zakonitosti koje sam izravno ili parafrazirajući naveo/la u diplomskom radu na uobičajen način citirala sam i povezala s korištenim bibliografskim jedinicama.

Student/studentica

KATARINA BEDLEK

Potpis

Katarina Bedlek

Sadržaj

1. Uvod	1
2. Metodologija	2
3. Frazeologija	3
3.1. Značajke frazeologije	3
3.2. Povijest frazeologije	3
3.3. Frazeologija u užem i širem smislu	6
4. Frazem	8
4.1. Terminologija, definicija i obilježja frazema	8
4.2. Opseg i struktura frazema	12
4.3. Podrijetlo frazema	13
5. Stereotipi i predrasude	15
5.1. Stereotip	15
5.2. Predrasude	17
5.3. Nastanak stereotipa i kako ih se riješiti	19
6. Stereotipi i predrasude u frazeologiji	21
6.1. Rodni stereotipi	21
6.1.2. Nježniji spol	25
6.1.2.1. Frazemi koji se općenito odnose na ženski spol	25
6.1.2.2. Frazemi koji opisuju fizički izgled žene	27
6.1.2.3. Frazemi koji se odnose na karakter žene	32
6.1.2.4. Frazemi koji se odnose na intelektualne osobine žene	35
6.1.2.5. Frazemi koji se odnose na ljubavni i bračni život žene	37
6.1.3. Jači spol	40
6.1.3.1. Frazemi koji se općenito odnose na muški spol	41
6.1.3.2. Frazemi koji opisuju fizički izgled muškarca	43
6.1.3.3. Frazemi koji se odnose na karakter muškarca	47
6.1.3.4. Frazemi koji se odnose na intelektualne osobine muškarca	54
6.1.3.5. Frazemi koji se odnose ljubavni i bračni život muškarca	55
6.1.4. Frazemi koji se mogu upotrijebiti za osobe oba spola	57
7.2. Etnički stereotipi	71
7.2.1. Arap	73
7.2.2. Bosanac	73
7.2.3. Crnac	74
7.2.4. Crnogorac	75
7.2.5. Englez	75

7.2.6. Eskim	76
7.2.7. Grčka	76
7.2.8. Japanac	77
7.2.9. Kinez	78
7.2.10. Romi	78
7.2.11. Rus	81
7.2.12. Srbin	83
7.2.13. Škot	83
7.2.14. Španjolska	84
7.2.15. Švicarska	84
7.2.16. Nijemac	85
7.2.17. Turci	86
7.2.18. Ujak iz Amerike	89
7.2.19. Vlasi	89
7.2.20. Židov	90
8.1. Kulturni stereotipi	92
9. Zaključak	100
10. Popis literature	104
11. Popis frazema	114
12. Sažetak	149
13. Naslov i ključne riječi (na engleskom jeziku)	150

1. Uvod

Frazeologija je znanstvena disciplina u kojoj se proučavaju i opisuju frazemi. Kao samostalna znanstvena disciplina brzo počinje širiti svoje spoznaje. Interes za nju je sve veći pa danas zauzima istaknutu poziciju u lingvističkim disciplinama.

Frazem je osnovna jedinica frazeologije te će se u radu koristiti uvriježeni naziv. Za osnovnu frazeološku jedinicu upotrebljavali su se brojni nazivi koji će biti spomenuti u narednim poglavljima.

Predmet istraživanja ovog diplomskog rada su stereotipi i predrasude u hrvatskoj frazeologiji. Stereotipi su pojednostavljene i vrlo često iskrivljene slike o drugima. Postoje oduvijek, vjerojatno otkad postoji i ljudsko društvo. Njima se pridaju negativne karakteristike prvenstveno, drugim osobama, ali i životinjama, stvarima itd. Posljedica su međusobnih kontakata, različitih iskustava i kultura određenih naroda. Upravo frazemi čuvaju kolektivnu svijest, uvjerenja i kulturu određene etničke zajednice.

Cilj ovoga rada je pokazati na koji se način iskazuju stereotipi o drugima u hrvatskog frazeologiji. Naglasak se stavlja na istraživanje semantičkog taloga, tj. frazemske pozadinske slike koja motivira određeno frazeološko značenje. Semantički talog u narednim frazemima je ponajprije stereotip. Opisat će se na koji je način neki stereotip utjecao na značenje frazema, a pritom će se uzeti u obzir i ostali motivi poput povijesnih, kulturnih i geografskih.

Istraživanju će prethoditi kratak povijesni pregled razvoja frazeologije te temeljnih značajki frazeologije kao lingvističke discipline i njezine osnovne jedinice. Nakon toga slijedi središnji dio rada koji se bavi pitanjem stereotipa i predrasuda. Središnji dio čini podjela na rodne, etničke i kulturne stereotipe. Prije navođenja samih primjera frazema i njihovih značenja opisat će se što su uopće rodni, etnički i kulturni stereotipi te pregled bavljenja istima. Na kraju rada izvodi se zaključak, popis literature, popis korištenih frazema i sažetak.

2. Metodologija

Početnu fazu rada obilježilo je istraživanje literature o frazeologiji, a nakon toga proučavanje literature posvećene stereotipima i predrasudama te razlikama u pristupu tim dvama pojmovima.

Drugu fazu rada činilo je prikupljanje građe/frazema iz različitih frazeoloških rječnika¹. Osim rječnika koristila se i internetska baza frazema hrvatskoga jezika.² Prilikom ispisivanja frazema istovremeno se pravio abecedni popis korištenih frazema koji se donosi kao prilog ovome radu. Tijekom pisanja rada popis se svakodnevno izmjenjivao jer bi se svaki put otkrilo nešto novo i zanimljivo.

Pretpostavka provedenoga istraživanja je da frazemi odražavaju različite stereotipe. U radu su stereotipi podijeljeni na rodne, etničke i kulturne. Daleko najbrojnijima pokazali su se rodno obilježeni frazemi, što je bilo i očekivano.

Analiza će se temeljiti na istraživanju semantičkog taloga, tj. frazemske pozadinske slike koja motivira određeno frazeološko značenje. Naglasak će se staviti na istraživanje stereotipa kao semantičkog taloga koji utječe na formiranje frazeološkog značenja. Uz stereotip na značenje frazema utječu i neke povijesne, geografske i kulturne specifičnosti i okolnosti. Prilikom pisanja rada i opisivanja frazema bilo je potrebno iščitati podatke o karakteristikama određenog naroda, njihove navike, povijesne činjenice i tradiciju kako bi se dala što vjernija pozadinska slika koja je motivirala značenje frazema.

Prikupljanje građe i njezina analiza provedeni su u vremenskome razdoblju od svibnja do kolovoza 2020. godine.

¹ Popis korištenih rječnika donosi se na kraju ovoga rada.

² <http://frazemi.ihjj.hr/>, svibanj 2020.

3. Frazeologija

3.1. Značajke frazeologije

Frazeologija se gotovo svugdje opisuje kao relativno mlada lingvistička disciplina. Zamjetan je porast broja frazeoloških studija i radova posljednjih desetljeća tako da se može smatrati i vrlo plodnom disciplinom, o čemu svjedoči pojačano zanimanje jezikoslovaca za nju.

Termin *frazeologija* potječe od grčke riječi *phrasis* (izraz) i *lógos* (riječ, govor) te ima dva osnovna značenja. Prvo je lingvistička disciplina, tj. znanost o ustaljenim izrazima koji se proučavaju u okviru jednoga jezika ili više njih. Drugo je ukupnost frazema raspoređenih prema različitim kriterijima. Fink-Arsovski (2002: 5) navodi čitav niz različitih aspekata moguće podjele frazema: prema semantičkom polju (zoonimska, somatska frazeologija), prema podrijetlu i proširenosti uporabe (internacionalna, nacionalna, posuđena frazeologija), prema vremenskoj raslojenosti (arhaična frazeologija), prema područnoj raslojenosti (dijalektna, regionalna frazeologija), frazeologija kojom se služe pojedini književnici. Smatra kako je frazeologija prije svega lingvistička disciplina, ali i kulturološki mnogoslojna pa se stoga može promatrati iz različitih perspektiva.

Marija Turk (1994: 38) ističe kako je frazeologija više od drugih jezičnih područja usko povezana s tradicijom, kulturom i poviješću nekoga naroda te pruža podatke o narodu iz kojeg je ponikla, o njegovim običajima, nazorima i sl.

Termin *phraseologia* skovan je u 16. stoljeću, ali se na početku odnosio na stil i rječnik (Vidović Bolt 2011:13). Engleski termin *phraseology* zabilježen je prvi put stoljeće kasnije, u značenju 'phrasebook – skup ili priručnik jezičnih izraza i sintagmi' (Skorupka 1952: 117).

3.2. Povijest frazeologije

Frazeologija kao jezikoslovna disciplina razvila se na području bivšeg Sovjetskog Saveza. Viktor Vladimirovič Vinogradov 1947. godine objavljuje svoj rad posvećen frazeološkim pitanjima pod nazivom *Osnovni tipovi frazeoloških jedinica u ruskom jeziku*. Odvaja frazeologiju od leksikologije tako što izdvaja

čvrste veze riječi koje naziva frazeološkim jedinicama te definira tipove veza među frazeološkim sastavnicama. Frazeologija je tada uspostavljena kao samostalna poddisciplina u okviru ruskoga jezikoslovlja koja postoji usporedno s leksikologijom (Kovačević 2012: 4). Time Vinogradov stječe naziv oca ruske frazeologije i utemeljiteljem slavenske frazeologije. Frazeologija se proširuje na ostale slavenske zemlje i stječe veliku popularnost. Osim Vinogradova, razvoju frazeologije kao samostalne discipline pridonijeli su i drugi jezikoslovci, primjerice Charles Bally i Albert Sechehaye.

Povijest razvoja frazeologije kao jezikoslovne discipline može se podijeliti na pojedina razdoblja. V. N. Telija razlikuje dva razdoblja – klasično i postklasično, a I. V. Zykova tri – klasično, neoklasično i postneoklasično. Obje se slažu po pitanju klasičnog razdoblja. Ono počinje 30-ih godina 20.stoljeća, a završava 70-ih godina istoga stoljeća. Glavi zadatak u tom razdoblju bio je razgraničiti frazeologiju od drugih jezikoslovnih disciplina (Barčot 2017: 20). Razdoblje je obilježeno bavljenjem problemima strukture frazema i definiranjem njegovih obilježja. Važna preokupacija bila je i opisati korpus frazeologije kao niz frazeoloških jezičnih podsustava. Tada se nisu svi frazeolozi slagali oko tipologije i metodologije proučavanja. Neoklasično razdoblje započinje 60-ih godina 20. stoljeća. Telija to razdoblje naziva i „bolešću rasta“. Izrazito je prijelomno razdoblje u kojemu se frazeologija nalazi na spoju dviju paradigmi, strukturalističke i antropološke. U njemu se termin frazeologija počeo upotrebljavati većinom samo za idiome, a frazemi se proučavaju izvana. Barčot (2017: 20) izdvaja A. I. Fëdorova koji ističe da frazemi, za razliku od riječi, imaju frazeološko značenje koje se sastoji od slike nastale na temelju metafore, metonimije ili poredbe. Postneoklasično razdoblje počinje 90-ih godina 20. stoljeća. U tom razdoblju frazeologija korelira s drugim jezikoslovnim disciplinama, ali i društveno-humanističkim, prirodnim i tehničkim znanostima.

Prvo ime hrvatske frazeologije je Antica Menac. Zaslužna je za početak razvoja frazeologije u hrvatskome jezikoslovlju. Njezin rad *O strukturi frazeologizma* iz 1971. godine označava početak frazeoloških istraživanja u Hrvatskoj. U njemu određuje predmet istraživanja i osnovna obilježja promatrane jezične jedinice stvarajući temelje Zagrebačke frazeološke škole koja je zaslužna za osamostaljivanje frazeologije kao jezikoslovne discipline te razvoj i promicanje hrvatske frazeologije u svijetu (Kovačević 2012: 4). Svoje radove temelji na teoriji ruske frazeologije pa tako analizira sastav i strukturu frazema te proučava odnose njihovih sastavnica. Osim navedenih tema bavi se i frazeologijom u leksikografiji, pitanjem posuđivanja u frazeologiji te obrađuje temu frazeologije u književnim djelima hrvatskih pisaca. Godine 1978. izlazi rječnik pod nazivom *Rusko-hrvatski ili srpski frazeološki rječnik* u redakciji Antice Menac. Uspješno je primjenjivala teorije ruske frazeološke škole na hrvatsku frazeološku stvarnost čime je potaknula razvoj te znanosti na hrvatskom području. Okupila je oko sebe grupu suradnika koja je uskoro postala jezgra Zagrebačke frazeološke škole³.

Osim Antice Menac, potrebno je spomenuti frazeografski rad i doprinos Josipa Matešića o čemu će nešto više biti rečeno u sljedećem poglavlju. Josip Matešić autor je prvoga Frazeološkog rječnika hrvatskoga ili srpskog jezika iz 1982. godine. Nakon toga nastaju brojni radovi i rječnici koji su dokaz sustavnih frazeoloških istraživanja. Potrebno je još napomenuti i prvi *Hrvatski frazeološki rječnik* Antice Menac, Željke Fink-Arsovski i Radomira Venturina koji je objavljen 2003. godine. Zbog velikog broja frazeoloških radova, boljeg snalaženja u frazeološkoj literaturi, ali i uvida u obrađenu i prikupljenu frazeološku građu Željka Fink-Arsovski provela je zajedno sa suradnicima izradu *Bibliografije*

³ Kao rezultati rada počeli su nastajati mnogi frazeološki rječnici. Antica Menac 1985. godine pokreće projekt izrade malih dvojezičnih i trojezičnih frazeoloških rječnika nazvan *Mali frazeološki rječnici*.

hrvatske frazeologije. Bibliografijom su obuhvaćeni svi frazeološki radovi od 1970. godine do kraja 2009. godine.

3.3. Frazeologija u užem i širem smislu

Podjela frazeologije na onu u užem i širem smislu bila je posebice važna u razdoblju kada se počela oblikovati i razvijati kao zasebna disciplina.

Frazeologiju u užem smislu čine ustaljene konstrukcije kojima je svojstvena djelomična ili potpuna desemantizacija, što znači da su pojedine ili sve sastavnice promijenile svoje prototipno leksičko značenje. Frazemi ne nastaju spontano u govornom procesu, već se reproduciraju u gotovu obliku kakav se ustalio dugom uporabom. Sastav i redosljed sastavnica frazema u užem smislu je uglavnom stabilan i nepromjenjiv. Frazeologija u užem smislu uključuje frazeološke sraslice⁴, frazeološke cjeline⁵, frazeološke sveze⁶, frazeološke izraze,⁷ poslovice i krilatice.

Frazeologiju u širem smislu čine sveze riječi kod kojih desemantizacija nije provedena u potpunosti ili nije uopće provedena. Takve sveze karakterizira čvrsta struktura, ustaljenost izraza, cjelovitost te izostanak potpune desemantizacije jer neke sastavnice zadržavaju svoje leksičko značenje. Najčešće su to terminološki izrazi koji pripadaju nekom određenom području, primjerice medicini (nazivi

⁴ Frazeološke sraslice su čvrste, apsolutno nedjeljive sveze riječi koje su u potpunosti frazeologizirane, što znači da im se frazeološko značenje ni na koji način ne može dovesti u vezu s leksičkim značenjem njihovih komponenata jer su one u potpunosti desemantizirane (npr. u *tili čas, ni tu ni bu*).

⁵ Frazeološke cjeline su ustaljene i čvrste sveze riječi sastavljene od desemantizirane komponenti koje se, za razliku od frazeoloških sraslica, odlikuju značenjem koje je u određenoj mjeri motivirano leksičkim značenjem komponenti.

⁶ Frazeološke sveze su čvrste i ustaljene sveze riječi u kojima obično jedna komponenta zadržava svoje leksičko značenje (npr. *goruće pitanje, slatki život*).

⁷ Frazeološki izraz je najprozirnija skupina koja se u govoru reproducira kao gotova jedinica sa čvrstim leksičkim sastavom i jedinstvenim značenjem (npr. *krv nije voda, svi putovi vode u Rim*).

bolesti – *kokošje sljepilo, ptičja groznica*), zoologiji (*morski pas, polarna medvjedica*) ili pak ekonomiji (*crna burza*) i slično (Vidović Bolt 2011: 16).

4. Frazem

4.1. Terminologija, definicija i obilježja frazema

Frazeološka se terminologija zanemarivala sve do devedesetih godina 20. stoljeća. Dugo se nije uvrštavala u rječnike lingvističke terminologije. Najčešće upotrebljavani izrazi za osnovnu jedinicu frazeološkoga jezičnoga sustava su: *fraza*, *frazeologem*, *frazeologizam* i *idiom*. Isprva se mislilo kako označavaju istu leksičku pojavnost, ali protokom vremena su se počeli razlikovati. Naziv *fraza* (*phrase*) počeo se koristiti pedesetih i šezdesetih godina kao izraz za svezu riječi u sintaksi. Potječe od grčko-latinske riječi *phrasis* u značenju ‘izraz’. Danas nosi negativnu konotaciju jer se najčešće odnosi na rečenicu koja ne kazuje ništa. *Frazeologizam* se upotrebljava dvojako: prvo kao sinonim frazeološkoj jedinici (opći naziv za jedinicu frazeološkog sustava) i drugo, samo kao naziv za ekspresivne frazeološke jedinice (Kovačević 2012: 7). U ruskoj, američkoj i njemačkoj literaturi istovremeno se pojavljuje naziv *idiom* koji potječe od grčke riječi *idiōma* u značenju posebnost ili svojstvenost. Označava samo jednu vrstu frazeoloških jedinica, onih koje imaju isključivo konotativno značenje. Barbara Kovačević (2012: 6) navodi niz naziva koji se u literaturi upotrebljavaju za osnovu frazeološku jedinicu: *stalni izraz*, *stalni leksički kompleks*, *idiomatski izraz*, *idiomatska fraza*, *ustaljeni izraz*, *ustaljena kolokacija*, *ustaljena fraza*, *okamenjeni izraz*, *okamenjeni sklop*, *frazeološki obrat*.

U hrvatskoj se literaturi do početka devedesetih godina 20. stoljeća koristio naziv *frazeologizam* po uzoru na rusku frazeološku terminologiju. Naziv *frazeologizam* zamijenio je termin *frazem* jer se tvorbeno nadovezuje na niz naziva lingvističkih jedinica: fonem, morfem, leksem, pragmem (Vidović Bolt 2011: 17). Definicija frazema izvodi se na osnovi njegovih temeljnih obilježja. Mnogi jezikoslovci, počevši od Vinogradova, pokušali su što bolje definirati frazem, a u skladu je s time oblikovano i nazivlje za temeljnu jedinicu frazeološkoga jezičnog sustava.

Otac ruske frazeologije Vinogradov kao bitnu značajku frazema ističe preneseno i slikovito značenje, ekspresivnost i nezamjenjivost bilo koje od frazeoloških sastavnica njezinim sinonimom.

Antica Menac svoju definiciju frazema započinje objašnjavanjem razlike između sveza riječi, slobodne i frazeološke.

Sveze riječi nastaju tako da se pojedina riječ povezuje s drugim riječima. Riječi koje tvore svezu povezane su različitim oblicima gramatičkoga slaganja. Prema značenju sveze riječi dijele se na slobodne i frazeološke.

U slobodnim svezama svaka sastavnica zadržava svoje značenje pa značenje cijele sveze predstavlja zbroj tih pojedinačnih značenja. Stvaraju se u govornom procesu tako da govornik slobodno bira sastavnice svojih sveza prema značenju koje im želi dati. Kao primjer slobodne sveze Antica Menac (2007: 10) navodi *čitati knjigu*, u kojoj svaka sastavnica zadržava svoje značenje, te govornik u tijeku govornog procesa odlučuje, hoće li reći *čitati pismo*, *čitati novine*, *pisati knjigu*, *izgubiti knjigu* i sl. Govornik će upotrijebiti navedenu svezu kada mu bude potrebno spojiti značenje čitanja i značenje knjige.

U frazeološkim svezama dolazi do promjene, odnosno gubitka značenja svih ili nekih sastavnica, stoga značenje cijele sveze ne proistječe iz značenja pojedinih sastavnica. Frazeološke sveze rabe se kao gotove i cjelovite dionice. Govorniku su unaprijed poznate i ne nastaju u govornome procesu. Kao primjer frazeološke sveze navodi se *sve u šesnaest*. Tu svezu govornik ne sastavlja sam, već je dobiva u gotovu obliku. Govornik ne može umjesto *šesnaest* reći *petnaest* ili upotrijebiti bilo koju drugu zamjenicu ili prijedlog. Upotrijebiti će svezu sa značenjem koje mu je otprije poznato i koje se ne izvodi iz značenja sastavnica (Menac 2007: 10). Frazeološka sveza naziva se i frazemom.

Neke sveze riječi s istim sastavnicama, njihovim rasporedom i tipom povezanosti mogu funkcionirati kao i slobodne i kao frazeološke sveze. U

slobodnoj svezi značenje predstavlja zbroj značenja sastavnica, a u frazeološkoj svezi razvija se novo značenje cjeline koje je izazvano promjenom značenja svih sastavnica ili nekih od njih. Kao primjer uzima se sveza *oprati uši*. U slobodnoj svezi obje sastavnice zadržavaju svoje osnovno značenje: *oprati* – 'očistiti pranjem', *uši* – 'dijelovi glave, organi sluha', a sveza predstavlja zbroj tih značenja. U frazeološkoj svezi obje se sastavnice desemantiziraju, a sveza kao cjelina dobiva novo, frazeološko značenje 'ukoriti, kazniti ukorom' (Menac 2007:11).

Frazem je osnovna jedinica frazeološkoga jezičnoga sustava (Menac 2007: 11).

Menac (1994: 161) frazem definira kao vezu riječi s četiri obavezne osobine:

- 1) ne stvara se u govornom procesu nego se reproducira u gotovu obliku,
- 2) ima stalan sastav i raspored sastavnica,
- 3) značenje mu se obično ne izvodi iz značenja sastavnica jer one, ili bar neke od njih doživljavaju semantičku pretvorbu,
- 4) uklapa se u rečenicu kao njen sastavni dio.

Navode se i druge bitne osobine frazema. Neke od njih su: metaforičnost, neprobojnost, emocionalnost, neprevedenost i nacionalni karakter. Istina je da su one vrlo česte u frazeologiji, no Menac se ne slaže s činjenicom da ih treba držati za obavezne jer se neke od njih vezuju uz pripadnost određenim stilovima pa je u tome njihova specifična uloga (Menac 1994: 161).

Josip Matešić (navod prema Kovačević 2012: 9) izdvaja četiri bitna obilježja frazema:

- 1) reproduciranje – frazem se pojavljuje u gotovu obliku, kao čvrsta veza riječi ustaljena dugom uporabom,

- 2) formalno ustrojstvo – frazem je neraščlanjiv skup riječi od kojih su najmanje dvije riječi punoznačne,
- 3) idiomatičnosti – semantička pretvorba najmanje jednoga člana toga čvrstog skupa riječi, tako da značenje frazema nikada ne odgovara zbroju značenja njihovih članova,
- 4) uklapanje u kontekst – frazem se u rečenici pojavljuje kao njezin prosti član, tj. frazem nije skup riječi u vidu vlastitoga teksta.

Njegova se definicija odnosi na poimanje frazema u užem smislu i vrlo precizno određuje frazem s obzirom na njegova osnovna obilježja.

Željka Fink-Arsovski (prema Hrnjak 2017: 11) ističe da se frazem sastoji od najmanje dviju sastavnica bez obzira na to je li riječ o kombinaciji dviju punoznačnica ili nepunoznačnice i punoznačnice. Smatra da se frazem ne stvara u govornom procesu već se kao cjelina uključuje u diskurs. Time postaje dio rečeničnoga ustrojstva ili funkcionira kao samostalna cjelina. Kao osnovna obilježja frazema navodi postojanje najmanje dviju sastavnica, cjelovitost, čvrstu strukturu, ustaljenost i reproduktivnost, ekspresivnost i konotativno značenje te slikovitost koja je povezana s desemantizacijom⁸. Pri tome razlikuje potpunu desemantizaciju u kojoj su sve komponente frazema semantički preoblikovane (npr. *Katica za sve*) i djelomičnu desemantizaciju (npr. *lavovski dio*) uslijed koje samo dio sastavnica gubi svoje prvotno leksičko značenje, pa se nedeseantizirane sastavnice najčešće upotrebljavaju u određivanju frazeološkog značenja (Hrnjak 2017: 11).

Na osnovi navedenih definicija i obilježja frazema može se zaključiti (usp. Vidović Bolt, Hrnjak, Menac) da je frazem osnovna jedinica frazeološkoga jezičnoga sustava koja se sastoji od najmanje dviju sastavnica od kojih barem jedna treba biti punoznačnica. Osnovna obilježja frazema su relativno čvrsta

⁸ Desemantizacija ili semantička preoblika sastavnica frazema.

struktura, ustaljenost upotrebe, reproduktivnost, slikovitost, desematizacija, ekspresivnost i konotativno značenje. Frazem se ne stvara u govornom procesu nego se reproducira u gotovu obliku. Značenje frazema se obično ne izvodi iz značenja njegovih sastavnica jer su one podložne semantičkoj pretvorbi. Uklapa se u rečenicu kao njezin sastavni dio.

4.2. Opseg i struktura frazema

Na početku razvoja hrvatske frazeologije donja granica opsega frazema bila je upitna. S vremenom se prihvatilo shvaćanje da minimalni frazem mogu činiti jedna punoznačna riječ i jedna ili više nepunoznačnih riječi (Hrnjak 2017: 18). Gornja granica ili najveći opseg frazema nije određen.

Kada govorimo o opsegu frazema u literaturi primjećujemo da se većina frazeologa opredijelila za trostupanjsku podjelu.⁹ Ustaljena je podjela na frazeme fonetske riječi, sveze riječi i frazemske rečenice.

Fonetska riječ je opsegom najmanja jedinica. Takvi se frazemi sastoje od jedne samostalne i naglašene riječi i jedne ili više nesamostalnih i nenaglašenih riječi (proklitike ili enklitike), koje zajedno tvore naglasnu cjelinu. Najveći dio njih sastoji se od imenice i prijedloga ili imenice i čestice: *ni govora, ni za dlaku, bez pardona*. Manji dio frazeologa ne priznaje status frazema sa strukturom fonetske riječi jer smatraju da se samo sveze od dviju ili više samostalnih riječi mogu ubrajati u frazeme. Željka Fink Arsovski (2000: 95) ističe da su za frazeološki status ovog tipa frazema ključne desemantiziranost sastavnica i činjenica da neki od njih nisu razumljivi bez poznavanja frazeološkoga značenja, kao i komponenti u njihovu sastavu koje se rijetko ili nimalo ne koriste (npr. *pod mus, od šuba*).

⁹ U posljednje se vrijeme kao poseban strukturni tip izdvajaju frazemske polusloženice (*alfa-mužjak, šuć-muć pa prolij, rekla-kazala*).

Najčešći oblik u kojemu se frazemi javljaju je skup riječi. Sastoji se od najmanje dviju punoznačnih riječi uz koje može biti jedna ili više nepunoznačnica (Hrnjak 2017: 19). U takvim frazemima dolazi do zavisne ili nezavisne sintaktičke veze između sastavnica. Zavisni se skup riječi dijeli na nekoliko skupina: imeničke (*živa enciklopedija, na brzu ruku*), glagolske (*nositi glavu u torbi, govoriti u vjetar*) i pridjevske (*lud sto gradi, brz na šakama*). Nezavisni skupovi riječi zastupljeni su u manjem broju. Njihove sastavnice nisu u zavisnom odnosu (*kratko i jasno, ni pet ni šest*).

Treća i prilično brojna kategorija su frazemi sa strukturom rečenice. Nazivaju se još i frazemskim rečenicama te mogu biti uključeni u drugu rečenicu ili širi kontekst, ali mogu biti i samostalni (*trla baba lan da joj prođe dan, dok je bog po zemlji hodao*).

4.3. Podrijetlo frazema

Frazemi mogu biti različitoga podrijetla. Prvo na što pomislimo kada se spomene podrijetlo frazema je upravo jezik u kojemu je pojedini frazem nastao. Antica Menac (2007: 16) izdvaja nacionalne frazeme nastale u jeziku u kojem se upotrebljavaju (npr. *na vrbi svirala, davati šakom i kapom, vedriti i oblačiti*) te sposuđene frazeme nastale u drugom jeziku, s različitim stupnjem prilagodbe jeziku primaocu (npr. *in memoriam, nositi svoj križ, željezna zavjesa*). Nacionalni frazemi su najčešće semantički neprozirni za govornike drugih jezika.

Podrijetlo frazema podrazumijeva i izvore iz kojih su neki frazemi uzeti. Frazemi nastali na bazi citata iz književnih i drugih djela također mogu biti napisani na jeziku koji ih upotrebljava, u ovome slučaju je to hrvatski (npr. *o lijepa, o draga, o slatka slobodo; bože mili kud sam zašo; ljudskom srcu uvijek nešto treba*) ili prevedeni s drugih jezika (npr. *biti ili ne biti, boriti se s vjetrenjačama, ružo pače*). Neki se frazemi uzimaju iz narodne književnosti; narodnih pjesama i pripovijedaka (npr. *čiča miča, gotova je priča*). Podrijetlo

frazema možemo pronaći i u različitim znanostima i područjima ljudske djelatnosti¹⁰ te iz različitih žargona (slenga ili šatrovačkih govora). Takvi govori razumljivi su samo određenom krugu ljudi. Kada takav izraz izađe u širu javnost i postane razumljiv većem broju ljudi, on može ući u frazeološki fond¹¹.

¹⁰ Ovdje se ubrajaju frazemi iz glazbe (*dizati ton, kriva nota, upravljati orkestrom*), kazališta (*dići zastor, posljednji čin*), sporta (*baciti u aut, dobiti žuti karton*), pomorstva (*baciti sidro, dići sidro*), različitih znanosti (*vaditi drugi korijen, bestežinsko stanje*).

¹¹ Takvi su frazemi uzeti primjerice iz kartaškog žargona (*otkriti karte, posljednji adut*), đaćkog žargona ili žargona mladih (*nabiti kolac, trta me*).

5. Stereotipi i predrasude

Kako bismo uopće mogli govoriti o stereotipima i predrasudama, potrebno je definirati ta dva pojma. Većina ljudi ne razlikuje pojam stereotipa i predrasude te ih u većini slučajeva uvrštava pod sinonime, što nije tako. U narednom poglavlju bit će definirani pojmovi stereotipa i predrasude te razlike među njima.

5.1. Stereotip

Pojam stereotipa (grč. *stereos* = čvrst, ukočen; *typos* = znak ili lik) prvotno se koristio u tehničkim znanostima. Stereotipija je u tiskarskoj tehnologiji postupak otiska složenih tiskovnih oblika nepokretnim slogom, pri čemu se kao produkt dobiva stereotip, metalna ploča odlivena od matice (Kolbas 2014: 10). Jednom načinjena štamparska matrica teško se može mijenjati. Stereotip je pojam koji se pronalazi u različitim disciplinama poput: defektologije, psihijatrije, socijalne psihologije, etnologije, geografije, lingvistike, povijest itd.

Proučavanje stereotipa je, baš kao i proučavanje frazeologije, probudilo zanimanje mnogih znanstvenika s različitih područja. Stereotipi postoje vjerojatno i otkad postoji ljudska civilizacija, ali tek u posljednja dva desetljeća započinje veliki interes za njihovo proučavanje. Nastaju brojni radovi vezani uz tematiku stereotipa, i to upravo zato što su stereotipi podložni promjenama, ali i zaboravu.

U društvenim znanostima pojam *stereotip* se počinje upotrebljavati u trenutku kada dolazi do razvoja nacionalnih, rasnih, etničkih, vjerskih i socijalnih podjela. Publicist Walter Lippmann prvi put upotrebljava pojam stereotipa u svojoj knjizi *Javno mnijenje* 1922. godine te ga uvrštava u kontekst društvenih znanosti. Stereotipe definira kao uređenu i konzistentnu sliku svijeta kojoj su se prilagodile ljudske navike, ukusi, sposobnosti, radosti i nade. Navodi da oni nisu potpuna slika svijeta, ali su slika nekog mogućeg svijeta na koji smo adaptirani

(Lippmann 1995: 76). Kao primjer stereotipa navodi Aristotela i njegovu obranu ropstva u djelu *Politika*: „*Onoga je, dakle, priroda učinila robom, tko je podoban da postane imovina druge osobe i koji na temelju toga to i jest*”¹².

Stereotipi su skup uvjerenja o tipičnim osobinama i načinima ponašanja pojedinca ili skupine te mogu problematizirati gotovo sve: godine, spol, rasu, vjeru, nacionalnost, zanimanje, spolnu orijentaciju, vanjštinu, klasnu pripadnost itd. Razlikuju se od kulture do kulture i opće su prihvaćena mišljenja o određenoj grupi koja se često primjenjuju na sve njezine članove. S vremenom se mijenjaju, a na njih utječu povijesni, politički, društveni, kulturološki i slični konteksti (Kolbas 2014: 15). Njima na neki način pojednostavljujemo svoj pogled na svijet. Nužni su kod usvajanja jezika i učenja u smislu pozitivnog pojednostavljivanja stvari. Odrasli su čovjekove potrebe da organizira i klasificira stvarnost oko sebe (Kolbas 2014: 16). Ljudi vrlo često nisu ni svjesni da djeluju i razmišljaju pod utjecajem stereotipa. Bitno je naglasiti da stereotipiziranje ne vodi nužno namjernom zlostavljanju. Svima je poznat stereotip o ženama kao lošijim vozačima od muškaraca. Čak i ako ne vjerujemo u taj stereotip možemo ga prepoznati kao uobičajeno vjerovanje drugih.

Kolbas (2014: 16) ističe kako stereotipi i predrasude nastaju kao posljedica pojednostavljivanja, generalizacije, rasizma, homofobije ili prvog dojma te se mogu se stupnjevati u pet razina. Prva razina su *ocjenjivanje* i *ogovaranje* koja podrazumijeva viceve ili stavove poput, „*mi smo pametni, oni su glupi*“. Druga razina je *diskriminacija* odnosno dovođenje druge grupe u nepovoljniji položaj. Kao primjer Kolbas navodi školovanje ili zaposlenje invalidnih osoba. *Fizički napad* je treća razina i viši stupanj diskriminacije u koji se ubraja primjerice zabrana ulaska određene osobe na neka mjesta ili vožnja istim prijevozom kao

¹² *Politika*, Knj. I, Gl. 5. (navod prema Lippmann 1995: 77)

neka druga grupa. Peta razina i najgora razina diskriminacije, *istrebljenje*, odnosi se na progon i genocid pripadnika određene skupine.

Kada govorimo o stereotipima najčešće se spominju oni na etničkoj¹³, društvenoj¹⁴, rasnoj¹⁵, rodnoj¹⁶ i profesionalnoj¹⁷ razini. Stereotipizacija zahvaća čak i neke institucije, bolesti i stanja koje ljudi uopće ne doživljavaju kao takve. Vjerojatno najpoznatiji stereotipi su o policajcima i plavušama koje se smatra izrazito glupima, a najviše ih pronalazimo u vicevima. Doktori i odvjetnici su podmitljivi, a umjetnici čudaci.

Kolbas (2014: 60) navodi stereotip kao efikasno sredstvo za uvredu ili pohvalu nekoga. Pozitivni stereotipi su neophodni, a poželjni su sve dok nemaju negativnu konotaciju.

5.2. Predrasude

Riječ predrasuda potječe od latinske riječi *praejudicium*. Jedna od najkraćih definicija predrasude jest da je to loše mišljenje o drugima bez dovoljnog opravdanja (Supek 1992: 59).

Allport (1958: 8) predrasudu definira kao osobni ili neprijateljski stav prema osobi koja pripada određenoj grupi i samo zbog toga što pripada toj grupi pretpostavlja se da i ona ima negativne kvalitete koje se toj grupi pripisuju. Upozorava na vrlo bitnu činjenicu predrasude, a to je da predrasuda pogađa pojedinca upravo zato jer je pripadnik određene društvene grupe. Kao primjer

¹³ Etnički stereotipi podrazumijevaju da su svi pripadnici jedne nacije isti. Talijani su tako veliki ljubavnici, a Španjolci skloni zabavama.

¹⁴ Starija populacija sluša klasičnu glazbu, a mlada rock.

¹⁵ Crnci su robovi.

¹⁶ Rodni stereotipi ocrtavaju sliku o ženama i muškarcima. Žene su glupe, brbljave i vole tračati, a muškarci su snažni i rođeni za vođe.

¹⁷ Knjižničarke su uvijek namргоđene, a mornari u svakoj luci imaju drugu ženu.

(Kolbas 2014: 42)

navodi dječaka koji je stvorio predodžbu da su svi Norvežani divovi jer je bio pod dojmom divovskog lika Imira iz priča te se godinama bojava susreta s Norvežanima.

Za razliku od stereotipa, predrasuda je stav. Socijalni psiholozi stav definiraju kao relativno trajnu organizaciju pozitivnih i negativnih emocija, vrednovanja ili reagiranja prema određenim idejama, grupama, osobama i situacijama. Stječu se, oblikuju, ali i mijenjaju učenjem. Stav čine tri sastavnice: emocionalna, spoznajna i ponašajna.

Emocionalnu sastavnicu čini vrsta emocije (ljutnja, toplina) koja je povezana sa stavom i stupnjem njegova intenziteta (neugoda, izraženo neprijateljstvo). Kada kažemo da osoba ima predrasude prema crncima, time mislimo da je sklona hladnom i neprijateljskom ponašanju prema crncima jer smatra i osjeća da su svi crnci isti. Osobine koje pripisuju crncima su negativne i primjenjuju se na grupu. Individualne osobine i ponašanje žrtve kao pripadnika grupe bit će nezamijećene ili zanemarene.

Aronson, Wilens i Akert (2005: 492) opisuju kako je za ljude razumno da se ponašaju kao „spoznajni škrtci“, tj. da u pokušaju shvaćanja drugih koriste prečace i primjenjuju određena pravila zasnovana na iskustvu. Drugim riječima, ako je stereotip zasnovan na iskustvu i barem donekle točan on je adaptivan. S druge strane ako nas stereotip čini slijepima za individualne razlike u grupi, on je neadaptivan i potencijalno zlostavljački.

Ponašajnu sastavnicu predrasude čini diskriminacija, neopravdano i štetno ponašanje prema članovima grupe samo zbog njihove pripadnosti toj grupi (Aronson, Wilens i Akert 2005: 492).

5.3. Nastanak stereotipa i kako ih se riješiti

Stereotipi i predrasude nastaju kao obrambeni mehanizam ili strah od nepoznatog. Svijet je prepun različitosti pa se čovjek često oslanja na prvi dojam i kratka poznanstva te tako na osnovi vrlo malo podataka stvara predodžbu o drugima. Dojam se formira na osnovi fizičkog izgleda, glasa, gesta ili ponašanja. Na osnovi vlastitoga doživljaja ljude svrstavamo u grupe¹⁸. No, najčešće osobe doživljavamo kao pripadnike određene skupine, odnosno pod utjecajem stereotipa o skupini kojoj pripadaju¹⁹.

Predrasude i stereotipi nalaze se svuda oko nas. Prenose se prvenstveno putem medija, a nadalje ih nalazimo i u književnosti, školstvu, udžbenicima. Većina socijalnih psihologa će se složiti s činjenicom da se sadržaj predrasuda i stereotipa mora naučiti (Aronson, Wilsen i Akert 2005: 496). Lako je moguće da djeca preuzmu predrasude svojih roditelja, ali ne mora nužno značiti da će ih zadržati u odrasloj dobi.

U literaturi socijalne psihologije navodi se hipoteza kontakta kao jedna od najutjecajnijih ideja za suzbijanje međugrupnih predrasuda²⁰. Hipoteza kontakta je ideja da kontakt između članova različitih grupa u određenim uvjetima smanjuje međugrupne predrasude i neprijateljstvo (Hewston, Stroebe 2003: 452).

Najlakše ih je izbjeći upoznavajući i prihvaćajući druge. Trebamo biti svjesni činjenice da smo svi različiti i jednako tako posebni na ovome svijetu. Netko nije nužno loš sve dok na bilo koji način ne ugrožava drugo ljudsko biće. Kako bismo prihvatili druge, prvo trebamo prihvatiti sebe. Veliku ulogu u shvaćanju stereotipa i predrasuda ima obitelj, odgoj i obrazovanje. Predrasude i negativne stereotipe

¹⁸ Ljude grupiramo kao mlade ili stare, bijelce ili crnce, ljubazne ili neljubazne i sl.

¹⁹ Takve skupine mogu biti: vjerske i etničke, osobe s poteškoćama, osobe suprotnog spola, starije i mlađe osobe.

²⁰ Hipotezu kontakta predlažu i E. Aronson, T. D. Wilson, R. M. Akert (*Socijalna psihologija*) i M. Hewstone, W. Stroebe (*Uvod u socijalnu psihologiju*).

treba pamtititi, ali i djelovati na njihovom suzbijanju već od najranije dobi učenjem tolerancije i širenjem spoznaja²¹.

U zaključku poglavlja poučna je izreka koju je 1854. godine zapisao Henry David Thoreau: „*Nikada nije prekasno da odustanemo od svojih predrasuda*“.²²

²¹ Učiteljica Jane Elliot provela je eksperiment u kojem je dokazala da se djecu može podučiti predrasudama. Jedan dan je podijelila djecu u različite grupe s obzirom na boju očiju: plavoookima je rekla da su superiorniji, pametniji i ljepši, a smeđooki su morali nositi posebne ovratnike kako bi ih se moglo prepoznati kao pripadnike manje vrijedne skupine. Za nekoliko sati plavoooka djeca su počela vrijeđati druge, a djeca smeđih očiju su postala nesigurna i depresivna. Drugi dan je zamijenila uloge, a treći dan objasnila kako su učili o diskriminaciji i o predrasudama. Djeca su shvatila poruku na svojoj koži. Nakon niza godina rekli su da je to iskustvo imalo dugotrajan utjecaj u njihovim životima te su od najranijeg djetinjstva bili svjesni diskriminacije drugih (Aronson, Wilsen i Akert (2005: 497).

²² Internetski izvor: <http://divithana.com/lifestyle/moda-i-zdravlje/psihologija/stavovi-i-predrasude/>.

6. Stereotipi i predrasude u frazeologiji

U frazeologiji pronalazimo velik broj stereotipa i predrasuda. Vrlo su postojani te ih je jako teško dokinuti. Ustalili su se u svakodnevnome govoru.

Naredna poglavlja temeljit će se na podjeli na rodne, etničke i kulturne stereotipe u koje će biti uključeni i zoonimski elementi.

6.1. Rodni stereotipi

Za početak, kako bismo uopće mogli krenuti u definiranje i analizu rodnih stereotipa, potrebno je objasniti termin *rod*. Prvotno se njime označavao rod kao gramatička kategorija u lingvistici, a kasnije ga „posuđuju“ društvene znanosti kao termin koji ukazuje na razliku između biološkog spola²³ i roda shvaćenog kao socijalni spol²⁴ (Hrnjak 2017: 4).

Rodni stereotipi su unaprijed stvoreni društveni i kulturni obrasci ili predodžbe, prema kojima se ženama i muškarcima pripisuju osobine i uloge utvrđene i ograničene njihovim spolom (Strategija za ravnopravnost spolova Vijeća Europe od 2018. do 2023.²⁵). Posljedica su i uzrok duboko ukorijenjenih stavova, normi i predrasuda.

Pod rodnim stereotipom podrazumijevaju se sva kulturno i socijalno uvjetovana mišljenja i pretpostavke o svojstvima, atributima i normama ponašanja predstavnika obaju spolova (Kirilina 1999: 98).

²³ Biološki spol podrazumijeva biološka i anatomska obilježja žena i muškaraca.

²⁴ Socijalni spol podrazumijeva ponašanja, aktivnosti i karakteristike koje neko društvo smatra primjerenima za žene i muškarce.

²⁵ Prema: <https://ravnopravnost.gov.hr/arhiva/biblioteka-ureda/strategija-za-ravnopravnost-spolova-vijeca-europe-od-2018-do-2023/3145>, srpanj 2020.

Hrnjak (2017: 60) navodi podjelu T. B. Rjabove (2003) koja rodne stereotipe dijeli u nekoliko skupina prema karakteristikama koje odražavaju:

1. Karakteristike povezane s djelovanjem i aktivnošću koje muškarcima pripisuju poduzetnost, odlučnost, ustrajnost, težnju za ostvarivanje ciljeva, smisao za biznis, želju za avanturom, a ženama pasivnost, neodlučnost, oprez i brigu o poštivanju normi.

2. Karakteristike koje se odnose na vlast i upravljanje tipično muškim karakteristikama smatraju težnju za liderstvu, ambicioznost, snagu i sposobnost za donošenje odluka, a tipično ženskim, pokornost, bespomoćnost, ovisnost i vjeru u nadmoć muškarca.

3. Karakteristike povezane s kognitivnom sferom koje ističu da muškarce odlikuju logičnost, racionalnost i kritičnost, a žene intuicija, iracionalnost, nelogičnost pa čak i glupost.

4. Karakteristike emocionalne sfere koje muškarce smatraju hladnokrvnima i suzdržanima, sposobnima odvojiti racionalno od emocionalnog dok su žene emocionalne, osjećajne, osjetljive i podložne nagovaranju.

5. Karakteristike povezane s međuljudskim odnosima, tipično ženskim smatraju pozitivne karakteristike poput tankoćutnosti, dobrote, brižnosti, druželjubivosti, požrtvovnosti, nježnosti, ali i negativne karakteristike kao što su svadljivost, lukavost i prepredenost. Tipično muškim karakteristikama smatraju se otvorenost, samokontrola, pravednost, ali i grubost, egoističnost i bezosjećajnost.

Osnovni stereotip iz kojeg proizlaze ostali je taj da su žene inferiornije muškarcima. Žena se smatra manje pametnom, odnosno tjelesno slabijom pa se prvenstveno prikazuje kao supruga i majka čije je mjesto u kući dok se muškarac prikazuje kao radnik i građanin. Žena mora biti dobra majka, kućanica i supruga te slušati muškarca. Osobito izražen stereotip je prema ženama plavušama,

posebice u vicevima, kojima se percipira da je žena glupa. Žene su također loši vozači, a na glasu su i zbog raskalašenog ponašanja. Općenito se drži da su žene osjećajnije i nježnije dok su muškarci agresivniji, dominantniji i bezosjećajni. Na meti stereotipa nalaze se i sportaši, posebice nogometaši i njihove veze s manekenkama. Takva veza je tumačena kao veza ljepote i novca, a još uz to i dvostruka slava (Kolbas 2014: 46). Ako djevojka nije udana, naziva ju se starom frajлом i računa se na to da s njom nešto nije u redu, dok će u protivnom muškarac sve do starosti biti dobra prilika.

Osobine žena i muškaraca mogu se opisati i zoonimskim stereotipima. Riječ je o frazemima koji sadrže naziv životinje, a njihovo nastajanje motivirali su stereotipi o ponašanju i izgledu životinja, ali i o činjenicama i iskustvu čovjeka sa životinjama. Ljudi i životinje zajedno žive već dugi niz godina. Tijekom vremena čovjek je shvatio da bi mu neke životinje bile korisne pri teškim fizičkim poslovima, za hranu i odjeću pa ih je pripitomio. Upravo taj odnos životinje i čovjeka uvjetuje stvaranje različitih stereotipa. U većini slučajeva ti su stereotipi negativni. Hrnjak (2014: 3) navodi da se čovjek zapravo želi distancirati od životinja kao nižih bića pa im zato pridaje negativna obilježja. U hrvatskoj frazeologiji ima mnogo primjera stereotipa prema životinjama. Najčešće su tim životinjama pripisane ljudske karakteristike. Vrlo je zanimljiva činjenica da čovjek iskorištava stereotipe o životinjama prilikom karakterizacije drugoga čovjeka pa ga često uspoređuje sa životinjom ili naziva životinjskim imenom (*glupa kao guska, konju jedan...*).

Stereotipi o životinjama izrastaju iz zlouporabe jezika i životinjskih kategorija koje su prosuđene prema direktnoj korisnosti/nekorisnosti čovjeku (Bertoša 1999: 68). Životinjama se neopravdano pripisuju određene karakteristike ili se sasvim pogrešno tumači njihovo ponašanje. Vidović Bolt (2011: 21) smatra da je stereotipizacija uvjetovana pomanjkanjem dara govora svih životinja što ih svrstava u nepriviligirani položaj. Čovjek je zbog dara govora u povoljnijem

položaju jer svoje mišljenje i stavove može izraziti riječima, dok je ta mogućnost životinjama²⁶ uskraćena. Neki kulturolozi smatraju da su mogući uzrok negativne obilježenosti frazema sa zoonimskom sastavnicom pisci basni, osobito Ezop. Razlog tome je vjerojatno ljudska težnja da svoj svijet prikaže pozitivnijim od životinjskoga (Bertoša 1999: 68). Antropolozi smatraju da začetak negativnih predodžbi datira još iz vremena kada između ljudi i životinja nije bilo hijerarhije i kada su živjeli u zajednici. Ljudi su tada imali prilike upoznati karakteristike i različite oblike ponašanja koji danas uvjetuju stereotipe.

Vidović Bolt (2011: 49) ističe kako je rod zoonimske sastavnice nerijetko asimetričan sa spolom osobe na koju se frazem odnosi. Ovisno o spolu osobe na koju se frazem odnosi razlikuju se četiri temeljne skupine. Prvu skupinu čine frazemi koje se odnose isključivo na osobe ženskoga spola, primjerice *stara koka* ili *debela kao krava*. Drugu skupinu čine frazemi koji se odnose na osobe muškoga spola, *jak kao bik*, *glup kao vol*. Treću skupinu čini samo jedan frazem koji se odnosi na dijete muškoga spola, *jak kao bikić* dok najbrojniju, četvrtu skupinu obuhvaćaju frazemi koji se odnose na oba spola, *gladan kao pas*, *prljav kao svinja*. Većina frazeoloških rječnika navodi podatak na koji se spol odnosi određeni frazem²⁷.

Navedene stereotipe susrećemo u svakodnevnom životu. Nadalje će u radu biti opisani stereotipi koji se pronalaze u frazemima i koji odlikuju upravo osobine koje su spomenute. Rodno obilježene frazeme možemo podijeliti u dvije skupine. Prvu skupinu čine frazemi koji sa svojim sastavnicama i značenjem upućuju isključivo na osobe jednog spola. Drugu skupinu čine frazemi koji se svojim sastavnicama i značenjem mogu upotrijebiti i za muški i za ženski spol. U

²⁶ Mogućnost izraza kod životinja je svedena na glasanje (lavež, mijaukanje, mukanje i sl.) ili pomoću različitih neverbalnih komunikacijskim modela poput puzanja, skakanja, lizanja i sl. (Vidović Bolt 2011: 21).

²⁷ *Usp. 6.1.4.*

Prema: Fink-Arsovski, Ž. (2016). *Hrvatsko-romansko-germanski rječnik poredbenih frazema*. Zagreb: Knjigra

poglavlju „Nježniji spol“ navedeni su frazemi koji se odnose na stereotipe o ženama, a poglavlje „Jači spol“ opisuje stereotipe o muškarcima. Primjeri frazema koji se navode u okviru ovoga rada potvrđeni su u sljedećim izvorima: *Hrvatsko-engleski frazeološki rječnik*, *Hrvatski frazeološki rječnik*, *Hrvatsko-slavenski rječnik poredbenih frazema*, *Hrvatsko-romansko-germanski rječnik poredbenih frazema*, *Frazeološki rječnik hrvatskoga ili srpskog jezika*, *Hrvatsko-engleski frazeološki rječnik*. Prikupljena je frazeološka građa podijeljena u skupine prema svome značenju i tako organizirana u podskupine oblikovane prema zajedničkom semantičkom pojmu koji odgovara pojedinome stereotipu te se u okviru takve podjele donosi i njezina analiza.

6.1.2. Nježniji spol

Već u samom naslovu poglavlja nameće se frazem *nježniji spol* sa stereotipnom komponentom. Time se ženski spol smatra nježnijim, ljepšim i osjećajnijim u odnosu na muški.

6.1.2.1. Frazemi koji se općenito odnose na ženski spol

Frazemima koji se općenito odnose na ženski spol u prikupljenoj građi pripadaju sljedeći frazemi:

Evina kći, Evino koljeno, ljepši spol, nježniji spol, slabiji spol, ženski svijet, crveni (ženski) svijet, žensko vrijeme, ženska logika, ženska loza, ženska ruka

Navedenim frazemima se općenito označavaju žene, odnosno ženski spol. Tijekom analiziranja može se zaključiti kako je u frazeologiji osnova za razlikovanje žena u odnosu na muškaraca upravo ljepota, nježnost i emocionalna slabost. Predodžba o ženama kao ljepšem spolu uvjetovana je spolnim karakteristikama ženskog organizma zbog kojeg žene imaju nježnije crte lica te su općenito sitnije i skladnije tjelesne građe (Hrnjak 2017: 75). Sastavnica *slabiji* odnosi se na fizičku snagu. Znanstveno je dokazano da su žene zbog svoje manje

tjelesne i mišićne mase i razlika u anatomskoj građi slabije i manje izdržljivije u odnosu na muškarce. Hrnjak (2017: 76) ističe kako je komponenta o nježnosti ženskog spola zapravo uvjetovana spoznajom o osobitim psihološkim karakteristikama žena, ali i znanjem o njenim socijalnim funkcijama majčinstva i odgoja djece. Takvi se frazemi gotovo uvijek upotrebljavaju s pozitivnom konotacijom.

Frazemima *Evina kći* i *Evino koljeno* ženski se spol promatra u kontekstu biblijske priče o Adamu i Evi. Svima je već poznata priča u kojoj Eva kao prva žena kuša jabuku sa stabla spoznaje dobra i zla, ponudi je Adamu i uzrokuje izgon iz raja i istočni grijeh. Eva je popustila vražjem iskušenju te tako obilježila cijelo čovječanstvo. Zbog te biblijske pozadine ovaj se frazem upotrebljava s negativnom konotacijom.

U ovu skupinu frazema ubrajaju se i frazemi koji se odnose na ženski menstrualni ciklus, *crveni (ženski) svijet*, *žensko vrijeme*.

Žene se stereotipno smatraju emocionalnijim i lakomislenijim od muškaraca o čemu svjedoči frazem *ženska pamet* u značenju lakomislenog, površnog, emocionalnog i hirovitog donošenja odluka. Frazem *ženska logika* oslikava predodžbu o ženi kao osobi čije je rasuđivanje osnovano na osjećajima, a ne na razumu. U različitim situacijama žene uvijek emocionalnije reaguju od muškaraca jer, za razliku od žena, stereotipno, muškarci djeluju i rasuđuju putem razuma.

Frazem *ženska loza* upućuje na potomstvo ženskoga člana obitelji dok se *ženska ruka* odnosi na žensku osobu/ženu koja sve sprema u kući, ali i na ženu koja ima smisao za lijepo i kreativno.

Mnogo stereotipa susrećemo u bajkama. Najčešći prikaz žene i majke je taj da ona kuha, čisti, pere, poštuje supruga dok otac odlazi na posao, radi muške poslove oko kuće te uzdržava obitelj. U frazeologiji pronalazimo motiv iz bajke

kojim se odražava jedna stereotipna slika. Frazem *osjećati se kao Pepeljuga* odnosi se na skromnu i marljivu ženu koju se nepravедno zanemaruje i iskorištava (Hrnjak 2017: 130).

5.1.2.2. Frazemi koji opisuju fizički izgled žene

Ljepota

džepna Venera, rumena kao jabuka, lijepa kao lutka, lijepa kao boginja, tri gracije

Za ženski se spol upotrebljavaju frazemi koji upućuju na pretpostavku da su žene fizički privlačnije od muškaraca te da je njihova ljepota jedna od najvažnijih tipično ženskih karakteristika. U frazeologiji se ljepota žene najčešće uspoređuje s onim što je nestvarno ili božansko. Frazem *džepna Venera* opisuje iznimno lijepu ženu niskog rasta i sitne tjelesne građe. Antroponim *Venera* odnosi se na rimsku božicu ljubavi, ljepote i plodnosti (Hrnjak 2017: 79). Pridjevska sastavnica *džepna* prikazuje lijepu ženu, malenu poput figurice koja stane u džep.

Podrijetlo frazema *tri gracije* također pronalazimo u rimskoj mitologiji gdje tri Gracije personificiraju mladost, ljepotu i veselje. Njime se opisuju tri lijepe žene koje su najčešće vezane prijateljskim odnosom i uvijek se pojavljuju zajedno. Hrnjak (2017: 80) ističe kako se u upotrebi ovaj frazem najčešće pojavljuje pisan malim početnim slovom što svjedoči o desemantizaciji vlastitog imena kao frazeološke komponente.

U hrvatskoj frazeologiji pronalazimo i usporedbu ženske ljepote s plodovima voća. Frazem *rumena kao jabuka* lijepu ženu uspoređuje sa zreloom jabukom. Pridjev *rumena* ukazuje na crvenu boju koja označava savršenost ploda, a jabuka u mnogim kulturama simbolizira plodnost, ljepotu, savršenstvo i zdravlje. Slika zdravog ploda jabuke se prvenstveno odnosi na boju lica, ali se također može povezati i s čvrstom, zategnutom kožom i svježim tenom kojima se odlikuje mladoliko i lijepo lice (Hrnjak 2013:178).

Ženska se ljepota može uspoređivati i s idealiziranim prikazom ljepote koji je stvorio sam čovjek. Kao takav primjer može se uzeti frazem *lijepa kao lutka*. Time se ženska ljepota uspoređuje s idealnom ljepotom lutke koja je oslobođena svake nepravilnosti. Ponekad taj frazem može odavati i ironičnu notu u kojoj je takva lijepa žena zapravo neprirodna, tj. umjetna. Bez obzira na spol, ovaj frazem pronalazimo i u opisima ljepote djeteta.

Ljepota žene očituje se u nježnim crtama lica i mekoj koži pa se javlja poredbeni frazem (*mekana kao svila*) koji uspoređuje žensku kožu i kosu sa svilom, najkvalitetnijim i cijenjenim vlaknom.

Mladolikost

kao djevojčica (curica)

Mladolikost je vrlo poželjna osobina vanjskog izgleda žena, pogotovo u zrelijim godinama života. U mnogim je kulturama ustaljen stereotip u kojemu je ljepota svojstvena mladosti. Zbog toga žene u zreloj i starijoj dobi moraju uložiti mnogo truda kako bi očuvale mladolikost lica. Frazem *kao djevojčica (curica)* utemeljen je na hiperboli te uspoređuje izgled žene zrelije dobi s izgledom djevojčice koja još nije prošla fazu puberteta i još uvijek nalikuje više djetetu nego ženi (Hrnjak 2017: 85).

Seksualna privlačnost i zavodljivost

izgledati kao bomba, stara koka, seks bomba, vanjska dama

Idealna žena, osim ljepotom, trebala bi zračiti i seksipilom. Hrvatska frazeologija broji nekoliko frazema koji ističu seksipil kao poseban aspekt ženske ljepote. *Seks bomba* je frazem koji se odnosi na ženu koja svojom vanjštinom, šminkom i odijevanjem naglašava aspekt svoje privlačnosti. Iz njega je izveden glagolski frazem *izgledati kao bomba* u značenju 'izgledati privlačno i seksipilno'.

Frazem *stara koka* podrazumijeva ženu zrelije dobi koja je izrazito seksualno privlačna, ali i bogata seksualnim iskustvom. Hrnjak (2017: 85) u tom kontekstu spominje i ustaljeni izraz *stara koka dobra juha* u kojem se žena zrelije dobi uspoređuje s ukusnom juhom koja se dobiva kuhanjem stare kokoši. *Vanjska dama* je koketna ženska osoba koja ne voli raditi, ali želi biti zapažena u društvu, ponajviše svojim izgledom i seksipilom.

Ružnoća

lijepa kao mačka ispod repa, stara kutija

U hrvatskoj frazeologiji nalazimo niz frazema koji se odnose na ružnoću. Nisu ograničeni na spol referenta te se većina u jednakoj mjeri odnosi na žene i muškarce. U prikupljenoj građi izdvajaju se dva frazema koji se upotrebljavaju isključivo za ženski spol.

U značenju frazema *stara kutija* uočava se ironičan prizvuk jer opisuje staru i ružnu ženu koja se dotjeruje. Iza frazema *lijepa kao mačka ispod repa* krije se usporedba neprivlačne žene sa spolnim organom mačke. Frazem je ispunjen ironijom, a utemeljen na rimi (Hrnjak 2017: 87).

Vitkost

tanka kao jasika, vitka (vita) kao jela, vitka kao srna, vitka kao djevojka

U idealu ženske ljepote vitkost je iznimno poželjna karakteristika vanjskog izgleda žene. Ono daje osobitu privlačnosti i ljupkost. Fizički izgled žene, njezina vitkost, u frazeologiji se uspoređuje s drvećem, i to jasikom i jelom, zbog toga što to drveće karakterizira tanko deblo i visina. Vitkost žene uspoređuje se i s tjelesnom građom životinje. Srnu karakterizira izduženi vrat i trup te dugačke noge pa se frazemom *vitka kao srna* uspoređuje fizički izgled žene i srne. Osim lijepa stasa ovim se frazemom želi dočarati elegancija, otmjenosti i skladno držanje (Fink-Arsovski 2002: 38). Frazemom *vitka kao djevojka* se daje

kompliment starijoj ženskoj osobi jer u toj dobi rijetko koja žena uspije održati vitak stas koji je svojstven mladim ženama i djevojkama.

Neizostavan dio vitke figure su vitke, mršave i duge noge. Frazemom *kokošje noge* se tanke noge poistovjećuju s nogama kokoši. Zbog velike slikovitosti taj frazem poprma negativnu konotaciju jer upućuje na noge koje su do te mjere mršave da nisu više uopće ni privlačne. Kokošje noge su izrazito neproporcionalne u odnosu na veličinu tijela kokoši, a njihov oblik upućuje na to da se pretjerano mršavim nogama neprivlačno ističu koščata koljena (Hrnjak 2017: 97). Duljina nogu pridonosi pak i općem dojmu vitkosti pa se na takve noge upućuje hiperboliziranim frazemom *noge do plafona*.

Mršavost

mršava kao Twiggy (Tvigica)

U hrvatskoj frazeologiji pronalazimo frazem u kojemu se uspoređuje mršava žena sa stvarnom ženskom osobom. Lesley Lawson, manekenka poznata pod nazivom Twiggy pokrenula je trend mršavosti u modnome svijetu. Svojim je izgledom nametnula mršavost kao ideal ljepote koji je vrlo ubrzo postao popularan. No, u frazeologiji se često koristi s ironičnim prizvukom te se njime opisuje pretjerano mršava osoba.

Slabo izražene obline

ravna (plosnata) kao daska

Stereotipna slika idealne žene podrazumijeva da je žena vitka, ali samo do te mjere u kojoj će još uvijek biti naglašene njezine obline, tj. ženski atributi kao što su grudi i stražnjica. Ženski atributi ženu čine seksipilnijom i privlačnijom suprotnome spolu pa se nedostatak oblina u frazeologiji prikazuje izrazito negativno. Tijelo bez naglašenih oblina se najčešće uspoređuje s plosnatim, ravnim predmetima kao što je daska.

Debljina

debela kao krava

Debljina ili gojaznost žene smatra se izrazito neprivlačnom i odbojnom jer nije u skladu s idealom ženske ljepote koji je već prethodno opisan. U hrvatskoj frazeologiji je debljina negativno konotirana te se pretjerano debela žena uspoređuje s domaćim životinjama poput krave ili svinje. Karakteristika navedenih domaćih životinja je velika masa, odnosno težina. One se uzgajaju isključivo radi ljudske prehrane pa je poželjno da imaju što veću težinu. Dakle, leksem *krava* označava ženku goveda, a vrlo se često koristi i u prenesenom značenju s podrugljivim prizvukom za gojaznu i neskladno građenu osobu (Hrnjak 2017: 95).

Stil odijevanja

Stereotipno gledano, vanjski izgled i stil odijevanja utječu na uspjeh žene u poslovnome svijetu, ali i u društvu. Hrnjak (2013: 179) smatra kako i ukus u odijevanju pridonosi ženskoj ljepoti i privlačnosti. Loše i neuredno odijevanje je u frazeologiji negativno ocijenjeno te se takvi frazemi upotrebljavaju s ironičnim i podrugljivim prizvukom. Lošim odijevanjem smatra se prilično neukusno, neuredno i otrcano odijevanje, a ono se u frazeologiji ogleda u poredbenom frazemu *kao klošarica*. Tim se frazemom uspoređuje način odijevanja s beskućnicima koji žive na ulici i koje karakterizira neurednost i zapuštenost jer nemaju financijske mogućnosti za brigu o svom izgledu.

Za starije ženske osobe svojstvena je predodžba o tome da ne pridaju veliku pažnju modi te da su sklone nositi staromodnu odjeću. Odatle i potječe frazem *oblačiti se kao <stara> baba* koji se odnosi na mlađe ženske osobe sklone odijevanju poput starije ženske populacije.

Jedini frazem koji pozitivno opisuje odijevanje ženskih osoba je *odijevati se (izgledati) kao iz žurnala*. Utemeljen je na usporedbi lijepe i moderno odjevene

žene s fotografijom u nekom modnom časopisu koja prikazuje savršene modele u idealnim odjevnim kombinacijama (Hrnjak 2017: 106). U kontekstu ovoga rada vrlo je bitna činjenica da su upravo modni časopisi jedan od medija kojim se stvara i širi stereotipna slika o tome kako bi se žene trebale odijevati da bi se zadovoljili kriteriji o idealnim konceptima ljepote.

Frazem *u Evinu kostimu* biblijskog je podrijetla i govori o Evi koja se zajedno s Adamom nalazi u rajskom vrtu potpuno naga, bez imalo srama i stida. Tek nakon svoje pogreške i grijeha postaju svjesni da su goli, osjećaju sram te prekrivaju svoje intimne dijelove lišćem.

5.1.2.3. Frazemi koji se odnose na karakter žene

Brbljavost

brbljati kao čavka, graktati (derati se) kao čavke, raskokodakati se kao kokoši

Opće je prihvaćen stereotip da žene govore puno više nego muškarci.²⁸ Brbljavost je jedna od najčešćih stereotipnih predodžbi koja se pripisuje ženama. Takav stereotip podrazumijeva da su žene u stanju satima razgovarati o beznačajnim stvarima te da su sklone ogovaranju za razliku od muškaraca za koje se općenito drži da su šutljivi.

Najčešće se u hrvatskoj frazeologiji ženska brbljavost iskazuje pridjevskim ili glagolskim poredbenim frazemima utemeljenima na usporedbi s pticama koje su poznate po iritantnom i učestalom glasanju (Hrnjak 2017: 119). Čavka je ptica dugih nogu i crne boje koja se prodorno glasa. Pripisuju joj se osobine ljudskog

²⁸ Tijekom istraživanja stereotipnih osobina koje se pripisuju ženama i muškarcima, pronađena je zanimljiva pošalica koja potvrđuje činjenicu da žene govore puno više nego muškarci.

Muškarac: „Evo piše da žene govore dva puta više od muškaraca.“

Žena: „Pa naravno, kad moramo sve ponavljati dva puta.“

Muškarac: „Ha?“

Preuzeto s <https://www.jutarnji.hr/arhiva/brbljave-zene-i-sutljivi-muskarci/3786318/> (11.6.2020.)

prigovaranja i zanovijetanja (Barčot 2017: 271). Njezino je glasanje (graktanje) motiviralo frazeme u hrvatskome jeziku koji nose negativne konotacije (*brbljati kao čavka, graktati (derati se) kao čavke*).

Gorljiv i vrlo često uzbuđen ženski razgovor opisuje se frazomom *raskokodakati se kao kokoši* (Hrnjak 2017: 120). Motiviran je neprestanim i iritantnim kokodakanjem.

Žene su, stereotipno gledano, sposobne razgovarati o nebitnim i beznačajnim stvarima. Takav tip stereotipa vidljiv je u frazemu *bapska (ženska) posla* u značenju praznih priča i koještarija o kojima ni ne vrijedi govoriti. Stereotipna predodžba o babama podrazumijeva da one u dokolici vole pretjerivati i pričati izmišljotine. Upravo zato nastaje frazem *bapske priče* u značenju 'pričanje puno pretjeranosti i izmišljotina, koještarije'.

Svadljivost

svađati se (prepirati se) kao čavke

Kako je već navedeno čavkama je svojstveno glasno graktanje koje samim time podsjeća na glasno svađanje. Za žene se smatra da su sklone i svađanju pa tako u hrvatskoj frazeologiji pronalazimo jedan frazem *svađati se (prepirati se) kao čavke* koji upućuje na žensku sklonost glasnom, bučnom i neprimjerenom svađanju.²⁹

Hrabrost

boriti se kao lavica, hrabra kao lavica

Lav je divlja životinja koja je simbol snage i hrabrosti. U frazemima se hrabra, borbena i snažna osoba uspoređuje upravo s lavom. Ženska osoba koja je izuzetno hrabra, snažna i borbena te sposobna uhvatiti se u koštac s problemima i

²⁹ svađati se (prepirati se) kao čavke – svađati se (prepirati se) bučno i neprimjerenom /ob. o grupi žena/
Prema: Fink-Arsovska, Ž. (2016). *Hrvatsko-romansko-germanski rječnik poredbenih frazema*. Zagreb: Knjigra

životnim nedaćama uspoređuje se s lavicom u frazemu *hrabra kao lavica* (Hrnjak 2017: 126). Frazemom *boriti se kao lavica* opisuje se žena koja je uvijek spremna stati u obranu onoga do čega joj je stalo. Oba se frazema najčešće koriste u kontekstu borbe žene za svoja prava i zaštitu svoje obitelji. U pozadini frazema nalazi se metafora kojom se čovjekovo ponašanje i postupci izjednačavaju s ponašanjem i postupcima koji su svojstveni stereotipnom liku životinje (Barčot 2017: 114).

Plašljivost

plaha kao srna

Srna je poznata po svojoj plahosti, tj. strahu kako ne bi postala plijen grabežljivcima. Bojažljivost se stereotipno pripisuje mladim djevojkama koje su zbog nedostatka iskustva, povučene, plašljive i oprezne, osobito prema muškarcima (Hrnjak 2017: 123). U prilog tome navodi se poredbeni frazem *plaha kao srna*.

Odlučnost i jak karakter

željezna dama (lady), žena zmaj

Prema Hrnjak (2017: 124) ova skupina frazema opisuje jake, energične i odlučne žene koje su sposobne izboriti se same za sebe. Frazem *željezna dama (lady)* u hrvatsku frazeologiju ulazi s publicističkim stilom. Njime se želi istaknuti odlučna i čvrsta žena koja je na visokom položaju. Podrijetlo frazema je povezano s engleskom sintagmom *the iron lady*, nadimkom premijerke Margaret Thatcher.

U posljednje se vrijeme ustalio frazem *žena zmaj* kojim se opisuje žena čvrstog karaktera, koja je sposobna spojiti privatni i poslovni život te je jednako uspješna i u jednom i u drugom. Oslikava ono što suvremeno društvo smatra uspješnom ženom, stoga se upotrebljava u pozitivnim konotacijama. Pozadina ovog frazema se pronalazi u metaforu u kojoj se žena uspoređuje s likom zmaja upravo zbog njegove mitološke snage i vodstva.

Lagodan život

živjeti kao grofica, živjeti kao kraljica

Lagodan život uvijek se zahvaljujući pričama i bajkama pripisuje likovima istih. U bajkama i pričama stereotipno se opisuje savršen život kraljeva, careva i grofova koji uživaju u blagodatima života. Zbog toga u frazeologiji pronalazimo frazeme koji opisuju lagodan život u izobilju i blagostanju. Navedeni su frazemi utemeljeni na usporedbi bezbrižnog života koji je osiguran kraljicama i groficama, pripadnicama visokih aristokratskih slojeva koji svoj povlašteni status duguju aristokratskom podrijetlu (Hrnjak 2017: 144). Aristokratska titula u suvremenom svijetu ne mora nužno značiti i raskošan život jer je u naivnoj stereotipnoj slici svijeta još uvijek duboko ukorijenjena slika nekadašnjeg raskošnoga života aristokracije. Takav život, u dokolici i luksuzu opisuje frazem *slatki život*.

5.1.2.4. Frazemi koji se odnose na intelektualne osobine žene

Glupost, intelektualna ograničenost

glupa kao kokoš, glupa kao guska, biti kokošje (pačje, pileće, plitke) pameti, imati kokošji mozak (svračji, ptičji, pileći), kokošje pamćenje, ženska glavo <!>, ženska pamet

Hrnjak (2017: 127) smatra da se frazemi ove skupine temelje na stereotipnoj slici žene kao umno ograničene osobe s niskim intelektualnim sposobnostima i da se najčešće koriste za osobu ženskoga spola kao referenta. Najveći broj frazema je utemeljen na usporedbi i poistovjećivanju žene s životinjama. U hrvatskoj kulturi uvriježena je stereotipna predodžba o pticama, posebice peradi kao izrazito glupim životinjama (Hrnjak 2017: 127). Pretpostavlja se da je to posljedica usporedbe veličine ljudskog mozga s mozgom ptice, u ovome slučaju kokoši i pilića čime se manji mozak smatra odlikom intelektualne zaostalosti i ograničenosti. Navedeni se frazemi koriste na podrugljiv i ironičan način. U frazemu *glupa kao guska* očituje se usporedba s guskom, još jednom

životinjom koja se u naivnoj slici svijeta povezuje s niskim intelektualnim sposobnostima (Hrnjak 2017: 128).

Hrnjak (2017: 128) izdvaja uzvični frazem *ženska glavo* <!/> kojim se obraćamo isključivo ženskoj osobi na podrugljiv, ironičan ili šaljiv način aludirajući na njezinu intelektualnu ograničenost. U dubinskoj strukturi frazema, metonimija povezuje glavu s intelektom, a pridjevska komponenta ukazuje na spol oslanjajući se na stereotipnu predodžbu o nadmoći muške inteligencije u odnosu na žensku.

Frazem *ženska pamet* dolazi u značenju 'lakomisleno, površno, brzo, emocionalno i hirovito donošenje odluke'³⁰.

Zaljubljenost

zaljubljena kao guska, zaljubiti se kao guska

Guska je jedna od domaćih životinja poznata po svom specifičnom načinu kretanja. Smatra se glupom, nesposobnom i naivnom životinjom, a zapravo je vrlo inteligentna. U kontekstu ženske zaljubljenosti koriste se frazemi *zaljubljena kao guska* i *zaljubiti se kao guska*. Zaljubljenost se shvaća kao stanje u kojemu je čovjek preplavljen osjećajima nesposoban racionalno razmišljati pa vrlo često radi nepromišljene stvari. Upravo je u toj činjenici utemeljena usporedba navedenih frazema.

Razmaženost

mamina kći, tatina kći

Tradicionalno stereotipno viđenje obitelji majku smatra odgovornom za odgoj i pružanje emocionalne potpore dok je otac taj koji odlazi na posao i financijski uzdržava obitelj. Frazemom *mamina kći* opisuje se ženska osoba pretjerano vezana uz majku. Najčešće je nesposobna za rješavanje životnih

³⁰ Usp. 6.1.2.1.

problema i suočavanja sa životnim preprekama. Hrnjak (2017: 137) pozadinom frazema *tatina kći* smatra rastrošnu i nesposobnu žensku osobu financijski ovisnu o bogatom i uglednom ocu. Takva osoba često zbog očeva položaja u društvu uživa u privilegijama. Navedenim se frazemima očituje tradicionalna stereotipna slika obitelji.

5.1.2.5. Frazemi koji se odnose na ljubavni i bračni život žene

Bračni parter

životna suputnica (družica), bolja (ljepša, krasna, mila) polovica, izabranica srca, životna partnerica

Brak se definira kao životna zajednica muškarca i žene usklađena s građanskim ili crkvenim zakonima. Navedeni se frazemi odnose na ženu kao članicu bračne zajednice. Poznato je staro narodno vjerovanje o postojanju srodnih duša koje se međusobno nadopunjuju. Još je i Platon govorio o postojanju dviju razdvojenih polovica duše koje su u stalnoj potrazi jedna za drugom (Hrnjak 2017: 149). Ženska se polovica duše u frazeologiji opisuje kao *bolja (ljepša, krasna, mila) polovica*. Time se na šaljiv način želi poručiti da je žena kvalitetnija polovica. Osim toga, pridjevskom se sastavnicom *ljepša*, potvrđuje postojanje stereotipa kojim se ističe važnost ženske ljepote u odnosu na muškarce.

Hrnjak (2017: 149) u frazemima *životna suputnica (družica)* i *životna partnerica* prepoznaje konceptualnu metaforu o životu kao putovanju u kojem žena prati muškarca kroz sve životne situacije.

Stereotipne predodžbe srce prikazuju kao sjedište svih ljudskih emocija, posebno ljubavi. Već tisućama godina srce predstavlja simbol ljubavi. Ono bira u koga će se zaljubiti i koga će voljeti. Takvu stereotipnu predodžbu pronalazimo u pozadini frazema *izabranica srca* kojim se želi naglasiti uloga srca u odabiru životnog partnera.

Prije braka sklapaju se zaruke koje podrazumijevaju izmjenu prstenja i dogovor o zaključivanju braka. U izvorima korištenima za potrebe provedenoga istraživanja potvrđen je samo jedan frazem koji se odnosi na ženu kao zaručnicu, a glasi *djevojka pod prstenom*. Bračna ponuda muškarca očituje se u frazemu *voditi djevojku na prsten*.

Slamnata (bijela) udovica odnosi se na ženu kojoj je suprug odsutan duže vrijeme. Značenje proizlazi iz pozadinske slike koja prikazuje udovicu. Hrnjak (2017: 148) vrlo detaljno opisuje navedeni frazem. Navodi kako postoji bitan element te slike koji ukazuje na to da se ne radi o ženi koja je uistinu izgubila supruga već o ženi koja se zbog odsutnosti supruga osjeća kao udovica. Pridjevska sastavnica *slamnata* upućuje na činjenicu da se ne radi o udovici u pravom smislu te riječi jer od slame može biti samo strašilo, lutka ili kakva druga zamišljena osoba. Također, uspoređuje navedeni frazem s upotrebom istog frazema u ruskom jeziku pa frazem povezuje s ruskim običajem stavljanja slame na krevet tek vjenčanog bračnog para i povezom od slame koji simbolizira sklapanje dogovora oko braka. Bijela boja kao atribut utječe na semantiku imeničke sastavnice tako da na određeni način zapravo ublažava i poništava njeno doslovno značenje.

Razvratnost, bludnost i prostitucija

djevojka na prodaju, djevojka s dna, djevojka s ulice, javna djevojka, poutegla djevojka, ulična djevojka, javna žena, prijateljica noći, žena lakog (sumnjivog morala), eskort-dama

Frazemi ove skupine povezani su s najstarijim zanatom na svijetu, prostitucijom. Žene koje prodaju svoje seksualne usluge za novac uglavnom su tabu tema zbog moralne neprihvatljivosti. U svakodnevnom životu imenuju se različitim pogrđnim imenima dok u frazeologiji pronalazimo nekolicinu frazema, koji ipak nisu uvredljivog karaktera. Uglavnom se takve žene, stereotipno povezuju s ulicom gdje pronalaze svoje klijente te noći, vremena kada obavljaju svoje aktivnosti. Takvu predodžbu pronalazimo u frazemima: *djevojka na*

prodaju, djevojka s dna, djevojka s ulice, javna djevojka, poutegla djevojka, ulična djevojka, javna žena, prijateljica noći.

Frazem *žena lakog (sumnjivog morala)* utemeljen je na nemoralnosti takve vrste zanimanja i grešnosti žene koja prodaje svoje tijelo za novac i time krši prvenstveno zakone kršćanske crkve.

Frazem *eskort-dama* novijeg je datuma, a odnosi se na elitni oblik prostitucije gdje usluge ne moraju nužno biti seksualne prirode (Hrnjak 2017: 147). Sama prisutnost leksema *dama* daje frazemu ironičan prizvuk.

Frazemi *laka roba* i *laka žena* upotrebljavaju se s izrazito negativnom konotacijom jer se odnose na ženu koja lako stupa u seksualne odnose ili prečesto mijenja seksualne partnere. Pridjevska sastavnica frazema *laka žena* ukazuje na to da se žena olako upušta u seksualne odnose, dok se u frazemu *laka roba*, žena izjednačava s robom koju svatko može posjedovati (Hrnjak 2017: 155).

Nažalost, sve do danas zadržala se trgovina ljudima. Frazem *bijelo roblje* opisuje žene koje se otkupom ili prijevarom odvođe u hareme ili javne kuće.

Zavodnica

fatalna žena, femme fatale

Francuska sintagma *la femme fatale* postala je popularna zahvaljujući filmu Noir iz 1940. godine u kojemu je glavni ženski lik fatalna zavodnica. Lik fatalne zavodnice prisutan je već dugi niz godina u različitim kulturama i književnostima. Fatalna zavodnica je žena koja svojim seksipilom i zavodničkim sposobnostima potpuno očarava muškarca što u njegovom slučaju najčešće završava pogubno. U frazeološkom fondu prikupljenom za potrebe provedenoga istraživanja pronalazimo prevedeni i neprevedeni oblik toga frazema. Frazeološko značenje frazema *fatalna žena* i *femme fatale* podrazumijeva da se radi o samouvjerenoj ženi vrlo naglašene seksualne privlačnosti koja manipulira muškarcem kako bi

postigla ono što njoj odgovara (Hrnjak 2017: 152). Najčešće takav čin ima poguban utjecaj na njegov život.

Neudata i djevica

stara cura (fajla), stara djevica, pokvarljiva roba, baba djevojka

Skupina ovih frazema odnosi se na neudate žene i djevice. Najčešće se takvi frazemi javljaju s ironičnim prizvukom. Frazemi *stara cura (fajla)*, *baba djevojka* i *stara djevica* odnose se na usidjelicu, tj. ženu koja je neudata u godinama kada se već očekuje da bude u braku. Hrnjak (2017: 148) primjećuje kako su imenička i pridjevska komponenta frazema *stara cura (fajla)* spojene na vrlo šaljiv način tvoreći oksimoron. Time se želi reći da ženu u određenim godinama više nije primjereno nazivati djevojkom. Čim je djevojka neudata smatra se da s njom nešto nije u redu dok se muškarca i u starosti smatra dobrom prilikom.

Frazemom *pokvarljiva roba* želi se ironično prikazati neudata djevojka u roditeljskoj kući koja je još pritom i djevica.

U ovu skupinu frazema može se uvrstiti i jedini frazem koji opisuje žensku spolnu nevinost, *djevičanski cvijet*³¹.

6.1.3. Jači spol

Stereotipna predodžba o muškarcu utemeljena je na slici muškarca koji je snažan, jak i hrabar. Osnovna karakteristika koja razlikuje muškarce od žena je upravo ta fizička snaga, što svoj odraz pronalazi u brojnim frazemima. U pozadini frazema *jači spol* nalazi se i znanstveno utemeljena činjenica u kojoj se dokazuje da su muškarci zbog svoje tjelesne građe i mišićne mase jači i izdržljiviji od žena.

³¹ U kršćanstvu, ljiljan se smatra najomiljenijim Marijinim cvijetom te time simbolizira njenu nevinost i djevičanstvo (<https://ljiljan.com.hr/o-ljiljanu/legenda-i-simbolika-o-ljiljanu>, srpanj 2020.)

Nevinost se uspoređuje sa cvijetom iz razloga što jednom kada ga uništimo ne možemo ga više vratiti u njegovo prvobitno stanje.

6.1.3.1. Frazemi koji se općenito odnose na muški spol

jači spol, Evin sin, zrele (muške) godine, muška glava, muška psovka, muška riječ, muška ruka, muška snaga, muški svijet), muška loza, izvući se iz sukunjice, glava obitelji

Navedenim se frazemima prikazuje muški spol općenito. Kao što je već rečeno u prethodnom poglavlju, žene se stereotipno prikazuju kao slabiji spol zbog svoje emocionalnosti i slabosti. Za razliku od žena, muškarci se stereotipno lakše nose s teškim situacijama i problemima jer su emocionalno stabilni i jaki.

Frazem *Evin sin* odnosi se na čovjeka, muškarca, a u pozadini ima biblijsku priču o Adamu i Evi.

Muškarcima je svojstveno i pogrdno izražavanje pa pronalazimo frazeme motivirane takvim načinom izražavanja; *muška psovka, psovati (kleti kao kočijaš), kočijaški jezik*. Pozadina tih frazema pronalazi se u pričama o kočijašima kao osobama koje mnogo psuju. Za razliku od muškaraca, žene su dame, a njima ne priliči nepristojan način izražavanja. Frazem *psovati kao kočijaš* se usprkos navedenoj stereotipnoj predodžbi može koristiti i za ženski rod.

Za razliku od „ženske riječi“, *muška riječ* je pouzdana. Žene se smatraju brbljavima i lakomisenima, a time i nepouzdanima jer postoji mogućnost da će se izbrbljati prvoj osobi koja naiđe.

Muškarci se obično predstavljaju kao *glava obitelji*. Taj se frazem u stereotipnoj i patrijarhalnoj predodžbi obitelji odnosi na najstariju mušku osobu koja ima glavnu riječ te donosi najbitnije odluke u obiteljskom životu. Muškarac je taj koji radi, zarađuje, uzdržava i osigurava financijsku sigurnost u obitelji. Hrnjak (2017: 201) primjećuje da je taj frazem utemeljen na metonimiji i metafori prema kojima se obitelj izjednačava s ljudskim organizmom, odnosno osoba koja ima ulogu vođe, poistovjećuje se s glavom i mozgom kao intelektualnim centrom ljudskog bića. Frazem se može koristiti i u ironičnom tonu kada se radio o osobi

ženskog roda koja preuzima ulogu muškarca u obitelji. U istom tonu, frazemom *muška loza* upućuje se na potomstvo muškoga člana obitelji.

Frazemom *izvući se iz sukunjice* aludira se na muški gubitak nevinosti čime se postaje momak i pravi muškarac.

U hrvatskoj frazeologiji pronalazimo dva frazema *alfa-mužjak* i *mjesni (lokalni) šerif* koji se odnose isključivo na muškarca kao referenta, a opisuju njegovu dominaciju, moć i uspješnost u društvu. (Hrnjak 2017: 196) *alfa-mužjaka* opisuje kao vrlo uspješnog, poštovanog muškarca koji zbog svojih liderskih sposobnosti zauzima najistaknutije mjesto. Takav je muškarac zbog svoje karizmatičnosti i socijalnog statusa ženama vrlo privlačan i poželjan ljubavni, ali i bračni partner. Motivaciju frazema pronalazimo u hijerarhiji čopora gdje se predvodnik i vođa čopora naziva alfa mužjakom. Njegova je uloga da čuva i štiti čopor, a karakterizira ga iznimna snaga i hrabrost. Frazem se ponekad koristi u negativnom smislu jer se odnosi na muškarca koji zauzimajući dominantnu poziciju u društvenoj hijerarhiji pokazuje agresivnost i drskost te se nameće kao predvodnik (Hrnjak 2017: 196).

Frazem novijeg datuma *mjesni (lokalni) šerif*³² odnosi se na muškarca koji na određenom području (manjem gradu ili selu) provodi svoju volju, ne pridržavajući se zakona i pravila demokracije. Pri tome izigrava bahatog moćnika koji sebi na različite priskrbljuje moć i novac (Hrnjak 2017: 196).

U obitelji je iznimna sreća kada se rodi prvo dijete, a pogotovo ako je ono muško. Obitelj je dobila nasljednika i sigurna je za nastavak i opstanak loze. U

³² Leksem *šerif* je posuđenica iz engleskog jezika koja označava izabranog predstavnika vlasti nekog okruga unutar ustrojstva izvršne vlasti u Sjedinjenim Američkim Državama (Hrnjak 2017: 197). Prva asocijacija hrvatskih govornika izaziva predodžbu šerifa kao predstavnika nasilne vlasti na Divljem zapadu u 19. stoljeću. Upravo zbog te predodžbe frazem '*mjesni (lokalni) šerif*' ima negativnu konotaciju.

frazeologiji pronalazimo jedan frazem (*prvo pa muško*) motiviran tom slikom, a nosi značenje (ne) očekivanog uspjeha u prvom pokušaju.

6.1.3.2. Frazemi koji opisuju fizički izgled muškarca

Ljepota

lijep kao Apolon, momak od oka

Broj frazema koji se odnosi na ljepotu muškaraca znatno je manji u odnosu na broj frazema kojima se prikazuje i opisuje ženska ljepota.³³ Tome ide u prilog, stereotipna slika žena čija je glavna karakteristika ljepota vanjskog izgleda.

Frazemom *lijep kao Apolon* ljepota muškarca poistovjećuje se s grčkim bogom Apolonom, bogom ljepote, sunca, umjetnosti i mudrosti. Apolonova ljepota i veze s besmrtnim muškarcima i ženama izazivale su zavist i ljubomoru drugih bogova.

Zgodan i lijepo razvijen, naočit mladić opisuje se frazemom *momak od oka*. Njegova je ljepota vrlo ugodna oku te ga je izuzetno zadovoljstvo promatrati. Sličan ovome frazemu su i frazemi *momak s konca* i *čovjek od oka* koji opisuju savršenog muškarca u svakome pogledu, a pogotovo u vanjskom izgledu.

Mladolikost

mlad kao kaplja rose, mlad (svjež) kao rosa, izgledati kao mladić

Mladolikost je kao i kod žena poželjna osobina vanjskog izgleda. Pozitivno je ocijenjena u zrelijim godinama te postaje ideal ljepote. Frazem *izgledati kao mladić* temelji se na usporedbi starijeg, zrelijeg muškarca s izgledom mladića. Vrlo mladu osobu uspoređuje se s rosom u frazemima *mlad kao kaplja rose* i *mlad*

³³ U prikupljenoj građi potvrđeno je sedam frazema koji se odnose na žensku ljepotu: *džepna Venera, rumena kao jabuka, lijepa kao lutka, lijepa kao boginja, tri gracije, mekana kao svila, kao djevojčica (curica)*.

(svjež) kao rosa. Pridjevska sastavnica svjež često se koristi s ironičnim prizvukom u značenju nevinosti i neistrošenosti, obično u doba rane mladosti.

Starost

sijed kao ovca, sijeda (bijela) brada, stari konj

Frazemi koji se odnose na starijeg muškarca uglavnom se temelje na njegovoj usporedbi sa životinjom. Stariji se muškarac metaforički uspoređuje s konjem u frazemu *stari konj* koji ima dva značenja. Prvo značenje temelji se na predodžbi starog konja koji čovjeku više nije potreban jer je izgubio svoju snagu koja mu je potrebna u obavljanju različitih fizičkih poslova. Drugo se značenje ovog frazema koristi na podrugljiv i ironičan način jer se odnosi na starog muškarca koji se želi prikazati mlađim nego što zapravo jest te se ne ponaša u skladu sa svojim godinama.

Stariji čovjek sijede kose najčešće se uspoređuje s ovcom (*sijed kao ovca*) zbog njezina krzna. Glavno obilježje starog muškarca je upravo sijeda brada pa je time motiviran i frazem *sijeda (bijela) brada* u značenju 'star čovjek'.

Visina

visok kao gora, visok kao lojtra, dug i mršav kao stožina, visok kao toranj

Frazemi ove skupine odnose se na visokog muškarca čija se visina smatra vrlo poželjnom i privlačnom. Nepisano je pravilo da muškarac mora biti viši od svoje partnerice. U frazeologiji se visina muškarca poistovjećuje s visokim predmetima kao što su ljestve, '*visok kao lojtra*' ili tornjevi, '*visok kao toranj*' ili uzvisinama, '*visok kao gora*'. Frazemom '*dug i mršav kao stožina*' opisuje se vrlo visok, ali i mršav muškarac.

Snažna građa

jak kao medvjed, jak kao bik (konj), gora od čovjeka, jak kao Kraljević Marko, kao od stijene (brda) odvaljen

Fizička se snaga smatra jednom od najznačajnijih obilježja muškog spola u odnosu na ženski. Stereotipno poimanje muškarca prikazuje kao jakog, snažnog i izdržljivog. Taj stereotip, kao što je već spomenuto, ima svoje znanstveno utemeljenje. Velik je broj frazema kojima se opisuje fizička snaga muškarca utemeljena na usporedbi s životinjama.

Bik u mnogim kulturama simbolizira snagu, zdravlje, rasplodnost i odlučnost. U grčkoj kulturi³⁴ simbolizira neobuzdanu snagu i razjarenost (Bolt; (Marjanić, Zaradija-Kiš 2007: 404). U frazemima se oslikavaju spomenuta obilježja pa se frazomom *jak kao bik* opisuje izuzetno snažan muškarac.

Prema Ladanu (2006: 47) medvjed je krupna i snažna životinja koja simbolizira snagu sirove prirode. Također, povezuje se, kao i bik sa zdravljem, snagom i plodnošću. Snažan muškarac opisuje se poredbenim frazomom *jak kao medvjed*.

Frazomom *jak kao konj* uspoređuje se snažan i izdržljiv muškarac s konjem, životinjom koju je čovjek pripitomio zbog njegove snage, tjelesne građe i izdržljivosti (Hrnjak 2017: 171).

Vrlo jak, snažan muškarac dobro razvijene atletske građe opisuje se frazomom *kao od stijene (brda) odvaljen*. Sličan tome je i frazem *gora od čovjeka*.

U pozadinskoj slici frazema *jak kao Kraljević Marko* nalazi se lik junaka južnoslavenskih narodnih književnosti. Značenje frazema prikazuje jaku osobu divovske snage. Kraljević Marko³⁵ je stvarna povijesna ličnost koja je u 14. stoljeću postala simbolom borbe protiv Osmanlija i zaštitnikom kršćanstva (Crnić Novosel, Opašić 2014: 290).

³⁴ Bikovi su se posvećivali božici Ateni, Posejdonu, Dionizu i Artemidi. Smatrali su se uzvišenom životinjom neukrotive žestine (Vidović Bolt 2011: 53).

³⁵ Marko Mrnjičević

Snaga je odraz i pokazatelj dobrog zdravlja. Zdravi muškarac uspoređuje se sa bikom (*zdrav kao bik*) kao simbolom zdravlja. Bikova se izuzetna snaga i tjelesna građa smatraju pokazateljima vrlo dobrog zdravlja. Frazemom *zdrav kao dren* muškarac se uspoređuje s vrlo čvrstim i otpornim drvetom, drenom. Zbog svoje otpornosti dren može doživjeti mnogo godina, a odlikuju ga i ljekovita svojstva ploda.

Stil odijevanja

kao klošar, u Adamovu kostimu, dotjeran (lijep) kao iz kutije

Stil odijevanja je još jedan vrlo bitan aspekt fizičkog izgleda osobe. Naravno, poželjan i privlačan muškarac je onaj koji se zna dotjerati, urediti i lijepo obući. Lijepo usklađen i odjeven muškarac opisuje se frazemom *dotjeran (lijep) kao iz kutije*. Kutija u ovome slučaju asocira na urednost i eleganciju (Fink-Arsovski 2002: 41). Stereotipno gledano žene su te koje pridaju puno više vremena uređivanju i stajanju pred ogledalom. Zbog toga nema frazema koji upućuju na lijep način odijevanja kod muškaraca.

Suprotno lijepom i usklađenom odijevanju je nemarno i neuredno odijevanje koje pronalazimo u frazemu *kao klošar*. Tim se frazemom podrazumijeva da muškarci ne vode brigu o svom načinu odijevanja te da su nemarni i neuredni. Takav se način odijevanja pripisuje beskućnicima koji nemaju povoljne higijenske uvjete i potrepštine.

Frazem *u Adamovu kostimu* motiviran je biblijskim pričom o Adamu i Evi, prvom čovjeku koji je u rajskom vrtu s Evom bio potpuno gol bez osjećaja srama (Hrnjak 2017: 170).

6.1.3.3. Frazemi koji se odnose na karakter muškarca

Nesamostalnost

biti pod suknjom, čuvati suknju, skrivati se iza ženine suknje, držati se mami (majci) za suknju (skute), mamina maza (sinčić), zaplesti se u ženske suknje

Frazemi ove skupine predstavljaju mušku nesamostalnu i razmaženu osobu koja je zbog zaštićenog načina odgoja pretjerano vezana uz majku te se ne zna nositi s životnim problemima i izazovima. Hrnjak (2017: 191) navodi kako su takvi frazemi utemeljeni na predodžbi u kojoj majke često oslobađaju svoju djecu, posebice sinove, obveza u želji da im olakšaju život i odrastanje. Kao posljedica toga muškarci postaju nesamostalni, ovisni o majci te nesposobni za donošenje bilo kakvih odluka u životu. Pošto se smatra da muškarac treba biti jak, snažan i odlučan, ovakve se stereotipne karakteristike smatraju nepoželjnim. Prema Hrnjak (2017: 191) upotrebljavaju se s negativnom konotacijom i neodobravanjem, pa čak i s prizvukom prezira.

Frazem *držati se mami (majci) za suknju (skute)* opisuje nezrelog odraslog muškarca koji je pod utjecajem svoje majke, toliko da nije sposoban samostalno razmišljati i donositi odluke. S podsmijehom se ovaj frazem može usporediti s malim djetetom koje se u potrazi za sigurnošću drži za majčinu suknju (Hrnjak 2017: 191). Sličnu usporedbu pronalazimo i u frazemu *mamina maza (sinčić)* koji opisuje nesamostalnog maminog mezimca koji nije sposoban za samostalan život. Ovi se frazemi koriste s ironičnim i podrugljivim prizvukom, a podrazumijevaju razmaženog muškarca nesposobnog ostvariti ljubavnu vezu.

Osim nesamostalnosti frazemi ove skupine opisuju i podčinjenost muškaraca. Frazem *biti pod suknjom* opisuje nesamostalnog muškarca koji se pokorava majci ili ženi. Vrlo je naglašena uloga muškarca kao vođe i alfa mužjaka stoga je ova karakteristika izrazito nepoželjna. *Skrivati se iza ženine suknje* je frazem koji u svojoj pozadini, opet, ima nesamostalnog muškarca, tj. slabića koji je ovisan o svojoj ženi te nesposoban za bilo kakvu samostalnu odluku u životu.

Ironično se aludira na zamjenu rodni uloga u kojoj muškarac traži zaštitu i odlučnost žene, osobe kojoj se stereotipno pripisuju osobine plašljivosti, neodlučnosti i pasivnosti (Hrnjak 2017: 173). Najčešće se taj muškarac *zplete u ženske suknje* i padne pod utjecaj žena koje ga iskorištavaju. Osim metafore koja upućuje na dijete koje se drži za majčinu suknju u ovim frazemima je prisutna i metonimija. Putem metonimije se suknja kao odjevni predmet povezuje sa ženom (Hrnjak 2017: 191). Navedeni frazemi sugeriraju da muškarac pokoran ženi ne zaslužuje poštovanje jer gubi svoju muškost. Time on predstavlja otklon od normi koje bi trebao predstavljati muškarac svojom odlučnošću, inteligencijom i snagom (Hrnjak 2017: 189).

Budi muško <!/> je čest frazem koji se ustalio i kao uzrečica. Koristi se u mnogim kampanjama³⁶, reklamama, ali i filmovima. Stavlja se u ovaj kontekst jer se upravo ovaj frazem može čuti prilikom opisivanja nesamostalnih muškaraca.

Sklonost porocima i ljenčarenju

izgubljeni (rasipni, razmetni, bludni) sin, živjeti kao bik na gmajni

Osobu koja je napustila svoju obitelj i skrenula s pravog životnog puta nazivamo *izgubljeni (rasipni, razmetni, bludni) sin*. Taj frazem dolazi u dva značenja; prvo se odnosi na muškarca sklonog porocima, razuzdanom i nemoralnom životu, drugo, opisuje muškarca koji se s kajanjem vraća obitelji koju je napustio i iznevjerio u potrazi za materijalnom egzistencijom (Hrnjak 2017: 194). Pozadinu ovog frazema čini biblijska parabola³⁷ o izgubljenom sinu iz Evandjelja po Luki. Naglasak je na njegovom povratku kući i kajanju zbog

³⁶Cilj kampanje BUDI MUŠKO je promoviranje vrijednosti nenasilnog ponašanja, rodne ravnopravnosti i razvijanje svijesti o odgovornom seksualnom ponašanju.

Vidi više: <https://escrh.eu/wp-content/uploads/2019/04/Y-TOOLKIT-CRO-WEB.pdf>, srpanj 2020.

³⁷ Najmlađi sin, smatrajući se najboljim od ostale braće, poželi živjeti samostalno i biti gospodar. Uskoro se pronađe u situaciji zbog koje odlučuje vratiti se prijašnjem životu. Moli i žudi za oprostom, a otac ga s milosrdem i radošću prihvaća (Hrnjak 2017: 194, 195)

(<https://biblija.ks.hr/search.aspx?k=49&p=15>, lipanj 2020.)

prethodnih grešaka. Hrnjak (2017: 195) navodi kako se ovaj frazem zna često koristiti u publicističkom stilu; sportskom kontekstu za sportaše koji mijenjaju klubove ili u političkom za političare koji mijenjaju političke stranke da bi se opet vratili skupini kojoj su prvotno pripadali.

S vrlo negativnom konotacijom upotrebljava se frazem *živjeti kao bik na gmajni* jer se upotrebljava kada se želi opisati muškarac koji živi gotovanski, odnosno na tuđi račun. Hrnjak (2017: 205) prvo opisuje značenje germanizma *gmajna* (prema njem. *Gemeine*) koji se odnosi na općinski pašnjak. Tim se frazom želi predstaviti muškarac koji živi parazitskim životom uspoređen s bikom, životinjom koja ne predstavlja rad već utjelovljuje mušku snagu i principe. Kako bi povezali pozadinsku sliku frazema, potrebno je objasniti i imeničku komponentu koja se zapravo odnosi na zemlju koja predstavlja javno dobro, tj pašnjak kojim se mogu koristiti svi bez obzira na uloženi trud u obrađivanje istog (Fink-Arsovski 2011: 296).

Muškarcima se općenito pridaje i veća sklonost alkoholu nego ženama, a opisana je najvećim brojem frazema. Ti se frazemi mogu upotrijebiti za oba spola stoga će o tome biti više riječi u sljedećem poglavlju³⁸.

Razvratnost

stari jarac, seoski bik, rasplodni bik, trčati (juriti) za svakom suknom, tjerati zeca

Daleko je manji broj frazema koji se odnose na razvratnost muškaraca u odnosu na žene. Razvratnost i pohotnost muškaraca uspoređuje se s životinjama poput bika, jarca i zeca. Jarac je simbol muškosti, seksualne raskalašenosti, izobilja životne snage, iskustva i starosti (Vidović Bolt 2011: 67). Smatra se velikim pohotnikom odakle dolazi motivacija za frazem *stari jarac* kojim se opisuje razvratan stariji muškarac koji bez obzira na svoje godine želi osvajati

³⁸ Usp. 6.1.4.

mlade djevojke s ciljem ostvarivanja novih seksualnih iskustava. Frazem se koristi u ironičnom i podrugljivom tonu.

Bik kao rasplodna životinja u mnogim kulturama simbolizira plodnost. U frazeologiji pronalazimo dva frazema sa zoonimskom sastavnicom *bika* povezana upravo s plodnošću, *seoski bik* i *rasplodni bik*. Metaforička pozadina frazema *rasplodni bik* upućuje na rasni primjerak bika koji se uzgaja s posebnim ciljem, oplođivanjem što većeg broja krava (Hrnjak 2017: 214). Pozadinska slika frazema *seoski bik* asocira na pohotnost i promiskuitetnost jer prikazuje bika koji oplođuje sve krave u selu. Oba frazema upućuju na promiskuitetno ponašanje muškaraca koje se uspoređuje s bikom.

Uvriježeno je mišljenje da su muškarci skloni prevari u vezi ili braku te da vole voditi raspojasan život (*tjerati zeca*). Frazem *stari jarac* opisuje ženskaroša, muškarca koji voli mijenjati seksualne partnerice s kojima nije emotivno povezan. Jednako motiviran je i frazem *trčati (juriti) za svakom suknjom* opisujući muškarca koji osvaja mnoge žene i na taj način demonstrira svoju muškost. Metonimijskim prijenosom značenja putem leksema *suknja* ukazuje se na ženu jer je riječ o odjevnom predmetu koji se smatra tipičnim za odijevanje žena (Hrnjak 2017: 210).

Hrabrost

boriti se kao lav, hrabar kao lav

Muškarcima se stereotipno pripisuju osobine hrabrosti i odlučnosti. Frazemi koji potvrđuju stereotipna mišljenja, muškarce uspoređuju s lavom, životinjom koja simbolizira snagu, hrabrost, ali i moć. Naime, lav se smatra kraljem životinja. Predator je i opasna životinja koja svojom brzinom i snagom predstavlja opasnog neprijatelja. Frazemi sa sastavnicom *lav* opisuju muškarčevu snagu i hrabrost kao dominantniju karakteristiku muškaraca u odnosu na žene.

Frazem *boriti se kao lav* opisuje hrabrog muškarca koji je spreman boriti se i štititi sve oko sebe kao i lav s kojim je uspoređen.

Lukavost i bahatost

stari lisac

Lisica je životinja kojoj se zbog prirode vrhunskog lovca koji do plijena često dolazi domišljatošću i upotrebom izoštranih osjetila pripisuje lukavost (Hrnjak 2017: 182). Takvu predodžbu pronalazimo u pričama, a ponajviše u Ezopovim basnama gdje je lisica jedan od ključnih likova i simbola lukavosti (Ladan 2006: 54-57). U prenesenome značenju predstavlja lukavu i prepredenu osobu, neovisno o spolu. Hrvatska frazeologija broji samo jedan frazem *stari lisac* koji upućuje na lukavog i iskusnog čovjeka koji vrlo vješto iskorištava svaku situaciju u svoju korist.

šepuriti se (napuhavati se) kao paun (puran)

Bahatost je vrlo nepoželjna i negativna karakterna osobina. U frazeologiji se upotrebljava s negativnom konotacijom, a uspoređuje s karakterističnim držanjem tijela i kretanjem nekih vrsta ptica (Hrnjak 2017: 176). Hrvatska frazeologija broji svega dva takva frazema. Nadmeno ponašanje, kretanje i držanje muškarca uspoređuje se s puranom ili paunom. Tim je pticama svojstveno kretanje uzdignute glave i napuhanih, istaknutih prsiju što njihovoj pojavi daje dojam nadmenosti i važnosti (Hrnjak 2017: 176). Posebno se ističe paun kojeg odlikuje izuzetno raskošno, šareno i dugačko perje repa. Svojom pojavom, držanjem i kretanjem uzdignute glave i lepezasto raširenog repa ostavlja dojam razmetanja i oholosti (Hrnjak 2017: 176). Upravo se ta pozadina nalazi iza frazema *šepuriti se (napuhavati se) kao paun (puran)*.

Iskustvo

<stari> morski vuk, stari mačak (zec)

Vješt mornar koji ima bogato iskustvo u pomorstvu opisuje se frazemom *<stari> morski vuk*. Pridjevska sastavnica *morski* upućuje na pomorstvo dok zoonimska sastavnica *vuk* metaforički poistovjećuje iskusnog mornara s vukom (Hrnjak 2017: 206). Vuk se stereotipnim viđenjem smatra simbolom agresivnosti, proždrljivosti, ali i neovisnosti. Hrnjak (2017: 207) opisuje kako se agresivnost može povezati s zahtjevnošću pomorske profesije koja zahtjeva da pomorac bude snažan, otporan i izdržljiv, a neovisnost upućuje na činjenicu da pomorci provode mnogo vremena sami, odvojeni od obitelji i društva. U nekim se rječnicima pojavljuje i pridjevska sastavnica *stari* koja dodatno upućuje na bogato iskustvo koje ima stariji pomorac.

Frazem *stari mačak (zec)* povezuje se s iskusnim i snalažljivim čovjekom, Pridjevska sastavnica *stari* opet upućuje na osobu zrelije dobi koja iza sebe ima mnogo životnog iskustva. Zoonimska sastavnica *mačak* metaforički uspoređuje čovjeka i mačku upravo zato što se mačke smatraju vrlo lukavim i snalažljivim životinjama.

Okruženost ženama

blažen među ženama, stidljiv kao djeva, ženski petko

Skupina ovih frazema upućuje na druženje muškaraca i žena koje ne mora uvijek biti zbog ljubavnih namjera već i iz prijateljskih razloga. Obično se takav tip muškarca smatra homoseksualnim.

Frazem *blažen među ženama* koristi se kao komentar ili opis kada se govori o situaciji u kojoj je jedan muškarac u društvu dviju ili više žena (Hrnjak 2017: 193). Njime se želi istaknuti da je muškarcu lijepo i ugodno u društvu žena.

Pridjevska sastavnica *blažen* koristi se u šaljivom tonu jer se njime opisuje čovjek koji je ispunjen uzvišenim osjećajima.

Muškarca koji se ponaša kao žensko i koji se pretežito bavi ženskim poslovima naziva se *ženskim petkom*. Frazemom *stidljiv kao djeva* uspoređuje se muškarca s ženom djevicom koja se smatra stidljivom, zatvorenom i povučenom.

Lagodan život

živjeti (osjećati se) kao [mali] beg, živjeti kao car, živjeti kao grof (lord, paša, beg), bogat kao Krez, biti pravi paša, živjeti kao paša

Lagodan i raskošan život već je spomenut u prethodnom poglavlju³⁹. Takvi su frazemi utemeljeni na usporedbi bezbrižnog života s pripadnicima aristokratskih slojeva. Frazemi koji se odnose na bezbrižan život muškarca znatno su brojniji u odnosu na frazeme koji se odnose na žene⁴⁰. Kovačević (2019: 29) navodi da je kod frazema koji se odnose na muškog referenta moguća zamjena imeničke sastavnice drugim oznakama društvenoga položaja, dok ta zamjena nije moguća kod frazema koji se odnose na ženskoga referenta. Lagodan, raskošan i bezbrižan život muškarca koji se ne mora brinuti o egzistencijalnim problemima u prikupljenoj frazeološkoj građi opisuje se nizom poredbenih frazema utemeljenih na usporedbi s bezbrižnim životom pripadnika viših, povlaštenih društvenih slojeva kao što su paša, beg, grof i car.

Pozadina frazema *bogat kao Krez* upućuje na prvog vladara koji je standardizirao količinu zlata u novčićima, koji su zapravo bili izrađeni od elektruma (prirodne slitine zlata i srebra).

³⁹ Usp. 5.1.2.3. (Lagodan život)

⁴⁰ Skupina frazema koji opisuju bezbrižan i lagodan život žene broji samo dva frazema: *živjeti kao grofica* i *živjeti kao kraljica*.

6.1.3.4. Frazemi koji se odnose na intelektualne osobine muškarca

Glupost, intelektualna ograničenost

glup kao vol, glup kao magare

Skupina ovih poredbenih frazema glupog muškarca poistovjećuje s životinjama. Vol je uškopljen mužjak goveda koji je zbog izostanka seksualne aktivnosti sveden na rad, snagu i pomoć ljudima u fizičkim poslovima (Bolt; Marjanić, Zaradija Kiš 2007: 404). Prema Aniću (2004: 1752) leksem vol ima preneseno pejorativno značenje „glup i nedokaziv čovjek trome pameti“. U frazeologiji vol postaje simbolom umne ograničenosti i niske inteligencije (*glup kao vol*), snage i napornog fizičkog rada.

Magarca se u prvom redu povezuje s osobinom tvrdoglavosti, neznanja i gluposti (Hansen-Kokoruš 1996: 45). Karakterizira ga vrlo ružan glas i duge uši, a služi za obavljanje teških fizičkih poslova. Kao i vol, u frazeologiji postaje simbolom umne ograničenosti i niske inteligencije, *glup kao magare, tvrdoglav kao magarac (magare, mazga)*.

Zaljubljenost

zaljubiti se kao pseto, zaljubljen kao pseto, zaljubiti se kao tetrijeb, zaljubljen kao tetrijeb, zaljubiti se kao konj

Ova skupina frazema je začuđujuće brojnija i bogatija frazemima u odnosu na skupinu koja opisuje zaljubljenost žena. Na zaljubljenost se gleda kao na stanje u kojem je osoba nesposobna racionalno rasuđivati pa se ponaša smiješno i nepromišljeno. Stoga se frazemi ove skupine koriste u ironičnom i šaljivom prizvuku.

Frazem *zaljubiti se kao konj* nastaje na usporedbi zaljubljenog muškarca s konjem kojemu se inače pripisuju osobine nerazumnosti i gluposti. U njima dominira reakcija pastuha na miris kobile u vrijeme njezina spolnoga ciklusa

(Vidović Bolt 2011: 114). Na muškarca koji je toliko zaljubljen da svoje osjećaje dokazuje slijepom vjernošću i poslušnošću poput psa ukazuju frazemi *zaljubiti se kao pseto, zaljubljen kao pseto* (Hrnjak 2017: 186). Također, osnova frazema je upravo ponašanje pasa u vrijeme parenja.

Vrlo je zanimljiva pozadinska slika frazema *zaljubiti se kao tetrijeb* i *zaljubljen kao tetrijeb*. Naime, u doba parenja tetrijeb doziva ženske svojim posebnim ljubavnim pjevom koji karakteriziraju četiri različita načina glasanja kroz određeni vremenski period. Tijekom četvrte i posljednje faze, tetrijeb na nekoliko trenutaka gubi vid i sluh čime postaje lak plijen (Hrnjak 2017: 187). Tom se slikom opisuje zaljubljeni muškarac koji je toliko zaljubljen da ne vidi ništa drugo doli osobe u koju je zaljubljen.

6.1.3.5. Frazemi koji se odnose ljubavni i bračni život muškarca

Bračni partner

životni suputnik, životni partner, slamnati (bijeli) udovac, voditi djevojku na prsten, jača polovica, odabranik srca

Skupina ovih frazema gleda na muškarca kao jednu od dviju osoba u ljubavnoj ili bračnoj vezi. Svi frazemi ove skupine imaju slično poimanje ljubavne veze kao i frazemi kojima se opisuje ženski ljubavni i bračni odnos⁴¹.

Većina frazema je utemeljena na predodžbi ljubavne veze kao zajednice dvoje ljudi koji se savršeno nadopunjuju. Žena je *ljepša polovica* dok su muškarci *jača polovica*. Pridjevska sastavnica *jača* upućuje na stereotipno poimanje muškarca kao jačeg i snažnijeg spola.

Muškarac se prikazuje kao ženin partner i prijatelj, osoba koja daje potporu, oslonac i pomoć u životnim odlukama i situacijama na koje kao par nailaze (Hrnjak 2017: 208). U frazemima *životni suputnik* i *životni partner* očita je

⁴¹ Usp. 5.1.2.5.

konceptualna metafora (Hrnjak 2017: 208) o životu kao putovanju u kojem je muškarac predstavljen kao osoba koja prati ženu na tom putovanju kroz sve životne probleme i situacije.

Frazem *odabranik srca*⁴² sukladan je predodžbi u kojoj je ženin odabir muškarca s kojim želi biti u ljubavnoj ili bračnoj vezi vođen prvenstveno srcem kao sjedištem ljudskih osjećaja i ljubavi (Hrnjak 2017: 208).

Slamnati (bijeli) udovac upućuje na muškarca kojemu je supruga odsutna na određeni vremenski period. Pretpostavlja se da je nastao prema frazemu *bijela (slamnata) udovica*⁴³. Radi se o muškarcu koji se zbog odsutnosti supruge osjeća kao udovac.

Idealizacija partnera

princ iz bajke, princ na bijelom konju, začarani princ, čekati princa na bijelom konju

Idealizirana slika muškarca potječe iz bajki. Princ je junak kojeg krasi pozitivne osobine, besprijekornost i savršen izgled. On je taj koji spašava junakinju od svih problema s kojima se susreće i postaje njen suprug s kojim živi sretno do kraja života. Stereotipno gledano on predstavlja idealnog muškarca i ljubavnog partnera kojeg bi svaka djevojka poželjela i o kojem svaka djevojka sanja. Frazem *princ na bijelom konju* upućuje na vrlo čest motiv koji se javlja u bajkama prema kojem se odnekud neočekivano pojavljuje princ na bijelom konju kao spasitelj (Hrnjak 2017: 209). *Začarani princ* je također, u mašti idealizirani mladić kojeg djevojke priželjkuju kao budućeg muža.

Ironičan prizvuk izaziva frazem *čekati princa na bijelom konju* jer se odnosi na izbirljivu ženu u ljubavi koja čeka idealnog budućeg partnera. U pozadini je

⁴² Usp. 5.1.2.5.

⁴³ Usp. 5.1.2.5.

opet prisutna slika idealiziranog i privlačnog mladića/princa koji neočekivano dolazi kao spasitelj.

Neženja

stari mladac

U ovoj skupini frazema pronalazimo samo jedan frazem koji upućuje na neoženjenog muškarca. Imenička komponenta koristi se s ironičnim prizvukom gdje se stariji čovjek poistovjećuje s mladićem. Za razliku od neudate žene za koju se drži da nije normalna i da s njom nešto nije uredu, neoženjeni muškarac je i dalje dobra prilika.

6.1.4. Frazemi koji se mogu upotrijebiti za osobe oba spola

Većina frazeoloških rječnika u objašnjenju navodi za koji se spol odnosi navedeni frazem.

Primjer (Fink-Arsovski 2016: 150):

KRALJ | živjeti kao kralj

lagodno živjeti, živjeti u izobilju (u blagostanju) /o muškarcu/

No, postoji mnogo frazema koji se mogu upotrijebiti bez obzira na spol. Stoga će u navedenom poglavlju biti opisana upravo takva vrsta frazema. U tim se frazemima najviše ističu stereotipi o starosti i godinama, osobinama, fizičkom izgledu i odnosu prema radu.

Starija životna dob

Abrahamove godine, star kao Biblija, metuzalemski star, prkositi godinama, dobro nositi godine, biti za staro željezo

Starost i starije osobe podložne su stereotipima koji su vrlo često negativni i pesimistički. Osobe treće životne dobi podložne su stereotipnom vjerovanju o

smanjenom intelektualnom, praktičnom i obrazovnom snalaženju i doprinosu društvu (Zovko, Damjanić 2018:376). Starije osobe su usporene, senilne, nesposobne i neprilagodljive na nove promjene. Takvi se stereotipi ogledaju i u frazeologiji, posebice rodno obilježenoj. U prethodnim poglavljima spomenuti su frazemi poput *stari jarac/konj/lisica/lija/mačak, stara koka* koji se također mogu uvrstiti u ovu skupinu. U frazemima ove skupine očituju se stereotipi, ali i ustaljene predodžbe o tome što se smatra prihvatljivim i poželjnim u ogledu izgleda, karakteristika i ponašanja starijih osoba (Hrnjak 2016: 378). Uglavnom predodžbe nose negativne konotacije, a ponekad se smatraju i smiješnima. Hrnjak (2016: 385) zaključuje da se uz opći stereotip starosti kao razdoblja čovjekova života u kojem on više nije društveno aktivan te postaje beskoristan i suvišan isprepliću i drugi dobni i rodni stereotipi. U njima se odražava predodžba o tome da su starije osobe brbljave i sklone ogovaranju, žene su zle i svadljive, a muškarci pohotni.

Starije se osobe zbog svojih godina najčešće uspoređuju s Biblijom⁴⁴, knjigom starom tisućama godina (*star kao Biblija*).

Antroponim Metuzalem potječe iz biblijske priče⁴⁵ o najstarijem čovjeku koji je doživio 969. godina. Danas je njegovo ime naziv za čovjeka visoke životne dobi. To potvrđuju hrvatski frazemi *metuzalemski star* i *star kao Metuzalem* u značenju 'jako (vrlo) star'.

⁴⁴ Biblija je nastala u vremenskom periodu od 13. stoljeća prije Krista do 1. stoljeća poslije Krista. (https://vjeronauk.net/?page_id=720, lipanj 2020.)

⁴⁵ Metušalah (Metuzalem), sin Henohov, otac Lamekov, djed Noin. Prema Knjizi Postanka 5:27: "*Metušelah poživje u svemu 969 godina pa umrije*" (<http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=40470>)

Abrahamove godine je još jedan frazem biblijskog podrijetla⁴⁶ u kojem se ogleda stereotip o starosti. Zbog njegovih godina frazem *Abrahamove godine* označava duboku starost.

Željezo se obično smatra simbolom čvrstoće, nepopustljivosti i tvrdoće, ali se u frazeologiji upotrebljava u nešto drugačijem kontekstu. Barčot (2012: 854) navodi da se hrvatski glagolski frazem *biti za staro željezo* odnosi na osobe koje su nepoželjne prvenstveno zbog svoje starosti i/ili pomanjkanja poželjnih vještina ili znanja. Time željezo postaje komponentna odbačenosti i starosti.

Frazemi *prkositi godinama* i *dobro nositi godine* opisuju osobu koja unatoč poodmaklim godinama dobro izgleda, ima kondicije i u punoj je snazi. Možemo reći da ti frazemi ruše stereotip o starosti kao razdoblju usporenosti, slabosti i nesposobnosti.

Osobine

Dobrota

dobar kao anđeo, dobri anđeo, pravi anđeo, zadušna baba, čovjek na [svome mjestu], čovjek od riječi, čovjek dobre volje, čovjek od srca, dobar kao dobar dan, dobar kao duša, duša od čovjeka (žene), nevina dušica, krotak kao ovca, čista srca, dobra (mek) srca, imati srca, široka srca

Dobrota je najpoželjnija ljudska osobina. U frazeologiji pronalazimo velik broj frazema kojima se opisuje dobrota. Dio hrvatske poredbene frazeologija sa značenjem 'jako dobar, blag, velikodušan' ima korijene u kršćanstvu (Fink-Arsovski 2002: 42). Dobra osoba najviše se uspoređuje s anđelima, savršenim božjim stvorenjima jednostavne naravi. Kao takvi oni odražavaju sliku svoga Stvoritelja.⁴⁷

⁴⁶ Abraham je uz Mojsija jedan od najpoznatijih i najznačajnijih biblijskih likova (Tomić 2004: 165).

⁴⁷ Prema: <http://www.laudato.hr/Duhovnost/Zelite-li-znati-vise/Tko-su-an%C4%91eli-cuvari.aspx>, lipanj 2020.

Srce je simbol ljubavi, osjećaja i dobrote. Brojni frazemi sa komponentom srca opisuju poštene i neiskvarene osobe: *čista srca, dobra (mek) srca, široka srca, čovjek od srca*.

Frazem *nevina dušica* ironično opisuje bezazlenu i dobroćudnu osobu. Sastavnica *nevina* odnosi se na onoga koji je u skladu s moralnim normama.

Ovca se stereotipno prikazuje kao oličenje dobrote, nevinosti, poslušnosti, plahosti, popustljivosti i pokornosti. Iznimno je važna domaća životinja koja je u suživotu s čovjekom od davnina. Vrlo je vrijedan izvor mlijeka i vune. U kontekstu dobrote pronalazimo frazem *krotak kao ovca*. Frazem *crna ovca* odudara od ustaljenog stereotipa te stvara predodžbu osobe koja odudara od zajednice svojim postupcima. Time ovca postaje simbol za pohlepnu, nezasićnu i beskarakternu osobu.

Zloba

tvrda srca, težak čovjek, bez srca, pali anđeo, prefarban (ofarban, namazan) svim bojama, prodana duša, ljut kao vrag, zao kao vrag

Dio poredbene frazeologije koja opisuje loše i iskvarene osobe, također svoje podrijetlo velikim dijelom pronalazi u biblijskim motivima. Frazem *zao kao vrag* mogao bi se smatrati antonimom imenici *anđeo* u frazemu *dobar kao anđeo* (Fink-Arsovski 2002: 43). Zle i pakosne osobe uspoređuju se s vragom, ljudskim i Božjim neprijateljem. Frazem *pali anđeo* opisuje zlu osobu, a motiviran je biblijskom pričom i kršćanskim vjerovanjem⁴⁸.

Za takve se osobe smatra da nemaju srca jer je upravo srce simbol ljubavi i osjećaja, a oni su bezosjećajni. Zbog toga nastaju frazemi: *tvrda srca, težak čovjek, bez srca, prodana duša*. Navedeni frazemi odražavaju sliku pokvarenjaka i zlih osoba koje su se odrekle poštenja radi koristi.

⁴⁸ Prema kršćanskom vjerovanju, pali anđeo je protjeran s neba zbog neposlušnosti i pobune protiv Boga.

Vrlo često možemo čuti kako se ženu naziva zmijom ili gujom⁴⁹. Zmija u biblijskim tekstovima ima snažnu simboličku ulogu, podmukla je, lukava i mudra. U kontekstu istočnoga grijeha predstavlja simbol zla i prokletstva jer navodi Evu (ženu) na grijeh i tako ubrizgava otrov neposlušnosti (Barčot 2017: 232, 233). U kršćanskom pogledu ona je utjelovljenje Sotone. Frazemi u hrvatskoj frazeologiji upućuju na predodžbu zmije kao vrlo lukave, bijesne i hladne životinje, a metaforički gledano, i takve osobe: *bijesan (ljut) kao zmija, hladan kao zmija, mudar (lukav) kao zmija*. Navedeni se frazemi mogu koristiti za oba spola.

Glagolski poredbeni frazem *skrivati (kriti) kao zmija noge* znači držati nešto u tajnosti ili skrivati. Znanstvenici dugo nisu mogli pouzdano potvrditi jesu li zmije evaluirale iz kopnenih ili morskih guštera, no argentinski istraživači došli su do dokaza koji potvrđuju da je zmija izgubila dvije noge prije nego li je kopneno stanište zamijenila vodenim (Barčot 2017: 234). Frazem je u čestoj upotrijebi zbog ukorijenjene predodžbe govornika hrvatskoga jezika da ova životinja ima skrivene noge. Postoje mnoge legende o tome kako ih je izgubila, a najpoznatija bi bila upravo, biblijska, da ju je Bog prokleo zbog Evina iskušenja (Barčot 2017: 234).

Stereotipna slika idealnog muškarca i idealne žene krasi iste pozitivnim vrlinama. Zbog velikog broja frazema koji ukazuju na zlo i pokvarenost možemo zaključiti da ruše tu idealnu sliku jer nitko nije savršen u tolikoj mjeri da je bez ijedne mane.

Pokornost

poslušan (pokoran) kao pudlica, vjeran kao pas (pseto)

Pas se smatra čovjekovim najboljim prijateljem, a karakterizira ga odanost i vjernost vlasniku. Vjernost se veliča čak i u grčim mitovima, a Homer je u 17. pjevanju Odiseje opisao kako je Odiseja nakon povratka iz rata prepoznao samo

⁴⁹ Najpoznatija priča o guji u hrvatskoj književnosti je Šuma Striborova, autorice Ivane Brlić Mažuranić.

njegov pas Argos (Vidović-Bolt 2011: 72). Iako ga opisuju pozitivne osobine u frazeologiji nosi negativnu konotaciju. Pas se u frazeologiji doživljava kao životinja koja je uvijek umorna, žedna i gladna. Pripisuje mu se ružnoća, lijenost, drskost, ljubomora, svađa i zavist. Takvu predodžbu psa pronalazimo u frazemima; *gladan kao pas (vuk)*, *lagati kao pas*, *ljubomoran kao pas*, *nervozan kao pas*, *umoran kao pas (pseto)*.

Bezrezervna i potpuna vjernost očituje se u frazemima *poslušan (pokoran) kao pudlica* i *vjeran kao pas (pseto)*. Vidović-Bolt (2011: 72) ističe kako se uz leksem *pas* rabi još i leksem *pseto*, koji se u prenesenom značenju odnosi na osobu koja izaziva prezir.

Pasji život je težak, jadan, usamljениčki i bijedan. Život pun oskudice i poniženja.

Agresivnost

bijesan kao bik, *ljut (bijesan) kao ris*, *ljut kao pas (pseto)*, *ljut kao bik*

U frazemima ove skupine dominira bijes životinja. U pozadinskoj slici frazema nalaze se životinje poznate po tome što postaju opasne kada ih se naljuti i razbjesci (Bunk, Opašić 2010: 244). Žene su emocionalnije i nježnije, a muškarcima se pripisuje sklonost burnom reagiranju, agresivnosti i bijesu. Bik je domaća životinja kojoj se pripisuju fizička snaga i zdravlje, a ljudi su mu pripisali bijes i razjarenost.⁵⁰ Motivaciju frazema *bijesan kao bik* prepoznamo u slici koja prikazuje ponašanje bika za vrijeme tradicionalnih španjolskih borbi toreadora i bika (Vidović Bolt 2011: 116).

Prema Vidović Bolt (2011: 116) u osnovi frazema *ljut kao pas (pseto)* nalazi se životinja koja se želi osloboditi batine, ali i ogrlice/lanca koji ga sputavaju u kretanju.

⁵⁰ Usp. 5.1.2.2. (Snažna građa)

Frazem *ljut (bijesan) kao ris* prikazuje ljuta ili bijesna čovjeka koji se intenzitetom svoje ljutnje ne razlikuje puno od divljih i bijesnih životinja (Kovačević, Ramadanović 2016: 517).

Brbljavost

duga (dugog) jezika, imati brz jezik, imati dug jezik, jak na jeziku, ponavljati kao papiga, dosadan kao stjenica (uš, muha, krpelj), imati jezik kao krava, imati jezik kao krava rep

Brbljavost je osobina koja se stereotipno najviše pripisuje upravo ženskom rodu, no može se primijeniti i na muški rod što dokazuju navedeni frazemi. Vjerojatno je svima prva asocijacija na riječ *papiga* njeno neprestano ponavljanje bez imalo razumijevanja. Upravo je ta karakteristika motivirala frazem *ponavljati kao papiga*.

Dosadan i nametljiv čovjek najčešće se uspoređuje s kukcima i nametnicima kojih se teško otarasiti te su vrlo dosadni i nametljivi; *dosadan kao stjenica (uš, muha, krpelj)*.

Brbljavost se pripisuje dužini jezika pa frazemi *duga (dugog) jezika, imati brz jezik, imati dug jezik* obično opisuju razgovorljive i brzoplete osobe koje previše govore. Ljudi brbljave osobe smatraju razmetljivima i hvalisavima jer ne prestaju „uvlačiti“ jezik. Takvom je predodžbom motiviran frazem *jak na jeziku*.

Vrlo slikoviti frazemi *imati jezik kao krava, imati jezik kao krava rep* upućuju na brbljavu osobu sklonu ogovaranju. Takva je osoba sklona prenošenju neprovjerenih informacija i dugim monolozima. Frazemi su motivirani duljinom kravina repa koji se uspoređuje s jezikom.

Fizički izgled

Mršavost

osušiti se kao bakalar, suh (mršav) kao bakalar, mršav (tanak) kao čačkalica, mršav kao daska, mršav kao glista, tanak (suh) kao kolac, <sama> kost i koža, tanak (suh) kao palica, jesti kao ptica (ptičica, vrabac, vrapčić), mršav kao štaka, mršav (tanak, suh) kao trlica, suh kao komarac, sjena od čovjeka, mršav kao pas (pseto)

Prema stereotipu o lijepim ženama, ali i muškarcima mršavost je pozitivna karakteristika sve dok ne preraste u bolest. Mršavost je frazeološki negativno konotirana fizička karakteristika te se poima kao osušenost i ispijenost. Mršave se osobe prvenstveno uspoređuju s tankim drvenim predmetima što dokazuju pridjevski frazemi *mršav (tanak kao čačkalica, mršav kao daska, tanak (suh) kao kolac, tanak (suh) kao palica, mršav kao štaka, mršav (tanak, suh) kao trlica*.

Osim toga vrlo često se mršava osoba uspoređuje s različitim životinjama koje svojim izgledom odaju takav dojam. Česta je usporedba sa psom (*mršav kao pas*), glistom (*mršav kao glista*), kukcem (*suh kao komarac*) ili ribom koja se prodaje u sušenom obliku *suh (mršav) kao bakalar*.

Čovjek je više u dodiru s manjim pticama poput vrapca pa ih zbog svog iskustva s njima doživljava kao životinje koje malo jedu. Zbog toga je nastao frazem *jesti kao ptica (ptičica, vrabac, vrapčić)* koji opisuje osobu koja malo jede odnosno konzumira malu količinu hrane.

Frazemi koji se odnose na vrlo mršavog muškarca imaju negativnu konotaciju. Pretjerano mršav muškarac smatra se neprivlačnim, a samim tim i nepoželjnim. Izgled gliste i komarca motivirao je frazeme koji opisuju jako mršavu osobu (*mršav kao glista, suh kao komarac*). Kada je riječ o usporedbi s komarcem, ne misli se samo na mršavog već i na sitnog i niskog muškarca (Fink-Arsovski 2002: 38). Mršavost se uspoređuje i s psom, ali to ne znači da je svaki pas premršav. Velik je broj frazema sa zoonimskom sastavnicom psa, posebice napuštenih i izglednjelih. Time se motiviranost frazema *mršav kao pas (pseto)*

pronalazi u slici napuštenog, jadnog i gladnog psa. Frazemom *sjena od čovjeka* opisuje se ispijen i bolesno mršav čovjek.

Debljina

debeo kao bačva, debeo kao svinja (prasac, prase), jesti (žderati) kao svinja, udebljati se kao svinja (prasac, prase), vučji apetit, gladan kao vuk

Debljina ljudi se u frazeologiji uspoređuje s domaćim životinjama veće tjelesne mase. Ženska osoba se ponajviše uspoređuje s kravom, a muška s prascem. Svinja je u mnogim kulturama stereotipno prikazana kao najprljavija i najproždrljivija životinja, a samim time i najviše diskriminirana. U hrvatskoj frazeologiji rabe se leksemi prasac, prase i svinja. Prema Aniću (2005: 1141, 1518) prascem se naziva neuredna i nečista osoba lošeg karaktera, prasetom se naziva nespretna osoba koja uvijek nešto zaprlja, a svinja je pogrdan i negativno konotiran naziv za neuredna i prljava čovjeka.

Osim pretjerane debljine u frazeologiju se uključuje prljavost i neurednost te životinje. Bolt (Marjanić, Zaradija-Kiš 2007: 414) naglašava kako su frazemi *prljav kao svinja, prljav kao prase* i *prljav kao prasac* vrlo specifični jer je pridjevska sastavnica *prljav* identična u sva tri frazema dok se zoonimska sastavnica izmjenjuje. Stoga, ako nekome kažemo *prljav si kao svinja* frazem je izrazito pejorativno konotiran. U frazemu *prljav kao prasac* negativna obilježnost je blaža, a u frazemu *prljav kao prase* najslabija. Simbolika svinje kao nečiste životinje pronalazi se u Bibliji te kod Židova i muslimana. Svinja se u frazeologiji odnosi i na muški i na ženski spol, takvi se frazemi javljaju u obliku *debeo/debela kao svinja, jesti (žderati) kao svinja, udebljati se kao svinja*. Frazem *jesti (žderati) kao svinja* u pozadini ima sliku osobe koja neumjereno, hlapljivo i neuredno jede.

Muškarci zbog svoje veće i snažnije tjelesne građe moraju, a i mogu jesti puno više od žena. Zbog toga ih se uspoređuje s vukom, životinjom kojoj su

pridane osobine poput lukavosti, pohlepe i vječne gladi. Gotovo se u svakoj bajci ili priči javlja proždrljivi i gladni vuk odakle su i motivirani frazemi *vučji apetit* i *gladan kao vuk* u značenju velike gladi i prekomjernog konzumiranja hrane.

Osim sa životinjama, debljina osoba uspoređuje se i sa oblim i širokim predmetima kao što je bačva, *debeo kao bačva*.

Visina

metar cvancik, metar i žilet (šumska jagoda, ćevap)

Prema stereotipnoj slici muškarca visina je jedna od najpoželjnijih karakteristika zgodnog i naočitog muškarca. Pronađena su dva frazema koja ironičnim prizvukom opisuju osobe niskog rasta; *metar cvancik, metar i žilet (šumska jagoda, ćevap)*. Time se njihov nizak rast također želi usporediti s nečim malim i niskim.

Odnos prema radu

marljiv kao crv, raditi kao crv, raditi (tegliti) kao konj (vol, marva, životinja, stoka), marljiv (vrijedan, radin i sl.) kao mrav (pčela, pčelica, crv, krtica), raditi kao mrav (crv, krtica), naraditi se (namučiti se kao pas), raditi kao životinja, mučiti se kao stoka

Vrlina koja se dosta ističe u frazeologija je upravo marljivost. Poredbeni pridjevski frazemi marljiva čovjeka uspoređuju s raznim vrstama životinja koje su poznate kao radine. Radi se o životinjama koje su u prošlosti pomagale ljudima u većini ratarskih poslova kao što su vol i konj; *raditi (tegliti) kao konj (vol, marva, životinja, stoka)*, ali i životinjama koje kao zajednica marljivo rade kako bi osigurali svoj opstanak; *marljiv (vrijedan, radin i sl.) kao mrav (pčela, pčelica, crv, krtica)*. Opće je poznata stereotipna slika mrava kao sitnih, zadružnih i marljivih životinja koje prikupljaju hranu u svoje mravinjake i osiguravaju skloništa. Tome u prilog ide i zanimljiva činjenica da mrav može podići teret nekoliko puta teži od njega samog. Mrav simbolizira vrijednog, marljivog i

ustrajnog čovjeka. Crvi se odlikuju savitljivim tijelom i gmižućim kretanjem te tako odaju dojam neprekidnoga rada. Zbog toga se čovjek koji ustrajno radi, ali ne obavlja teške fizičke poslove uspoređuje s ovom životinjom. Osim mrava i crvi na vrlo dobrom glasu su pčele, također kao simboli radišnosti.

Nasuprot marljivosti nalazi se mana lijenosti. U frazeologiji se stereotipno lijena i troma osoba uspoređuje s bubom (*lijen kao buba*). Ljudi bube doživljavaju iritantnim, uznemirujućim i lijenim bićima, osim već spomenutih iznimki, mravi i pčela. Komponenta *buba* pojavljuje se samo u navedenom frazemu, dok se njena deminutivna varijanta pronalazi u frazemima drugog značenja; *miran kao bubica*, *tih kao bubica* (Fink-Arsovski 2002: 50).

Intelektualna ograničenost

fali (nedostaje) komu [jedna, pokoja, treća] daska [u glavi], nemati sve daske u glavi, čovjek kratke (male) pameti, tvrde glave, udaren u glavu, siromah duhom (u duhu), glup kao tele, bez soli u glavi, nemati soli u glavi, s malo soli u glavi, glup kao klada (panj), glup kao stup

Poredbeni frazemi koji ističu intelektualnu ograničenost su prilično brojni. U prethodnim poglavljima možemo primijetiti da se umna ograničenost najčešće stereotipno povezuje s životinjama kojima čovjek pripisuje negativne osobine. U ovoj se skupini frazema, osobe uspoređuju s različitim drvenim predmetima poput daske, klade ili panja.

Takve osobe oba spola nazivaju *siromasima duhom* i osobama *kratke (male) pameti* jer su duševno i umno zaostali. Glupe i neinteligentne osobe stereotipno „nemaju sve daske u glavi“ niti ono malo „zrna soli“ koje im je potrebno da malo bistrije razmišljaju. Tim predodžbama su motivirani frazemi poput; *fali (nedostaje) komu [jedna, pokoja, treća] daska [u glavi], nemati sve daske u glavi, bez soli u glavi, nemati soli u glavi, s malo soli u glavi*.

Tele je simbol pokornosti, nezrelosti i naivnosti (Marjanić, Zaradija-Kiš 2007: 406). No, u prenesenom značenju tele gotovo uvijek simbolizira osobu ograničenih intelektualnih sposobnosti, odnosno budala (Anić 2005: 1579). Frazem *glup kao tele* može se upotrijebiti u kontekstu oba spola, ali se uglavnom odnosi na dijete. U tom kontekstu osim umne ograničenosti nosi i obilježje nespretnosti

Kao opreka osobama umne ograničenosti jesu pametne osobe. Postoji čitav niz frazema koji se odnose na učene ljude (*biti živa knjiga, čovjek od knjige*), ali ovdje ćemo izdvojiti samo dva frazema; *otvorena/pametna glava* i *imati soli u glavi*⁵¹ kao kontrast već navedenim frazemima.

Samotnjački način života

vuk samotnjak, sam kao ćuk, umrijeti kao pas <na cesti> (crknuti), sam kao pas

Pronađena su samo tri frazema koja se odnose na usamljeni, asocijalni život, a to su *vuk samotnjak, sam kao ćuk* i *sam kao pas*. Njima se upućuje na osobu koja je bez obitelji i potomaka pa se uspoređuje s životinjama koje uglavnom žive same.

Vuk je životinja koja simbolizira snagu, otpornost i inteligenciju. Živi u čoporima te ima osjećaj za obitelj i zajedništvo. Zbog lovačkih sposobnosti i domišljatosti uspoređuje se s lisicom (Ladan 2006: 48-49). Najčešće se javlja u mitovima, bajkama i basnama. Ponekad se vuk izdvoji iz čopora te se otisne u potragu za novim teritorijem. Zbog toga nastaje frazem *vuk samotnjak*, a odnosi se na osamljenika, čovjeka koji živi samotno. Riječ je o vrlo učestalom frazemu, a o njegovoj učestalosti govori i podatak da je 1972. godine snimljen istoimeni

⁵¹ Navedeni frazemi opisuju bistre i pametne osobe.

hrvatski film.⁵² Unatoč tome što živi u čoporu vuk predstavlja neovisnost i slobodu (Hrnjak 2017: 171).

Ćuk je ptica iz porodice sova koju obilježava samotnjački način života. Aktivna je noću, a plijen odnosi na sigurno mjesto kako bi u miru jela. Zbog toga nastaje frazem motiviran upravo njezinom osamljenosti; *sam kao ćuk*. Inače se rijetko može vidjeti u društvu ostalih ptica, osim u vrijeme parenja. Tom se slikom opisuje značenje frazema *stajati kao ćuk*, tj. stajati potpuno sam.

Čovjek koji se odluči na takav način života i posljednje trenutke života provede sam. Tu sliku najčešće opisuje frazem *umrijeti kao pas <na cesti> (crknuti)* gdje se čovjeka uspoređuje s psom lutalicom kojeg su svi napustili. Takav je čin bijedan i nedostojan čovjeka.

Sklonost alkoholizmu i rasipništvu

pijan kao svinja (zvijer, životinja, smuk, deva, stoka), pijan kao spužva, napiti se kao stoka, pijan kao bačva, napiti se kao bačva, pijan kao ćuskija, napiti se kao ćuskija, pijan kao duga, napiti se kao duga, ponašati se (trošiti) kao pijani milijarder (milijunaš), noćna ptica

Sklonost alkoholu opisana je najvećim brojem frazema. Pijana čovjeka uspoređuje se najviše s životinjama, ali i s nekim predmetima. Većina frazema dolazi u značenjima 'jako pijan' ili 'mnogo i često piti'. Muškarcima se općenito pridaje veća sklonost alkoholu nego ženama.

Jedan frazem uspoređuje pijane osobe s grabežljivim životinjama, *pijan kao zvijer*, a u svim ostalima se uspoređuju s domaćim životinjama. Frazemi *pijan kao deva*, *napiti se kao deva* i *piti kao smuk* ne nose negativnu konotaciju jer se baziraju na slici deve i njene sposobnosti da odjednom popije veliku količinu

⁵² Film je snimljen 1972. godine u režiji Obrada Gluščevića.

tekućine, dok je smuk, neotrovna zmija koja može doprijeti do vimena krave i tako piti mlijeko (Fink-Arsovski 2002: 50).

Pijan čovjek uspoređuje se s nečim neživim (*pijan kao spužva, pijan kao bačva, napiti se kao bačva, pijan kao ćuskija, napiti se kao ćuskija*), nečim što nema nikakve svijesti o sebi. Na taj se način pijancu odriče dostojanstvo, a frazemi nose pejorativno značenje (Melvinger 1984: 134).

Muškarci uživaju u alkoholu i ženama pa su skloni i izbivanju iz kuće. Takvo mišljenje motiviralo je frazem *noćna ptica* opisujući osobu koja se noću zabavlja s društvom. Frazem ima dvostruko značenje pa predstavlja i osobu koja izvan radnog vremena obavlja dio svojih radnih obaveza. Najčešće se u tom značenju opisuju žene koje za razliku od muškaraca nakon posla imaju još mnogo kućanskih poslova.

Frazemima *ponašati se (trošiti) kao pijani milijarder (milijunaš)* opisuje se osoba sklona rasipnom načinu života koja svojim ponašanjem nemilice troši bez obzira hoće li sutradan imati novaca za kruh. Imenička se komponenta frazema odnosi na bogate ljude za koje se pretpostavlja da će nerazumno i lakomisleno trošiti (Fink-Arsovski; Jakop, Jemec Tomazin 2013: 45).

7.2. Etnički stereotipi

Kako bismo uopće mogli govoriti o etničkim stereotipima potrebno je prvo objasniti pojam etnonima. Pod etnonimom smatramo pripadnika određene nacionalne zajednice, plemena, roda ili kakve druge veće ili manje narodnosne skupine, kao što su primjerice Hrvat, Kinez, Englez itd.

Zanimljiva činjenica je da prve zapise o etničkim stereotipima pronalazimo već u vrijeme misionara. U svojim prvim zapisima pišu o primitivnim i zaostalim narodima, njihovoj nemogućnosti razumijevanja stvari i njihovoj „prigluposti i dječjoj naivnosti“ (Kolbas 2013: 14). Sami misionari, kao učeni ljudi, nisu bili u stanju prihvatiti da postoje ljudi s drugačijim običajima, vjerovanjima i vrijednostima pa stoga ne čudi da ni danas stereotipi nisu samo karakteristika neobrazovanih i starijih ljudi (Kolbas 2013: 15).

Kolbas (2013: 15) ističe kako se, živeći u različitim nacionalnim sredinama, osjećamo kao pripadnici jedne, određene nacije, pa okruženi drugim narodima i državama, nužno formiramo shvaćanje o njima. Etnički stereotipi se mogu podijeliti na stereotipe o sebi, autostereotipe i stereotipe o drugima, heterostereotipe. Naravno da su autostereotipi češće pozitivni jer, kako navodi Kolbas (2013: 15) sebe najbolje poznajemo i pronalazimo opravdanje za svoje mane. Englezi će tako za sebe reći da su oni krunski narod, Talijani da su strastveni i šarmantni, Nijemci naobraženi, Francuzi uljuđeni, Amerikanci različiti (Milardović 2013: 79). Svaki narod ima pozitivnu sliku o sebi zbog pristranosti, narcizma i etnocentrizma. Takva se slika konstruira zbog samopoštovanja u odnosu na druge narode i kulture (Milardović 2013: 79).

Među prvim slikovnim prikazima stereotipa europskih naroda je slika Völkertafel nastala između 1720. i 1730. u Štajerskoj. Prikazuje deset muških figura koje predstavljaju pripadnike različitih nacija: Španjolac, Francuz, Nizozemac, Nijemac, Englez, Šveđanin, Poljak, Mađar, Moskovljanin, Turčin i Grk. Ispod svakog pripadnika određene nacije napisan je niz osobina, od

pozitivnih do negativnih. Poredani su u sedamnaest kategorija: po temperamentu, prirodi, intelektu, porocima, strastima, znanju, nošnji, bolestima, vjeri, političkom opredjeljenju. Španjolac se tada doživljavao kao mudar i inteligentan, Francuz kao oprezan, Nijemac kao duhovit, a Englez kao zlovoljan. Katolici su prikazani najboljim osobinama, dok su nekatolici, Rusi, Grci i Turci, prikazani kao najlošiji. Turcima i Grcima se pripisuje i žensko odijevanje (Kolbas 2013: 24, 25).

Etnički stereotipi donose pojednostavljene predodžbe o drugima koje se obično ne poznaje – dovoljno dobro ili uopće. Anthony D. Smith (Županov 1999: 174) navodi elemente koji određuju etničku zajednicu, a također služe za izgrađivanje stereotipa: kolektivno ime, zajednički mit o podrijetlu, zajednička povijest i kultura, povezanost specifičnim teritorijem i osjećaj solidarnosti.

Prilikom izgrađivanja etničkih stereotipa veliku je ulogu igrala i fotografija. Etnografi su uvijek opisivali promatranjem pa im je izum fotografije pomogao u preciznijem opisu viđenog (Kolbas 2013: 16). Tako je postalo moguće potvrđivanje stereotipa na temelju nečijeg izgleda, odijevanja, prehrane itd. jer su fotografije sve to vjerno zabilježile.

Etnički stereotipi nastaju na temelju onoga što se smatra karakterističnim za određeni narod. Tako se Židove smatra vrsnim bankarima i liječnicima, ali vrlo škrtima, Nijemci i Irci vole piti pivo, Amerikanci su debeli i materijalisti, Meksikanci temperamentni, nagli, ali dobri plesači, Britanci hladni, Talijani veliki ljubavnici, Škoti škrti, a Rusi skloni piću (Kolbas 2013: 16, 21, 25). Kada uspoređujemo stereotipe koje možemo iščitati iz slikovnog prikaza Völkertafel i danas, možemo primijetiti da se većina tih stereotipa promijenila. Primjerice, Nijemci se danas doživljavaju kao nacija koja nema smisla za humor te su tipični pivopije. Kolbas (2013: 16) smatra kako stereotipi mogu pridonijeti rasvjetljavanju pojedinih problema jer ipak sadržavaju određenu količinu točnih informacija.

Tijekom analize prikupljene frazeološke građe pronađeno je mnogo primjera frazema koji se odnose na narode s kojima je Hrvatska bila u neposrednom iskustvenom i geografskom kontaktu tijekom povijesti (Turci, Rusi, Srbi, Crnogorci) ili narode koji imaju neku posebno istaknutu karakteristiku (Japanac, Kinez). Mnogo se frazema odnosi na ljudske osobine, ponašanje, navike i vanjštinu. Te se karakteristike povezuju s članovima različitih naroda, vjera i rasa i postaju odlika cijele skupine (Lewis 2007: 359).

Osobine koje pronalazimo u narednim frazemima su uglavnom negativne, a odnose se na ljudsku glupost, sklonost pušenju i alkoholu te lijenost. Najčešće su to frazemi poredbene strukture.

7.2.1. Arap

crn kao Arap

Prema Hrvatskom jezičnom portalu⁵³, Arap je u užem smislu stanovnik Arapskog poluotoka, a u širem smislu, pripadnik naroda semitskog podrijetla raširen po Jugozapadnoj Aziji i sjevernoj Africi. Etnonim Arap zastupljen je u hrvatskoj frazeologiji u frazemu koji opisuje osobu tamne odnosno preplanule puti, *crn kao Arap*, a čije je značenje 'jako crn, tamnopot'.

7.2.2. Bosanac

i mirna Bosna, bosanski grb, glup kao Bosanac, kao Bosanac (biti, izgledati)

Bosanci su narod poznat po pričanju viceva. Najpoznatiji likovi tih viceva, Mujo, Haso i Fata prikazani su kao dobroćudni, ali izrazito smotani i glupi. Kolbas (2014: 38) navodi zanimljivu činjenicu, da su Bosanci obično sami autori tih viceva jer je autoironija⁵⁴ vrhunac ljudskog duha. Preko viceva odražavaju se osobine cijele zajednice te su na taj način vidljivi uvriježeni stereotipi o

⁵³ Prema: <http://hjp.znanje.hr/index.php?show=search>, kolovoz 2020.

⁵⁴ Lako se rugati drugome, treba imati hrabrosti i duha rugati se sebi (Kolbas 2014: 34).

Bosancima. Hrvatima je prva asocijacija na Bosance *ćevap*, a nakon nje slijede *vicevi*, *humor* i *Mujo* (Barčot 2018: 13).

U frazeologiji se odlikuju isključivo pejorativnim osobinama. Zabilježena su dva poredbena frazema *glup kao Bosanac* i *kao Bosanac* (biti, izgledati). Prvi frazem označava glupu osobu, a drugim se opisuje nesposobna, nesnalažljiva, neugledna i neuredna osoba (Fink-Arsovski; Vidović Bolt 2007: 210).

Frazem *bosanski grb* odnosi se na savijanje ruke u laktu kao znak odbijanja. Takva se gesta smatra nepristojnom pa se tim frazedom želi ukazati na stereotip o nepristojnosti Bosanaca.

Kada se želi reći da je stvar završena, da o njoj nema više riječi i da prestaje svaka diskusija upotrijebit će se frazem *i mirna Bosna*. Pozadinu frazema čini na prvome mjestu prošlost u kojoj su se događali stalni nemiri i rat. Bosna je multinacionalna država pa su se ljudi na nacionalnoj osnovi vrlo često svađali i žudili za mirom. Sam frazem je kontradiktoran jer je Bosna zbog svoje raznovrsnosti rijetko kad bila posve mirna. Tomislav Ladan⁵⁵ daje i drugačije tumačenje: Bosna je imala svoj rahat i bila uglavnom serbez, pa je kao takva (mirna i slobodna) bila poslovično uzorna i drugima.

7.2.3. Crnac

raditi kao crnac, crnački posao

Robovlasništvo je utemeljeno na eksploataciji robovskoga rada. Rob je osoba koja je u vlasništvu druge osobe, robovlasnika za kojeg je prisiljen besplatno raditi. Frazem *crnački posao* opisuje upravo takav težak i slabo plaćen posao. Robovlasnik upravlja životom robova, može ih prodavati, tući i, nažalost, ubijati. Rob nema nikakva prava već se mora pokoravati željama svog vlasnika. Crnci su najviše diskriminirani zbog boje svoje kože te su smatrani kao inferiorni i nesposobni za život bez vlasnika (Kolbas 2014: 20). Robovi su obavljali teške

⁵⁵ Vijenac 167: (<https://www.matica.hr/vijenac/167/usijane-glave-treba-ohladiti-17770/>, srpanj 2020.)

fizičke poslove pa je time motiviran frazem *raditi kao crnac*. Iz takve se diskriminacije javlja rasizam koji predstavlja ideologiju prema kojoj među ljudskim rasama postoje nepremostive razlike i hijerarhijski odnos.

U istom se kontekstu javlja i frazem *raditi kao rob* koji opisuje naporan i mukotrpan rad na teškim fizičkim poslovima. Taj se frazem ne mora odnositi samo na osobe crne boje kože, već na bilo koju drugu osobu koja se nalazi u takvoj situaciji.

7.2.4. Crnogorac

lijen kao Crnogorac

Najpoznatiji stereotip koji prati Crnogorce je upravo lijenost. U pozadini tog stereotipa nalazi se priča da su Crnogorci samo ratovali, otimali i krali što nije bilo lako. Danas se zbog toga odmaraju. Barčot (2018: 14) u svom istraživanju⁵⁶ ističe kako je 40% ispitanika okarakteriziralo Crnogorce kao lijene. Neke od asocijacija su koje se vežu uz njih su: lijeni, lijenost, lijenčina, neradnici, izležavanje, ljenčarenje. Jedna vrlo zanimljiva asocijacija, stolica pokraj kreveta, podsjeća na vic o Crnogorcu koji pokraj kreveta ima stolicu kako bi odmorio nakon ustajanja. Taj se stereotip odražava i u frazeologiji u frazemu *lijen kao Crnogorac*.

7.2.5. Englez

praviti se Englez (Kinez, Tošo), engleski humor

Engleska je vrlo poznata po svojoj bogatoj prošlosti i kraljevskoj obitelji. Također, čaj je jedan od bitnih elemenata engleske kulture. Englezi su poznati po ispijanju ogromnih količina čaja u koji dodaju mlijeko. Stereotipno mnogi narodi

⁵⁶ U radu se iz lingvokulturološke perspektive analiziraju podaci dobiveni asocijativnom metodom ispitivanja jezičnih reakcija stotinu govornika hrvatskoga jezika na podražaje koji imenuju pripadnike četrnaest slavenskih naroda (Barčot 2018: 9). Asocijativno ispitivanje potvrdilo je većinu etničkih stereotipa o pripadnicima različitih slavenskih naroda.

smatraju da Englezi samo sjede i ispijaju čaj po cijeli dan. Autostereotipno Englezi se smatraju krunskim i superiornima u odnosu na ostale narode. Drugi⁵⁷ Engleze smatraju bezosjećajnim i nepojmljivima.

Stereotipno poimanje Engleza ogleda se i u frazemu *praviti se Englez*⁵⁸ koji se odnosi na osobu koja glumi nerazumijevanje i neobaviještenost jer joj tako više odgovara. Pripadnici ostalih etničkih skupina stereotipno povezuju Engleze i njihove navike s hladnoćom, sarkazmom i ironijom. Potvrdu tomu pruža i hrvatski frazem *engleski humor*.

7.2.6. Eskim

nema zime za Eskime

Eskimi su stanovništvo arktičkoga područja, a nazivaju se Inuitima. Poznati su po specifičnoj žutosmeđoj puti i niskom rastu. Tradicionalno se bave lovom i ribolovom, a za njih je karakteristična i krznena odjeća, oprema za lov i iglu.

Etnonim *Eskim* javlja se u hrvatskome frazemu *nema zime za Eskime*. Sastavnicom je reklame za automobilske zimske gume u kojoj je spretno spojen konotacijski i asocijativni potencijal leksema *Eskim* i rima (Ivanetić, Karlavaris-Bremen 1999: 53).

7.2.7. Grčka

buniti se kao Grk u hapsu

U prošlosti su se Grci smatrali vrlo inovativnima i originalnima, a Grčka je proglašena kolijevkom europske civilizacije (Posavec 2004: 21, 25). Posavec (2004: 27) spominje romantičarski stereotip prema kojem se sva današnja kultura temelji na kulturi starih Grka. Bez njih je gotovo nemoguće zamisliti europsku

⁵⁷ Heterostereotip – Drugi o drugima.

⁵⁸ Postoje tri varijante navedenog frazema; *'praviti se Englez (Kinez, Tošo)'*. Sva tri dolaze u značenju neupućenosti i nerazumijevanja. U žargonu koristimo frazem *'praviti se Tošo'* u značenju naivca koji se prikazuje onim koji ne razumije što mu se govori kako bi izbjegao odgovornost, ali i odgovor na postavljeno pitanje.

kulturu, znanost i umjetnost. Utemeljitelji su povijesti, filozofije, matematike, gramatike, sporta itd. U svojim su djelima prikazivali ideal ljepote ljudskog tijela te uzdizali kult čovjeka do najviše razine.

Danas je ta idealna slika nešto drugačija. Grčka je postala sinonimom za prezaduženost zbog svojeg povijesnog bankrota u 19. stoljeću što se odražava u frazemu *dužan kao Grčka* (Crnić Novosel, Opašić 2014: 286). Grci se također smatraju vrlo temperamentnima, a taj se stereotip odražava u frazemu *buniti se kao Grk u hapsu*. Taj se frazem javlja u značenju bučnog prosvjedovanja i protivljenja. Vidović Bolt (Fink-Arsovski 2007: 210, 211) navodi kako je motivacija frazema pobuna pravoslavaca iz Bosne i Hercegovine koji su zatvoreni na početku bosansko-hercegovačkog ustanka u srpnju 1875. godine pa nisu mogli u njemu sudjelovati. Stoga je zbog prisutne grčke manjine u Turskoj Grk zapravo sinonim za sve pravoslavce.

7.2.8. Japanac

vrijedan kao Japanac

Japanci su azijski narod koji cijeni harmoniju, poštovanje, samokontrolu, upornost i marljivost. Posvećeni su obrazovanju i vjeruju u red, rad i disciplinu. U Princetonskoj studiji⁵⁹ dolazi do promjena u sadržaju stereotipa o Japancima (Kamenov, Ćorkalo 1997: 369). Prvo su ih 1933. godine smatrali inteligentnima, marljivima i naprednima, a 1951. godine povodljivim, podmuklim nacionalistima. 1967. godine mišljenje se opet mijenja pa ih opisuju kao ambiciozne, sposobne i privržene obitelji. Stereotip koji se održao sve do danas, a odražava se i u frazeologiji, upravo je onaj o njihovoj marljivosti. Frazem *vrijedan kao Japanac* opisuje vrijednu i radišnu osobu. Motivacija za navedeni frazem pronalazi se u

⁵⁹ Započeli su je Katz i Braly (1933), nastavio Gilbert (1951), a završili Karlins, Coffman i Walters (1969) (Kamenov, Ćorkalo 1997: 369).

njihovoj energičnosti i marljivosti. Veliki se naglasak stavlja na rad, svaki slobodan trenutak je ispunjen, a djecu od malih nogu uče da je naporan rad vrlina.

7.2.9. Kinez

praviti se Kinez, kineski zid, ima koga kao Kineza, to je za mene kineski

Kinezi su najbrojniji narod svijeta. Upravo zbog njihove napućenosti nastaje frazem *ima koga kao Kineza* u značenju 'mnogobrojnosti, imati koga u iznimno velikom broju'. Kinezi stereotipno postaju simbol za nešto nerazumljivo i nejasno. Razlog tome su njihov jezik⁶⁰ i pismo. Danas je kinesko pismo jedino ideografsko⁶¹ pismo koje je ostalo u upotrebi. Piše se odozgo prema dolje te oduvijek predstavlja pojam nerazumljivosti jer je iznimno kompleksan za učenje. Navedeni stereotip odražava se u frazemu *to je za mene kineski* jer predstavlja nešto nerazumljivo i nepoznato. Frazemom *praviti se Kinez*⁶² upućuje se na hinjeno nerazumijevanje (Ivanetić, Karlavaris-Bremen 1999: 55). Njime se želi opisati osoba koja je sasvim neupućena i neobaviještena o stvari o kojoj se govori.

7.2.10. Romi

crn kao Cigan, crna kao Ciganka, crn kao Cigo, kao Ciganka [biti, izgledati], lagati kao Ciganin, crni Ciganin, hvaliti koga, što kao Cigo konja svoga, svaki Cigo svoga konja hvali, ženiti se kak' Cigani, ciganska posla, ciganska duša, imati čega kao Ciganka meda, smijati se čemu kao Ciganin bijelom kruhu, smrdjeti kao Cigan, u Ciganke bi izmamio dijete

⁶⁰ Kineski jezik ima sedam individualiziranih narječja koji su u lingvističkom smislu različiti jezici. Međusobno se razlikuju fonološki, leksički te ponekad morfološki i sintaktički. Vrlo često među njima nije moguće elementarno sporazumijevanje (<https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=31501>, srpanj 2020.).

⁶¹ Ideografsko pismo ili slikovno pismo je sustav pisanja u kojem grafički znak predstavlja predmet ili pojam. Nema alfabetskih znakova, tj, slova nego se upotrebljavaju simboli koji su u izravnoj vezi s određenim sadržajem odnosno značenjem (<https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=26910>, srpanj 2020.)

⁶² Usp. s frazemom *praviti se Englez*.

Romi su pripadnici naroda indijskog podrijetla nastanjeni širom svijeta, ali ih je najviše u Istočnoj Europi. Prema Hrvatskoj enciklopediji⁶³, naziv Rom u značenju *čovjek* odlukom svjetskih romskih institucija službeni je etnonim od 70-ih godina prošloga stoljeća. Kolbas (2014: 27) navodi kako su Romi ili Cigani (neki Cigani ne vole da ih se naziva korektnim nazivom Romi, iako ne svi) primjer bezbrojnih stereotipa jer su drugačiji od sredine u kojoj žive. Štambuk (2000: 128) ističe kako su zaseban neteritorijalni narod s vlastitom povijesti, jezikom i kulturom, pa, s obzirom na to da ostali narodi malo znaju o njihovu načinu života i kulturi, nastaju stereotipi o njima. Neki su od njih da Romi krađu, nepouzdati su i prljavi. Njihove žene su podčinjene te sklone gatanju, prosjačenju i vračanju. Gatale su i proricale budućnost iz kave, graha i karata, a često su znale sastavljati i razne napitke.

U prikupljenoj građi može se primijetiti da su u hrvatskoj frazeologiji najrašireniji i tvorbeno najmotiviraniji frazem i frazemima. U frazemima se ne koristi izvorni etnonim *Rom*, već njegove pejorativne inačice poput *Cigo*, *Ciganin*, *Ciganka* ili *Cigić*. Frazemi imaju izrazito negativnu konotaciju.

Prvenstveno se stavovi prema Romima temelje na njihovoj drugačijoj boji puti. Tamna boja puti je uvijek bila izvor stereotipa jer se svijetla put povezuje s čistoćom i nevinosti, a tamna s grijehom. Frazemi *crn kao Cigan/Ciganka* i *crn kao Cigo* motivirani su bojom kože, kose i očiju u Roma, a ukazuju na osobu prirodno tamne ili preplanule puti, kose i očiju (Vidović-Bolt; Hrnjak, Fink 2007:209).

Romkinja je kao sastavnica potvrđena u dvama frazemima u prikupljenoj građi *crna kao Ciganka* i *kao Ciganka* [biti, izgledati]⁶⁴. Prvi frazem ukazuje na žensku osobu crne kose, tamnije, preplanule puti i crnih očiju. Drugi frazem

⁶³ <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=53315>, srpanj 2020.

⁶⁴ Zanimljivo je spomenuti da se u prikupljenoj građi frazemi s etnonimskom sastavnicom odnose samo na osobe muškoga spola (primjerice *Bosanac*, *Turčin*, *Židov*) dok se ovdje ipak javlja i ženski rod kao sastavnica frazema.

upućuje na neurednu žensku osoba koja stalno nešto moli i prosi, na prevaranticu i lažljivicu te prljavu i neurednu osobu. Osim što se kao stereotip nameće romska tamna put njihov se izgled smatra vrlo neuglednim, siromašnim i neprivlačnim.

Neugledan i neprivlačan izgled povezan je sa siromaštvom u kojem žive mnoge romske zajednice. Njihove zajednice imaju velik broj članova za koje treba osigurati uvjete za život. Ti uvjeti najčešće nisu humani i nisu na higijenskoj razini. Zbog njihovih loših higijenskih navika dolazi do frazema *smrdjeti kao Cigan*. Romi se bave raznim zanatima, poput prodaje željeza, voća i povrća. Takvi zanati ne osiguravaju dovoljnu svotu novca s kojom bi mnogobrojna obitelj mogla preživjeti. Vrlo često pri zapošljavanju i traženju posla u drugim zanimanjima dolazi do njihove diskriminacije, i to upravo zbog stereotipa koji su obilježili pojedinca kao pripadnika iste.

Stereotipno im se pripisuju brojne negativne osobine. Jedan od najpoznatijih stereotipa je taj da su Romi skloni neiskrenosti, krađi i prevari. Taj se stereotip ogleda i u frazeologiji pa pronalazimo frazem *lagati kao Ciganin* u značenju pretjeranog laganja. U pozadini frazema ogleda se njihova sklonost krađi, cjenkanju, dugotrajnom nagovaranju, ali i ženskom gatanju i proricanju budućnosti. Prilikom svih tih radnji može se koristiti i laganjem. U taj kontekst možemo staviti i frazem *ciganska posla* koji označava neku sumnjivu i nečasnu radnju. O njihovoj lukavosti i prepredenosti svjedoči i frazem *u Ciganke bi izmamio dijete*.

Frazem *crni Ciganin* odnosi se na osobu koju karakteriziraju najgore moguće ljudske osobine, ali i osobu koja pripada socijalno nanižem i najsiromašnijem sloju. Romi su gotovo uvijek na najnižoj ljestvici hijerarhije u društvu, diskriminirani i odbačeni. Pridjev *crni* dodatno pojačava negativan stav, a simbolika frazemske sastavnice sa značenjem crne boje je negativno konotirana. Frazemom *ciganska duša* opisuje se osoba nepouzdana karaktera i cjepidlaka.

Crnić Novosel i Opašić (2014: 287) navedenim frazemom imenuju osobu sklonu promjeni mjesta prebivališta.

Romi vrlo rano počinju sa ženidbom i osnutkom obitelji. Smatra se da je njihov način života raspušten i nesređen. Taj se stereotip odražava u frazemu *ženiti se kak' Cigani* koji označava nevjenčan život s nekim, a motiviran je tipičnim romskim načinom života i životnih zajednica u prenatrpanim romskim naseljima koja često nemaju ni osnovnu urbanu infrastrukturu, a kvaliteta socijalnih usluga (škola, vrtića, zdravstvenih ustanova i sl.) je iznimno niska (Hrvatić 2004: 375).

Frazemi *hvaliti koga, što kao Cigo konja svoga i svaki Cigo svoga konja hvali* motivirani su stereotipom o romskoj hvalisavosti. Dolaze u značenju pretjeranog hvaljenja koga ili čega radi postizanja određenog cilja, pa makar on bio i loš. U navedenim frazemima Romi se povezuju s konjima koji su im u prošlosti bili osnovno sredstvo za rad i transport. Romi su, naime, živjeli nomadskim načinom života te su im konji bili prijeko potrebni za prijenos imovine. Bilić (2013: 250) uspoređuje Rome i Slavonce. Ističe da ih povezuje zajednička ljubav prema konjima. U slavonskom ratarskom svjetonazoru konji zauzimaju posebno mjesto zbog njihove pomoći u obradi zemlje dok je u romskom (nomadskom) svjetonazoru konj bitan pri putovanju svijetom.

Stereotipi o Romima su brojni, a pronalazimo ih u različitim izvedenicama poput: *ciganiti se, ciganija, ciganluk, cigančiti* (Lewis 2006: 359).

7.2.11. Rus

ima koga kao Rusa, pijan kao Rus, piti kao Rus, trošiti kao pijani Rus, ruski rulet

Rusija je površinom najveća zemlja na svijetu koja ima mnogo stanovnika stoga nije ni čudno koliko postoji uvriježenih stereotipa o tom narodu. Zbog mnogobrojnosti stanovnika nastaje frazem *ima koga kao Rusa*. Značenje frazema

je imati *koga* u vrlo velikom broju. Postoje slične inačice navedenog frazema, poput *ima koga kao Kineza*. Željka Fink-Arsovski (2002: 57) smatra da je navedeni frazem s etnonimom Rus nastao na osnovi starijeg frazema *ima koga kao rusa*. Imenica *rus* označava vrstu kukca koju mlađe generacije uglavnom ne poznaju. Zbog istozvučnosti sastavnica sve se češće imenica *rus* zamjenjuje etnonimom *Rus*. Time se mijenja semantički talog jer se usporedba velike zajednice kukaca premješta na mnogobrojnost naroda, ali se zadržava frazeološko značenje.

Najčešća asocijacija na Ruse je alkohol i to prvenstveno votka⁶⁵. Njihova naklonost prema alkoholu seže još u 12. stoljeće. Prema Nestorovu ljetopisu, knez Vladimir je birao vjeru kojom će preobratiti svoje pogane sunarodnjake⁶⁶. Tom prilikom saznaje da islam zabranjuje alkohol te odbacuje ideju da Rusija služi Alahu. Rekao je da se Rusi raduju kada piju i da bez toga ne mogu. Isprva nisu pili votku, već vino i medovinu, a prema povjesničarima votka se pojavila tek u 16. stoljeću te ubrzo postaje jedan od simbola Rusije. Zbog uvriježenog mišljenja da Rusi konzumiraju mnogo alkohola nastaju glagolski poredbeni frazemi *pijan kao Rus* i *piti kao Rus*. U istom se kontekstu javlja frazem *trošiti kao pijani Rus*. Dolazi u značenju prekomjernog konzumiranja alkohola, a uz to i lakomislenog trošenja i rasipanja novca.

Frazem *ruski rulet* motiviran je smrtonosnom igrom u kojoj se kao oružje koristi revolver, a stereotipno se pripisuje Rusima. Potencijalna je smrtonosna igra jer igrač ne zna hoće li doći do ispaljivanja metka ili ne. Termin *ruski rulet* prvi put se pojavljuje 1937. godine u istoimenom članku koji je bio posvećen rizičnim zabavama francuske Legije stranaca koji na taj način razbijaju dosadu u Sjevernoj

⁶⁵ Prema podacima ispitivanja, prva asocijacija ispitanika na Ruse je votka, a potom ju slijede odgovori poput pijanac i alkoholičar (Barčot 2018: 16).

⁶⁶ https://hr.rbth.com/politics/2017/04/20/otkrivena-tajna-rusa-i-alkohola_746701, kolovoz 2020.

Africi.⁶⁷ Nešto slično ruskom ruletu prvi put je opisano u romanu *Junak našeg doba* u poglavlju *Fatalist*⁶⁸. U frazeologiji *ruski rulet* predstavlja veliki rizik i opasnost koja prijete u teškim trenucima

7.2.12. Srbin

lagati kao Srbin

Stereotipi koji postoje između Hrvata i Srba su uglavnom negativni. Razlog tome su vrlo intenzivni odnosi i rat. Srbija je ratom u bivšoj Jugoslaviji obnovila negativni stereotip o Srbima kao ratobornim divljacima (Kolbas 2014: 35). Zbog toga Hrvati smatraju da se Srbima ne može vjerovati pa u hrvatskoj frazeologiji pronalazimo frazem *lagati kao Srbin*. Tim se frazemom opisuje lažljiva osoba. Barčot (2018: 17) navodi kako su najčešće asocijacije na Srbe negativne *rat*, *mržnja*, *oružje*, *agresor*, ali postoji i niz pozitivnih asocijacija gdje se Srbi smatraju vrlo zgodnima, šarmantnima i gostoljubivima.

7.2.13. Škot

škrt kao Škot

Škoti su narod keltskog podrijetla, a prati ih stereotip o škrtosti. Poznati su po specifičnom naglasku, gajdama i nošnji koja se sastoji od suknje. O njima su stvoreni brojni stereotipi poput, onoga da svi Škoti imaju crvenu kosu, muškarci nose suknje, a svi žive u dvorcima i kamenim vikendicama.⁶⁹ Navedeni stereotipi, naravno, ne odražavaju stvarnu sliku života u Škotskoj.

⁶⁷ https://hr.rbth.com/arts/2014/09/03/ciji_je_ruski_rulet_29805, srpanj 2020.

⁶⁸ Radnja se odvija u prvoj polovici 19. stoljeća kada još nisu postojali revolveri. U romanu se javljaju pištolji na kremen koji se ručno pune barutom. Oficir Vulić, iskušavajući sudbinu i fatalnu predodređenost puca u sebe iz pištolja. Autor ne navodi je li pištolj napunjen, ali pretpostavlja se da jest što dokazuje naknadni pucanj u stranu.

⁶⁹ <https://foreveramber.co.uk/scottish-stereotypes/>, srpanj 2020.

U hrvatskoj frazeologiji pronalazimo samo jedan frazem s etnonimskom sastavnicom *Škot*, a odnosi se na uvriježeni stereotip o Škotima kao vrlo škrtom narodu. To je poredbeni frazem *škrt kao Škot* čije je značenje 'jako škrt'.

7.2.14. Španjolska

španska sela (špansko selo)

Kolbas (2014: 26) navodi kako su Španjolci na glasu kao mačo muškarci, a žene su im vatrene. Skloni su zabavama i odmoru te navodno ništa drugo ni ne rade. Poznati su po borbama s bikovima koje su u prošlosti bile znatno popularnije. Danas je toreadora sve manje jer se takav oblik zabave smatra okrutnim mučenjem životinje⁷⁰. Lik toreadora je također stereotipni primjer Španjolca (Kolbas 2014: 26).

U prikupljenoj građi pronalazimo jedan frazem s posvojnim pridjevom *španski* kao sastavnicom. Prema Ivanetić i Kalavaris-Bremer (1996: 138) frazem *španska sela (špansko selo)* nastao je za vrijeme vladavine cara Karla V. koji je u Njemačkoj htio uvesti strane i Nijemcima nerazumljive običaje svoje rodne Španjolske. U tom se kontekstu frazem rabi u opisivanju nečega potpuno nepoznatog i nerazumljivog.

7.2.15. Švicarska

točan kao <švicarski> sat, pun rupa kao švicarski sir

Švicarska je na glasu kao jedna od najbogatijih i najsretnijih zemalja na svijetu. Uspješno izbjegava gospodarske probleme ulaže u obrazovanje i napredak. U frazeologiju ulazi preko svojih najpoznatijih proizvoda – sata i sira: *točan kao <švicarski> sat* i *pun rupa kao švicarski sir*. Navedeni frazemi pokazuju stav govornika prema proizvodima koji su zbog svoje (ne)funkcionalnosti postali zaštitnim znakom nekog naroda (Zoričić 2019: 126).

⁷⁰ Ljubitelji istog smatraju da je zabrana koride uništavanje kulturne baštine (Kolbas 2014: 26).

Švicarski satovi poznati su po svojoj visokoj kvaliteti, ali i atraktivnom dizajnu. Frazemom *točan kao <švicarski> sat* želi se dočarati stereotip kojim se ti satovi smatraju vrlo točnima. Kada za nekoga kažemo da je *točan kao <švicarski> sat*, to znači da ne kasni, da dolazi na vrijeme, točno u sekundu. Švicarski sir prepoznatljiv je po mnogobrojnim rupama. Prvenstveno se frazem *pun rupa kao švicarski sir* odnosi na zakonske tekstove (Ivanetić, Karlavaris-Bremen 1999: 56), a znači da je nešto puno propusta i nedostataka.

7.2.16. Nijemac

natezati se kao Švabo s gaćama, ljudi Švabo, kao Švabo tralala,, srediti koga kao Švabo Bosnu

U hrvatskoj frazeologiji ne pronalazimo etnonim Nijemac već njegovu razgovornu inačicu *Švabo*. Vrlo je raširen razgovorni oblik, unatoč tome što je pokrajina Švapska samo dio Njemačke. Prema Opačić (2015) Švabe su bili pripadnici njemačkoga naroda iz Švapske, zatim staroga germanskoga plemena od Baltika do Rajne, a u Bosni su tim imenom nazivali sve Slavene u Habsburškoj Monarhiji. Također, Švabom se naziva i pripadnik emigrantskog vala kojim su mnogi naši ljudi otišli na privremeni rad u Njemačku. Na kraju taj rad nije bio privremen već stalan, a doveo je i do samog ostanka u Njemačkoj. Švabe tako dolaze u Hrvatsku samo povremeno, i to na odmor. Iako izraz *Švabo* zvuči pejorativno, mora se priznati da u njemu nema zluradosti nego divljenja i odavanja priznanja (Opačić 2015).⁷¹ Iako su frazemi s etničkom sastavnicom *Švabo* negativno konotirani, može se primijetiti da Hrvati taj etnonim koriste i u pozitivnom značenju kada žele ukazati na nečiju točnost, urednost i marljivost (Pintarić 1997: 164).

⁷¹ U prilog tome ide uzrečica „Što li sve Švabo ne izmisli?! Tko je kriv drugima što se toga i sami nisu sjetili.“ (Opačić 2015).

Frazemom *natezati se kao Švabo s gaćama* Nijemci se prikazuju kao nevješti i smotani. Koristi se u ironičnom tonu, a znači ne umjeti raditi bilo kakav posao. Nijemci su u frazeologiji prikazani kao budale, *ludi Švabo*.

Ponavljanje čega unedogled očituje se u frazemu *kao Švabo tralala*⁷². Prema Hrvatskom jezičnom portalu, navedeni se frazem odnosi na dosadnu jednoličnu melodiju kojoj se ponavljaju dijelovi i efekti.

Prema Bilić (2013: 227) frazem *srediti koga kao Švabo Bosnu* sadrži povijesno iskustvo o austro-ugarskoj okupaciji i aneksiji Bosne, a značenje mu je 'upropastiti koga'.

7.2.17. Turci

nije turska sila/turska sila, zadužiti se kao Turska Carevina, pušiti kao Turčin, lagati kao Turčin, piti kao Turčin, kud svi Turci, tu i goli Hasan, poturica je gori od Turčina, biti gori od Turčina, sjediti po turski, turska petica, ruka ruci, nismo Turci, proći kao pored turskog groblja, gladni Turci kano gladni vuci

Turci su narod koji je dugo vladao hrvatskim prostorima te ostavio dubok i negativan trag u hrvatskoj povijesti (Crnić Novosel, Opašić 2014: 288). Nakon Cigana, najčešće se u hrvatskoj frazeologiji javljaju Turci.

Prema Hrvatskom jezičnom portalu⁷³, Turčin je etnonim koji opisuje stanovnika ili državljanina Turske, a povijesno gledano, stanovnik Osmanskog Carstva, vojnik. Brojni su stereotipi koji obilježavaju Turke, a najviše se ističu oni kojima se Turci prikazuju kao nepoželjni osvajači europskih teritorija, nasilnici i borci za vjeru. Stvaranje prvih predodžbi o Turcima u hrvatskim sredinama,

⁷² Frazem je nastao po poznatoj priči koja govori o tome kako je Švabo nadmudrio vruga. Naime, nekoć davno su se Švabo i vrug dogovorili da nose jedan drugog na leđima. Onaj kojeg se nosi pjeva, a kada završi pjesma slijedi promjena uloga. Vrug prvi zajaše Švabu, počne pjevati najdužu pjesmu na svijetu. Kada je napokon završio, Švabo ga zajaše i počne pjevati svoju pjesmu: Tralalalalalalalal... Tako je Švabo nadmudrio i samog vruga te ušao u povijest. (<https://lingolero.com/2013/05/ko-svabo-tralala/>, srpanj 2020.)

⁷³ http://hjp.znanje.hr/index.php?show=search_by_id&id=f19IUUBB%2F, srpanj 2020.

poklapa se s periodom tursko-osmanskih osvajanja europskoga jugoistoka. Slika o njima bila je uvjetovana prvenstveno tadašnjim političkim prilikama pa je uglavnom negativna. Turci su zapamćeni po osvajačkim podvizima, a mitologizirana predodžba o njima kao ‘ljutim neprijateljima’, ‘nasilnim osvajačima’ i ‘opasnim rušiteljima civilizirane kršćanske Europe’ sačuvala se putem usmene predaje junačke epike, ali i bogate pisane baštine, u kolektivnoj svijesti većine južnoslavenskih naroda (Abadžić Navaey 2011: 1).

Kako u svijesti tako, i u frazeologiji, Turci su uglavnom negativno obilježeni pa se njima uspoređuju osobe koje puno lažu i govore neistine (*lagati kao Turčin*), prekomjerno piju (*piti kao Turčin*) i puše (*pušiti kao Turčin*)⁷⁴. Jedan od najčešće korištenih frazema u hrvatskom jeziku je *pušiti kao Turčin*. Taj frazem potvrđuje Lippmanovu već spomenutu tezu da se stereotipi dugo čuvaju i sporo mijenjaju. Na taj su način Turci predstavljeni kao tipični pretjerani konzumenti duhana, odnosno kao tipični lažljivci: tipičan Turčin puno puši i jako laže. (Ivanetić, Karlavaris-Bremer (1999: 137). U frazeologiji su prikazani svi njihovi poroci pa tako i proždrljivost *gladni Turci kano gladni vuci*. Navedeni frazem u pozadini ima sliku turske gozbe te se njime želi dočarati bahatost i životinjska priroda Osmanlija koja se dodatno ističe ponavljanjem pridjeva *gladni*. Gotovo najbolju predodžbu okrutnih i nasilnih Turaka možemo vidjeti u djelu *Smrt Smail-age Čengića* (Menac 1992: 268).

Povijesna pozadina odražava se u frazemima *nije turska sila/turska sila, zadužiti se kao Turska Carevina, ruka ruci, nismo Turci, poturica je gori od Turčina, biti gori od Turčina*.

Frazem *turska sila/nije turska sila* ima značenje 'nepotrebna hitnja', ne trpi se odlaganje i pogovor. U pozadini se nalazi sjećanje na razdoblje turske vladavine i osmanskih osvajanja koja su izazivala strah i trepet na sami spomen

⁷⁴ Primjeri poput *pušiti kao Turčin/Ćifut* pokazuju da se s pomoću vlastitog imena intenzivira značenje radnje ili stanja koje izražava glagol (Parizoska 2018: 141).

Turaka. Značenje frazema *zadužiti se kao Turska Carevina* je 'imati puno dugova i biti prezadužen'. Nastao je zbog propadanja Carevine koja je sve više upadala u dugove i ovisnost o drugim silama.

Turci simboliziraju najgoreg neprijatelja s kojim mir nikako nije moguće postići pa je to motiviramo nastanak frazema *ruka ruci, nismo Turci*. Zbog njihove nasilničke, životinjske i neprijateljske prirode Turcima se ne može pružiti ruku kao znak pomirenja.

Turci se zbog povijesti i ratovanja smatraju vrlo lošim osobama. Sljedeća dva frazema označavaju osobu s najgorim karakternim osobinama, *biti gori od Turčina, poturica je gori od Turčina*. Razliku između ova dva frazema pravi imenica *poturica*. Poturica je kolokvijalan naziv za onoga koji se poturčio, tj. prešao na islam. Navedeni frazem ukazuje na to da je od Turčina gori samo onaj koji se poturčio, odnosno priklonio se islamu.

Iako su Turci godinama željeli pokoriti kršćanstvo i nametnuti islam, u tom naumu nisu uspjeli. Kršćanstvo je ipak ostalo dominantna religija na balkanskom području. Frazem *proći kao pored turskog groblja* motiviran je predodžbom kršćana koji prolaze pored mezarluka (groblja) bez iskazivanja bilo kakvih vjerskih obilježja. Dolazi u prenesenom značenju kada prolazimo pored nekoga ne obraćajući pažnju na njega ni ne pozdravljajući ga.

Frazemom *kud svi Turci, tud i mali Mujo* želi se prikazati osoba koja radi sve radi društva, sve čini kao i drugi. Dolazi u značenju 'kud većina, tud i manjina'. Navedeni frazem većim dijelom motivira sastavnica *Mujo*, a ne etnonim. Mujom nazivamo osobu koja nema svoje mišljenje i stajalište, nije pretjerano pametan te se najčešće priklanja većini. *Mujo* je bošnjačko ime, a na temelju stereotipa postaje opće ime za svakog glupog čovjeka (Crnić Novosel, Opašić 2014: 288). Tijekom provedena istraživanja potvrđena je još jedna inačica navedenog frazema, *kud svi Turci, tu i goli Hasan*.

Turci su u svim navedenim primjerima frazema negativno obilježeni. No, potvrđen je i jedan frazem koji nema negativne konotacije te o Turcima govori neutralno. Frazem *sjediti po turski* motiviran je tipičnim načinom sjedenja na podu, s podvijenim nogama koji je vezan za kulturu turske zajednice.

7.2.18. Ujak iz Amerike

ujak iz Amerike

Amerika se oduvijek smatrala mjestom dobrog života, napretka i bogatstva. Mnogi su Europljani otišli u Ameriku u potrazi za boljim životom čime je motiviran i frazem *ujak iz Amerike* koji predstavlja iznenadnu sreću koja donosi blagostanje i bogatstvo (Crnić Novosel, Opašić 2014: 286). U pozadini se krije slika ujaka/rođaka koji dolazi na odmor u svoje krajeve te nosi poklone svojoj obitelji. U stereotipnoj predodžbi na kojoj je građena frazemska slika i frazeološko značenje najveća sreća je pritom vidljiva na licima djece.

7.2.19. Vlasi

čuditi se kao vlaška mlada, držati se kao vlaška mlada, spremati se kao vlaška mlada, da se Vlasi ne dosjete (ne sjete), izmijesiti (smotati) koga kao Vlah pitu

Prema *Eponimskom leksikonu* (2002: 302) *Vlah* potječe od imena keltskog plemena *Volci* koje je kod raznih naroda postalo naziv za neke druge narode i vjere. Kod Hrvata je prvotno, u srednjem vijeku označavao naziv za Talijane, odakle i potječe naziv Vlaška ulica i Lašćina u Zagrebu. U hrvatskim primorskim krajevima naziv je za sve seljake iz kontinentalnog zaleđa, bez obzira na vjeru (*Vlaj*). Turci Vlasima nazivaju sve kršćane, a Germani su tako nazivali Kelte i Romane. Kroz povijest Vlahe se karakteriziralo kao primitivne, neuke i licemjerne. Sami stereotipi o Vlasima su većinom negativni zbog čega dolazi i do fraze „vlaška posla“ (Kolbas 2013: 37). Konotacija frazema s komponentom *Vlah* je uglavnom negativna. Njima se leksikalizira iskustvo ili percepcija da druga

zajednica odstupa od vlastite načinom pripremanja hrane, religijom ili običajima (Ivanetić, Karlavaris-Bremer (1999: 137).

Frazem *izmijesiti (smotati) koga kao Vlah pitu* u svojoj slici ima vlaško pripremanje hrane, a dolazi u značenju 'istući, izmlatiti *koga*'. U pozadini frazema *spremati se kao vlaška mlada* nalazi se slika vlaške mlade koja se dugo odijeva i sprema prije izlaska među svatove. Time taj frazem označava osobu koja se sporo i dugo sprema. S komponentom vlaške mlade javljaju se još dva frazema, *čuditi se kao vlaška mlada*, *držati se kao vlaška mlada* u značenju čuđenja i snebivanja te ukočenog i neprirodnog držanja tijela. Pozadinska slika frazema *da se Vlasi ne dosjete (ne sjete)* prikazuje nepovjerenje prema Vlasima. Pred njima se skriva pravo stanje i prikrivene namjere.

7.2.20. Židov

škrt kao Židov, pušiti kao Ćifut, biti kaj Ćifut, vječni Žid

Židovi su narod semitskoga podrijetla. Kroz povijest su bili poznati kao pohlepni, koristoljubivi i proračunati bankari, lihvari i trgovci. U kršćanskoj Europi srednjeg vijeka bio im je zabranjen pristup zanatima poljoprivrede i obradi zemlje. Upravo su se zbog toga okrenuli trgovini i bankarstvu, kao jedinom preostalom zanatu koji su kršćani smatrali nečistim zanimanjem. Stereotipno ih se najčešće prikazuje kao narod koji je spretan u biznisu i s novcem. Smatraju se izrazito škrtima što potvrđuje frazem poredbene strukture *škrt kao Židov*. Sve bogate ljude etiketira škrtost jer „ne bi ni imali da nisu škrti“ (Kolbas 2013: 16).

U hrvatskoj frazeologiji pronalazimo pejorativni naziv za Židova koji potječe iz turskog jezika (*Çifit* ili *Ćifut*⁷⁵). Ćifutima su se nazivali Židovi na našim prostorima za vrijeme Osmanskoga Carstva. Danas se taj naziv koristi i pri opisivanju dvolične osobe ili prevaranta. U kontekstu Židova pronalazimo ga u dvama hrvatskim frazemima. Prvi frazem, *pušiti kao Ćifut* opisuje Židove kao

⁷⁵ Prema: Hrvatska enciklopedija: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=67720>, srpanj 2020.

narod koji je sklon pretjeranom pušenju. Drugi frazem, *biti kaj Ćifut*, za razliku od prva dva odražava pozitivan stereotip o Židovima kao izrazito marljivom i vrijednom narodu. Frazem pripada dijalektalnoj frazeologiji i potvrđen je u čakavskim govorima (Vranić, Zubčić 2013: 115).

Lik Vječnog Židova⁷⁶ poznat je iz srednjovjekovne kršćanske legende o Židovu koji se loše ponio prema Isusu Kristu na njegovu križnom putu (izrugivao mu se, zlostavljao ga i odbijao mu dati vode). Zbog toga je kažnjen da do sudnjega dana živ luta svijetom. Prema različitim inačicama legende, Ahasver će na sudnji dan biti osuđen ili spašen. U prenesenom, frazeološkom značenju frazem *vječni Žid* simbolizira lutalicu, čovjeka bez domovine i beskućnika.

⁷⁶Prema: Hrvatska enciklopedija: <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=920>, srpanj 2020.

8.1. Kulturni stereotipi

Kultura je jedno od najbitnijih obilježja čovjeka i ljudskoga društva (Piršl; Benjak 2005: 53). Povijesni je produkt koji ne posjeduje niti jedna druga vrsta. Danas postoji mnogo definicija kulture, a najpoznatija govori o kulturi kao skupu svih čovjekovih tvorevina i vrednota, a prenosi se i prima učenjem. Jedno od bitnih obilježja čovjeka je da ne živi po instinktu koji upravlja njegovim životom, već se njegovo ponašanje temelji na smjernicama i normama koje je naučio i usvojio (Piršl; Benjak 2005: 56). Norme označavaju propisana pravila i obrasce ponašanja koje prihvaćaju članovi društva ili grupe. Svako društvo unaprijed izgrađuje svoje kulturne obrasce ponašanja koja im kazuju kako se ponašati ili kako se *ne* ponašati u određenim situacijama. Piršl (navod prema Benjak 2005: 56) ističu kako kultura u velikoj mjeri određuje kako članovi društva misle i osjećaju.

Mjesto čuvanja kulturne informacije može biti i frazem. Frazeologija je zasnovana na temeljima kognitivne perspektive, ali pojavljuje se sve više istraživanja koja su se okrenula detaljnijem ispitivanju koliko se kultura ogleda u frazeologiji. Potrebno je istaknuti da je V.N. Telija jedna od prvih koja je počela uzimati u obzir različite kulturne informacije (kulturna značenja) u frazemima. Smatra da kulturna informacija koja se čuva u frazemima odražava različite oblike shvaćanja svijeta (Zykova 2019: 220). Izdvaja temeljne slojeve kulture koji su ostavili trag u obliku odgovarajućih kulturnih značenja ili kulturnih informacija u slikovnom sadržaju frazema, kao što su arhetipski, mitološki, biblijski, folklorni, književno-publicistički sloj (Zykova 2019: 220).

Irina Zykova bavila se pitanjem koliko se kulturnih informacija može pohraniti u frazemu. Zykova pretpostavlja da je mjesto stapanja frazema s kulturom njegova dubinska (konceptualna) osnova i da je upravo makrometaforički konceptualni model frazeološke slikovitosti onaj idealni

(kognitivni) supstrat zahvaljujući kojem se kulturno važna informacija u frazemu učvršćuje i s vremenom raste (Barčot 2017: 67).

Elisabeth Piirainen (prema Filipović Petrović 2018: 78) kao važan tip kulturološkog temelja frazema navodi tekstualnu ovisnost kod koje se može raditi o izravnoj referenci na određeni tekst odnosno originalnim citatima koji postupno prelaze u frazeme, ili o aluzijama na čitav tekst, odnosno prepričavanju određene situacije ili suštine teksta. Velik broj takvih frazema povezan je s elementima iz Biblije ili basni (*crna ovca, kiselo grožđe*), a mnogi se referiraju i na bajke, pripovijetke, filmove, knjige, naslove knjiga ili filmova (Piirainen 2008: 211). Kulturološki relevantnu grupu čine i frazemi temeljeni na fiktivnim konceptima koji pripadaju narodnim vjerovanjima i praznovjerju (*rođen pod sretnom zvijezdom*). Nadalje Piirainen ističe kulturne simbole kao temelje mnogim frazemima (primjer *vuka*), aspekte materijalne kulture koji su ugrađeni u svakidašnji život u sadašnjosti ili prošlosti i razna dostignuća moderne tehnologije (*vidjeti svjetlo na kraju tunela, biti na istoj valnoj duljini*) te aspekte kulturološki utemeljene socijalne interakcije (Filipović Petrović 2018: 78).⁷⁷ Pritom misli na geste (*skidati kapu*), rodna obilježja (*nositi hlače u kući*), razne zabrane i tabue (*voli pogledati čaši u dno*).

Barčot (2017: 68) frazeme smatra nositeljima različitih tipova osjetilnih informacija kao što su emocionalna, etička, estetska, mitološka, religijska, filozofska i znanstvena informacija.

U okviru je ovoga rada već spomenuta i kulturna zoologija pri opisivanju ljudske vanjštine i osobnosti koja je uspoređena s životinjskim nagonom i

⁷⁷ U istu skupinu stavlja i poslovice koje daju informaciju koje su vrijednosti u određenoj kulturi prihvaćene te izražavaju općeprihvaćena pravila upravljanja društvenim ponašanjem (Piirainen 2008: 211).

svijetom. U nastavku se donose frazemi koji svojim sastavnicama odražavaju neku kulturnu informaciju.

Smrt je pojava prisutna u svim kulturama od pamtivijeka. Vjerojatno je jedna od pojava koja najviše zaokuplja čovjekove misli i pažnju, ali se o njoj istodobno ne želi previše razmišljati. Od trenutka rođenja započinje proces starenja koji završava smrću. Nitko ne može pobjeći od smrti pa smo u smrti svi jednaki. U frazeologiji postoji nekolicina frazema čije su sastavnice dio semantičkoga polja smrti te potvrđuju tezu da su frazemi jedinice koje odražavaju ljudske stavove, emocije, običaje i vrijednosti kulture u kojoj su nastali (Opašić, Gregorović 2010: 70). O smrti se najčešće govori eufemiziranim izrazima koji su posljedica kulturnih osobitosti pojedinoga naroda i religijskog uvjerenja (Opašić, Gregorović 2010: 55). Mnogobrojni su frazemi koji se na bilo koji način mogu povezati sa smrću. Kada bi se radila detaljna analiza takvih frazema, vjerojatno bi se ispostavilo da su među najbrojnijima. U ovome radu spomenut će se nekoliko frazema koji svojom sastavnicom upućuju na smrt.

Frazem *boriti se sa smrću* opisuje čovjeka na samrti, a nosi sliku čovjeka koji se ne prepušta smrti već ju nastoji svim silama pobijediti. *Na smrtnoj postelji* je frazem koji opisuje osobu koja će sasvim sigurno umrijeti, a podrazumijeva se da je ta osoba u krevetu i teško bolesna. Smrt se ne povezuje samo za bolešću i starosti, već i s načinom života. Frazem *nositi (imati) glavu u torbi* upućuje na vođenje opasnog načina života, života u konstantnoj životnoj opasnosti. Iza njega se krije pozadinska slika lopova, dilera, krijumčara i sl. koji svojim lošim postupcima svjesno dovode svoj život u opasnost. Na isti takav način mogu se protumačiti i frazemi *staviti/stavljati glavu (život) na kocku, igrati se glavom/životom, stajalo je (stajat će) glave (života) koga što*). U tim je slučajevima neka vanjska sila neposredan uzrok smrti iako ju je osoba sama posredno uzrokovala (Opašić, Gregorović 2010: 60). Najveći broj frazema koji se odnose na takav koncept ima kao sastavnicu leksem *glava* ili *život*. Navedeni frazemi opisuju

osobu koja se nalazi u životnoj opasnosti ili je već podlegla toj opasnosti. U velikoj većini slučajeva ta se osoba svjesno dovela u opasnost s ciljem ostvarivanja vlastitih interesa. U pozadinskoj slici frazema *dati Bogu dušu* i *predati duh Gospodu* je kršćansko vjerovanje da se nakon smrti duša vraća k Bogu i dolazi pred Božji sud kada će konačno biti nagrađena ili kažnjena za svoja djela (Opašić, Gregorović 2010: 64). Takvo kršćansko vjerovanje i kultura motivirali su značenje frazema *ići (otići) Bogu na istinu (račun)*. Kulturološki gledano većina kultura na smrt gleda na isti način. Smrt se smatra vječnim snom što se ogleda i u frazeologiji: *snivati ledeni san, snivati (spavati) vječnim snom, usnuti vječni mir, sklopiti (zaklopiti) oči, otići na vječni počinak*. Značenje je svih navedenih frazema ‘umrijeti’.

Brak se smatra zajednicom muškarca i žene, a njegova je tradicionalno gledano najvažnija funkcija stvaranje potomstva te briga, odgoj i oblikovanje pojedinca. Neke kulture njeguju poligamne brakove između, a u današnje vrijeme dolazi do istospolnih brakova. Stereotipno gledano, od najstarijih vremena vrlo je bitno iz kakve obitelji i okoline potječe mladenka. U frazeologiji pronalazimo dva frazema koja ukazuju na navedeni stereotip, *biti iz dobre kuće* i *biti iz dobre obitelji*. Upućuju na to da osoba treba biti dobro odgojena, potjecati iz ugledne, poštene i obrazovane obitelji.

Beč je sjedište kulture i umjetnosti. Poznat je po svojoj kulturnoj (najstarije sveučilište osnovano 1365. godine, znanstveni instituti, muzeji, galerije) i umjetničkoj tradiciji. Prepun je kulturnopovijesnih spomenika i različitih umjetničkih događanja čime okuplja goste iz različitih dijelova svijeta. Zlatno pravilo kulture i lijepog ponašanja je prije svega pristojnost i poštovanje prema drugima. Bonton je kodeks ponašanja kojeg bi se trebao pridržavati svaki pripadnik društva. Uči nas kako se izražavati, ponašati i komunicirati u gotovo svakoj životnoj situaciji. Uči se prilikom odrastanja te usavršava tijekom cijelog života. Frazemom *<prava> bečka škola* želi se ukazati na lijepo i uglađeno,

kulturno ponašanje na javnom mjestu, ali i na pažljiv odnos prema damama. Nastao je zbog predodžbe o tradicionalnom kulturnom ponašanju u Beču. Također, njime se opisuje predstavnik općeprihvaćenih starih (tradicionalnih) vrijednosti. Drugi frazem *noga lička, a cipela bečka* želi prikazati kada nešto nikako ne ide zajedno. Obično se koristi prilikom usporedbe za snažnu tjelesnu/mišićavu građu i eleganciju. Time se želi ukazati na stereotipnu sliku ličkog kao nezgrapnog, a bečkog kao simbola elegancije. Ženu koju karakteriziraju kulturne vrijednosti, profinjenost i otmjenost se u tom kontekstu naziva *svjetskom damom*.

Kako to obično biva, u svijetu ništa ne može biti savršeno. Kao opreka lijepom, pristojnom ponašanju nalazi se nekulturno, drsko i nepristojno ponašanje. Svaki čovjek teži tome da bude što pristojniji i kulturniji, no postoje neki pojedinci koji se kose s takvim razmišljanjima i djelovanjima. Frazeologija sadrži i dosta vulgarnih frazema koji su postali sastavni dio svakodnevnice. Bonton osuđuje svaki oblik vrijeđanja, psovanja i fizičkog obračunavanja. Osobe koje se ne pridržavaju bontona u svim kulturama smatraju se loše odgojenima i nepristojnima. Bonton sadrži neka osnovna pravila kojih se pridržavaju različite nacije, ali opet se u nekim kulturama razlikuje. U prikupljenoj frazeološkoj građi potvrđena su tri frazema koja se odnose na nepristojno i vulgarno izražavanje *psovati (kleti) kao kočijaš/kamiondžija/ lađar*. Stereotipno gledano, psovanje se pripisuje muškarcima jer su žene dame i ne priliči im takav način izražavanja. Pozadina navedenih frazema pronalazi se u pričama o kočijašima i kamiondžijama kao osobama koje mnogo psuju⁷⁸. Zbog njihovog prostačkog i bezobraznog načina izražavanja nastao je i frazem *kočijaški jezik*. Tim se frazemima određeni tip ponašanja, izrazito negativno obilježen, stereotipno povezuje s određenim zanimanjima.

⁷⁸ Usp. 5.1.3.1.

Bonton osim lijepog izražavanja u govoru nalaže i lijepo ponašanje za stolom. U frazeologiji pronalazimo neke frazeme koji dolaze u značenju 'mного, hlapljivo i nepristojno jesti' (*jesti/žderati kao svinja/stoka, žderati kao prasac, jesti kao vuk, jesti/najesti se kao svinja/prase*). Osoba koja neumjereno i proždrljivo jede uspoređuje se sa svinjom⁷⁹, životinjom koja simbolizira proždrljivost. Sastavnica *žderati* u prethodnim primjerima implicira vulgarno stilističko obilježje frazema (Bunk, Opašić 2010: 246).

Lov je hvatanje ili odstreljivanje životinja u prirodi. Nije svojstven samo ljudskoj zajednici, već i životinjskoj, za koju je jedan od načina preživljavanja. Od najranijih dana lov je za čovjeka bio osnova preživljavanja. Čovjek se njime bavio iz čiste potrebe za hranom i krznom dok je s vremenom sve više postajao oblik zabave i sporta. Jedna od odlika kulture lova bez kojih je lov nemoguć su *lovačke priče*. Navedenim frazemom se ukazuje na priče pune izmišljanja i pretjerivanja u prikazivanju doživljaja. Odražava se stereotip o lovcima prema kojem su lovci skloni hiperboliziranju situacija u kojima su se našli radi uzdizanja samih sebe.

Poker je popularna kartaška igra američkog podrijetla. Frazem *pokeraško lice* motiviran je navedenom igrom, a odnosi se na lice koje skriva svoje osjećaje, na lice bez mimike i emocija. U pokeru igrači nastoje ne pokazati uzbuđenje ako imaju dobre karte niti razočaranje ukoliko imaju loše karte. Upravo je zato pokeraško lice, lice koje ništa ne odaje i skriva osjećaje. Značenje frazema postaje šire i ne svodi se samo na igru pokera.

Bosna je relativno mala država puna kulturoloških razlika. Vrlo je važno napomenuti prisutnost triju vjera na području Bosne i Hercegovine koje su imale velik utjecaj na kulturni razvoj države. Već spomenuti frazem *bosanski grb*, kulturološka je odlika, a odnosi se na savijanje ruke u laktu kao znak odbijanja.

⁷⁹ Usp. 5.1.3.2.

Takva se gesta smatra nepristojnom pa se tim frazemom želi ukazati na stereotip o nepristojnosti Bosanaca⁸⁰.

Etnički stereotipi uvelike odražavaju i kulturne stereotipe. U prethodnom poglavlju naveden je niz naroda i etničkih stereotipa koji se očituju u frazeologiji, a iz kojih se daju iščitati i kulturni stereotipi⁸¹. Primjerice, Engleska kultura ispijanja čaja, japanska predanost radu, turski način sjedenja.

Potrebno je spomenuti Flaubertov *Rječnik uvriježenih mijenja*. Prema književnoj kategorizaciji to je svojevrsni rječnik stereotipa koje je Flaubert zapisivao još od djetinjstva. Djelo je pregled znanja, misli i okamenjenih slika ili stereotipa iz europske kulturne povijesti (Milardović 2013: 76). Kako bi se ilustrirala slika kulturnih stereotipa izdvojit će se neki primjeri iz navedenoga rječnika.

Belgijci: „Blegijce treba zvati patvoreni Francuzi; to uvijek izaziva smijeh.“ (Flaubert 2007: 29)

Bretonci: „Sve čestiti ljudi, ali jogunasti.“ (Flaubert 2007: 31)

Englezi: „Mahom bogataši.“ (Flaubert 2007: 71)

Francuz: „Prvi narod u svemiru.“ (Flaubert 2007: 77)

Japan: „Ondje je sve od porculana“ (Flaubert 2007: 108)

Njemačka: „Uvijek s pridjevkom 'plavokosa', 'sanjalačka'; ali kakva vojnička organizacija.“ (Flaubert 2007: 161)

Može se zaključiti da su kulturni stereotipi o drugim, stranim kulturama i društvenim grupama te njihovim pojedincima ostali živjeti nakon

⁸⁰ Usp. 5.2.2.

⁸¹ Usp. 5.2.

Flauberta, a postojali su i mnogo prije njega. Proizlaze iz nepoštivanja i nerazumijevanja drugih kultura.

Tolić (2006: 7) ističe kako se identitet ne može konstituirati bez svoje razlike niti može biti konačan, tuđa je sjena koja u stopu prati vlastito, i obratno, vlastito se zrcali u tuđem. U stvaranju identiteta presudnu ulogu imaju upravo kulturni stereotipi kao oblici pojednostavljenoga, okamenjenoga znanja o sebi i drugima (Durić 2006: 138).

9. Zaključak

Frazeologija se uglavnom opisuje kao relativno mlada jezikoslovna disciplina koja proučava frazeme. Očigledan je porast broja frazeoloških studija pa se smatra i iznimno plodnom disciplinom koja izaziva pojačano zanimanje jezikoslovaca. Frazem je osnovna jedinica frazeološkoga jezičnoga sustava (Menac 2007: 11). Ne stvara se u govornom procesu, nego se reproducira u gotovu obliku. Ima stalan sastav i raspored sastavnica, a značenje mu se obično ne izvodi iz značenja pojedinih sastavnica jer one, sve ili neke od njih, doživljavaju semantičku pretvorbu. Osim toga, uklapa se u rečenicu kao njezin sastavni dio.

Rad se temelji na analizi stereotipa i predrasuda u hrvatskoj frazeologiji. Stereotipi postoje otkad postoji i ljudska civilizacija. Proučavanje stereotipa probudilo je zanimanje mnogih znanstvenika različitih područja upravo zato što su stereotipi podložni promjenama, ali i zaboravu. Pojam prvi put upotrebljava Walter Lippmann, a počinje se upotrebljavati u trenutku kada dolazi do razvoja nacionalnih, vjerskih, etničkih i socijalnih razlika i podjela. Lippmann stereotipe definira kao uređenu i konzistentnu sliku svijeta kojoj su se prilagodile ljudske navike, ukusi, sposobnosti, radosti i nade. Stereotipi su skup uvjerenja o tipičnim osobinama i načinima ponašanja pojedinca ili skupine. Mogu problematizirati sve, od spola, rase, vjere, nacionalnosti do zanimanja, itd. Predrasuda je neprijateljski ili negativan stav prema pojedincima prepoznatljive grupe ljudi, a zasniva se isključivo na njihovu članstvu u toj grupi. Ne temelji se na provjerenim informacijama

U okviru se ovoga rada naglasak stavlja na rodne, etničke i kulturne stereotipe. Nakon provedene analize može se zaključiti da su u hrvatskoj frazeologiji daleko najbrojniji rodni stereotipi koji su posljedica ukorijenjenih stavova, normi i predrasuda. Stereotipizaciji se podvrgavaju društvene uloge muškaraca i žena. Muškarac se povezuje sa sferom javnog djelovanja te doživljava kao radnik i građanin koji je odgovoran za financijsku pomoć obitelji.

Nasuprot muškarcu, ženu se povezuje s privatnom sferom koju čine dom, obitelj i briga o djeci, a doživljava kao suprugu i majku. Očita je tradicionalna podjela rodni uloga. U prikupljenom korpusu potvrđuje se stereotip o važnosti ljepote, vanjskog izgleda i načina odijevanja žene. Što se tiče negativnih stereotipa osobito dolazi do izražaja uvriježeno mišljenje o intelektualnoj ograničenosti žene, njezinoj brbljavosti, sklonosti ogovaranju i pretjeranoj emocionalnosti (Hrnjak 2017: 227). Vrlo negativno ocjenjuje se promiskuitetno i seksualno ponašanje žene. Kod muškaraca osobito se ističe stereotip o njihovoj fizičkoj i psihičkoj snazi, hrabrosti i poduzetnosti, a s tim u vezi se vrlo stereotipno ocjenjuju kukavičluk, neodlučnost i beskarakternost (Hrnjak 2017: 227). Stereotipno gledano, od muškarca se očekuje da bude vođa pa se osobito negativno ocjenjuje njegova podčinjenost i pokornost ženi. Emocionalnost se stereotipno pripisuje ženama, a prisutnost emocionalnog ponašanja kod muškaraca izražen je frazemima negativne konotacije jer se muškarci smatraju bezosjećajima (za „pravog“ muškarca nepoželjno je pretjerano iskazivanje osjećaja).

U rad su uključeni i frazemi sa zoonimskom sastavnicom. Ističe se njihova negativna obilježnost, stoga nije teško zaključiti da je zoonimska frazeologija uglavnom pejorativnoga predznaka te prepuna ustaljenih stereotipa. Životinjama se neopravdano pripisuju određene karakteristike te se pogrešno tumači njihovo ponašanje. Frazemi sa zoonimskom sastavnicom su motivirani činjenicama, izgledom i ponašanjem, a većina njih je odraz podređenosti životinja čovjeku. Nisu motivirani iskustvenim činjenicama pa je motivacija često apsurdna i nelogična. Neki se frazemi dotiču stvarnih i potvrđenih osobina i navika životinja, ali su brojnije osobine koje im se pripisuju neopravdano. Na takav status dosta su utjecali pisci basni, ali razlog je prije svega taj što je u čovjekovoj prirodi da svoj svijet prikaže pozitivnijim od životinjskoga.

Nacionalnost je samo jedan od brojnih aspekata koji može uzrokovati diskriminaciju i etiketiranje (Aronson, Wilsen i Akert 2005: 457). U samom

središtu predrasudnih stavova nalazi se rasni i etnički identitet. Etnički stereotipi nastaju na temelju onoga što se smatra karakterističnim za određeni narod. U prikupljenoj građi mogu se iščitati brojni stereotipi koji se odnose na narode s kojima je Hrvatska bila u neposrednom iskustvenom i geografskom kontaktu tijekom povijesti ili narode koji imaju neku posebnu karakteristiku koja ih izdvaja od drugih. Etnički stereotipi su vrlo postojani u vremenu te ih je nemoguće dokinuti. Analizom je utvrđeno da autoetnonimskih frazema u hrvatskoj frazeologiji nema. Etnonimski frazemi uglavnom se odnose na muški rod, a iznimka je frazem *crna kao Ciganka*. Rijetko su odraz konkretnih obilježja naroda, a frazemima se ističu fizičke karakteristike (kosa, koža, oči) te osobine koje su se ustalile kao stereotipi (sklonost alkoholu, pušenju). Najčešće su motivirani osobinama i navikama drugih naroda koje su se ustalile kao stereotip. Prisutni su u svakodnevnoj upotrebi bez obzira na dob, a stereotipna motiviranost je vrlo očita. Njihova upotreba je obično nedobronamjerna, negativna, a ponekad čak i podcjenjivačka (Lewis 2006: 359). Mjesto čuvanja kulturne informacije može biti i frazem. Tako etnički stereotipi uvelike odražavaju i kulturne stereotipe.

Na kraju se može zaključiti da se u hrvatskoj frazeologiji mnogo frazema odnosi na ljudske osobine, vanjštinu, ponašanje i navike. Nastojimo te karakteristike povezati s članovima različitih naroda, vjera i rasa pa one postaju odlikama cijele skupine. Stereotipi su kao semantički talog motivirali preneseno značenje frazema. Riječ je o poredbenim frazemima koji prikazuju negativne osobine, a iskazuje se ljudska glupost, lijenost, sklonost pušenju i alkoholu.

Potrebno je još jednom napomenuti da su stereotipi veoma postojani u vremenu te da ih je gotovo nemoguće dokinuti. Nisu nužno loši ako nas podržavaju u ostvarivanju ciljeva i ideja sve dok na bilo koji način ne ugrožavaju drugo ljudsko biće ili zajednicu. Kako bi ih se ublažilo potrebno je stalno osvješćivati i upozoravati na njih te djelovati na njihovo suzbijanje od najranije

dobi. Ipak, njihov će odraz ostati očuvan u frazeologiji, čemu potvrdu pružaju i primjeri koji se donose i analiziraju u okviru ovoga rada.

10. Popis literature

Rječnici

1. Anić, V. (2007). *Rječnik hrvatskoga jezika*. Zagreb: Novi liber. d.o.o.
2. Bendow, I. (2007). *Hrvatsko-engleski frazeološki rječnik*. Zagreb: Školska knjiga.
3. Fink-Arsovski, Ž., Menac A. (2014). *Hrvatski frazeološki rječnik*. Zagreb: Naklada Ljevak.
4. Fink-Arsovski, Ž. (2006). *Hrvatsko-slavenski rječnik poredbenih frazema*. Zagreb: Knjigra
5. Fink-Arsovski, Ž. (2016). *Hrvatsko-romansko-germanski rječnik poredbenih frazema*. Zagreb: Knjigra
6. Flaubert, G. (2007). *Rječnik uvriježenih mnijenja*. Zagreb: Disput
7. Matešić, J. (1982). *Frazeološki rječnik hrvatskoga ili srpskog jezika*. Zagreb: Školska knjiga.
8. Vidović Bolt, I. i sur. (2017). *Rječnik hrvatskih animalističkih frazema*. Zagreb: Školska knjiga
9. Vrgoč, D. i Fink-Arsovski, Ž. (2008). *Hrvatsko-engleski frazeološki rječnik*. Zagreb: Naklada Ljevak.
10. Mršić, D. (2000). *Eponimski leksikon*. Zagreb: Matica hrvatska.

Knjige

1. Aronson, E., Wilson, T. D. i Akert, R. M. (2005). *Socijalna psihologija*. Zagreb: MATE d.o.o.
2. Barčot, B. (2017). *Lingvokulturologija i zoonimska frazeologija*. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada
3. Benjak, M. i Požgaj Hadži V. (2005). *Bez predrasuda i stereotipa: interkulturalna komunikacijska kompetencija u društvenom i političkom kontekstu*. Rijeka: Izdavački centar.
4. Bilić, A. (2013). *Mi i drugi u literarnom nusprostoru*. Vinkovci: GKVK.
5. Bogdal, K. (2019). *Europa je izmislila Cigane: priča o fascinaciji i preziru*. Zagreb: Zagrebačka naklada
6. Dukić, D. (2004). *Sultanova djeca : predodžbe Turaka u hrvatskoj književnosti ranog novovjekovlja*. Zadar: Thema
7. Filipović Petrović, I. (2018). *Kada se sretnu leksikografija i frazeologija*. Zagreb: Srednja Europa
8. Fink-Arsovski, Ž. (2002). *Poredbena frazeologija: pogled izvana i iznutra*. Zagreb: FF press.
9. Hewstone, M. i Stroebe, W. (2001). *Uvod u socijalnu psihologiju*. Zagreb: Naklada Slap
10. Hrnjak, A. (2017). *Frazeologija u rodnome okviru. Rodni elementi u hrvatskoj i ruskoj frazeologiji*. Zagreb: Knjigra.
11. Hrvatić, N. (2004). *Romi u Hrvatskoj: od migracija do interkulturalnih odnosa*. Zagreb: Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
12. Lippmann, W. (1995). *Javno mnijenje*. Zagreb: Naprijed.
13. Ladan, T. (2006). *Tumač raznovrsnih pojmova*. Zagreb: Masmedia

14. Kolbas, I. (2013). *Vic o plavuši: stereotipi u kojima živimo*. Zagreb: Etnografski muzej.
15. Kovačević, B. (2012). *Hrvatski frazemi od glave do pete*. Institut za hrvatski jezik i jezikoslovlje. Zagreb.
16. Marjanić, S. i Zaradija Kiš, A. (2007). *Kulturni bestijarij*. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.
17. Menac, A. (2007). *Hrvatska frazeologija*. Zagreb: Knjigra.
18. Milardović, A. (2013). *Stranac i društvo*. Zagreb: Pan liber
19. Ograjšek Gorenjak, I. (2015). *Opasne iluzije: Rodni stereotipi u međuratnoj Jugoslaviji*. Zagreb: Srednja Europa
20. Oraić Tolić, D. i Kulcsár Szabó, E. (2006). *Kulturni stereotipi: Koncepti identiteta u srednjoeuropskih književnostima*. Zagreb: FF press.
21. Pennington, D. C. (2004). *Osnove socijalne psihologije*. Jastrebarsko: Naklada Slap.
22. Skoko, B. (2011). *Što Hrvati, Bošnjaci i Srbi misle jedni o drugima, a što o Bosni i Hercegovini?*. Sarajevo: Amosgraf d.o.o.
23. Super, R. (1992). *Društvene predrasude i nacionalizam*. Zagreb: Globus nakladni zavod
24. Vidović Bolt, I. (2011). *Životinjski svijet u hrvatskoj i poljskoj frazeologiji I*. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.
25. Zykova, I. (2019). *Konceptosfera kulture i frazeologija*. Zagreb: Srednja Europa

Članci

1. Barčot, B. (2012). Frazemi s pojedinim metalima kao komponentom u hrvatskom, ruskom i njemačkom jeziku. *Jezikoslovlje*, 13 (3), 841-865.
2. Barčot, B. (2018). Slaveni u jezičnoj slici svijeta govornika hrvatskoga jezika (lingvokulturološka perspektiva), *Hrvatski prilozi 16. međunarodnom slavističkom kongresu u Beogradu, 20. – 27. kolovoza 2018.*, Zagreb, 9–19.
3. Bertoša, M. (1999). Stereotipi o životinjama, Teorija i mogućnosti primjene pragmalingvistike. / Badurina, Lada ; Ivanetić, Nada ; Pritchard, Boris ; Stolac, Diana (ur.). Rijeka - Zagreb: *Hrvatsko društvo za primijenjenu lingvistiku*, str. 63-76
4. Bunk, A. i Opašić, M. (2010). Prilog kontrastivnoj analizi frazema sa zoonimskom sastavnicom u hrvatskome i češkome jeziku. *Rasprave: Časopis Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje*, 36 (2), 237-250.
5. Crnić Novosel, M i Opašić, M. (2014). Prilog kontrastivnoj analizi hrvatskih i makedonskih frazema s onimskom sastavnicom// *Македонско-хрватски книжевни, културни и јазични врски. Зборник на трудови од Меѓународниот научен собир Македонско-хрватски книжевни, културни и јазични врски одржан во Охрид од 27 до 29 септември 2013.* / Јакимовска-Тошиќ, Маја (ur.). Skopje: Институт за македонска литература, str. 281-297
6. Dragun, M. (2000). Podrijetlo, mitologija i vjerovanja Roma. *Društvena istraživanja*, 9 (2-3 (46-47)), 317-333.
7. Durić, D. (2008). O kulturnim stereotipima Kulturni stereotipi – koncepti identiteta u srednjoeuropskim književnostima, uredili: Dubravka Oraic-Tolic i Erno Kulcsár Szabó (FF press, Zagreb, 2006). *FLUMINENSIA*, 20 (2), 138-144.
8. Fink-Arsovski, Ž. (2013). Tko to tamo troši novac? Hrvatski i ruski frazemi sa značenjem "trošiti novac". *Frazeološka simfonija: sodobni pogledi na*

frazeologijo/Jakop, Nataša; Jemec Tomazin, Mateja (ur.). Ljubljana: Inštitut za slovenski jezik Frana Ramovša ZRC SAZU, 2013. str. 39-48

9. Hrnjak, A. (2005). Frazemi s komponentom "srce" u hrvatskoj i ruskoj frazeologiji. *Riječ*, 11. 2; 20-27

10. Hrnjak, A. (2013). Koncept ljepote i rodni stereotipi u hrvatskoj i ruskoj frazeologiji. *Slavenski jezici u usporedbi s hrvatskim ; vol. III / Sesar, Dubravka (ur.)*. Zagreb: FF press, str. 173-182

11. Hrnjak, A. (2016). Starost u rodno obilježenoj frazeologiji hrvatskoga i ruskog jezika // Prostor in čas v frazeologiji / Kržišnik, Erika, Jakop, Nataša, Jemec Tomazin, Mateja (ur.). Ljubljana: Znanstvena založba Filozofske fakultete, str. 377-386

12. Hrnjak, A. (2014). Žene, zmajevi i opasne životinje u *Životinje u frazeološkom ruhu*. ur. Vidović Bolt, Ivana. FF Press. Zagreb. str. 1–16.

13. Ivanetić, N. i Karlavaris-Bremer, U. (1999a). O nekim onimijskim frazemima u hrvatskom i njemačkom jeziku, *Riječ : časopis za slavensku filologiju*, god. 5, sv. 1, Hrvatsko filološko društvo Rijeka, Rijeka, 50–61.

14. Ivanetić, N. i Karlavaris-Bremer, U. (1999b). Onimijski frazemi i konceptualizacija svijeta, *Suvremena lingvistika*, 47–48, Hrvatsko filološko društvo, Zavod za lingvistiku Filozofskog fakulteta u Zagrebu, Zagreb, 131–142.

15. Kamenov, Ž. i Čorkalo, D. (1997). Mjerenje promjena nacionalnih stereotipa: primjena metode SYMLOGA-a. *Društvena istraživanja*, 6 (2-3 (28-29)), 361-372.

16. Kovačević, B. (2019). Muško i žensko u frazeologiji I. *Hrvatski jezik*, 6 (4), 26-29.

17. Kovačević, B. i Ramadanović, E. (2016). Primarne emocije u hrvatskoj frazeologiji. *Rasprave: Časopis Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje*, 42 (2), 505-527.
18. Lazanin, S. (2007). Dubravka Oraić Tolić, Ernő Kulcsár Szabó (ur.). Kulturni stereotipi: koncepti identiteta u srednjoeuropskim književnostima. *Migracijske i etničke teme*, 23 (4), 425-427.
19. Lewis, K. (2007). Etnički stereotipi u hrvatskoj frazeologiji, Ima ih kao Kineza, *Vijenac* 359
20. Matešić, J. 1982/1983. Frazem kao posljedica značenjske preinake riječi. *Filologija*, 11, Zagreb, 405-414.
21. Matić, Renato Struktura predrasuda i stigmatizacija // *Zbornik pravnog fakulteta sveučilišta u Rijeci*, 24 (2003), 2; 843-856
22. Menac, A. (1994). Frazeologija u različitim tipovima jednojezičnih hrvatskih rječnika. *Filologija*, (22-23), 161-168.
23. Menac, A. (1992). Frazeologija Mažuranićeve „Smrti Smail-age Čengića”, *Forum: mjesečnik Razreda za književnost Hrvatske akademije znanosti i umjetnosti*, god. 31, br. 1–2, HAZU, Zagreb, 261–269.
24. Mesinger, B. (1997). Hrvatska frazeologija kao kulturno-antropološki fenomen, *Riječ : časopis za slavensku filologiju*, god. 3, sv. 2, Hrvatsko filološko društvo Rijeka, Rijeka, 59-70.
25. Opačić, N. (2015). Mađareva forma i Švabo tralala, *Vijenac* 567
26. Opašić, M. i Gregorović, M. (2010). SMRT U HRVATSKOJ FRAZELOGIJI. *Croatica et Slavica Iadertina*, 6 (6.), 55-72.
27. Piirainen, E. (2008). Figurative phraseology and culture. U *Phraseology: an interdisciplinary perspective*, ur. Sylviane Granger i Fanny Meunier. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 207-223.

28. Pintarić, N. (1997). Pragmatične osobine vlastitih imena u hrvatskom i poljskom jeziku, *Croatica: prinosi proučavanju hrvatske književnosti, god. XXVII*, sv. 45–46, Hrvatsko filološko društvo, Zagreb, 157–177
29. Posavec, V. (2004). Jesu li Grci bili inovatori, a Rimljani plagijatori Rim i Grčka kao stereotip. *Latina et Graeca*, 2 (6), 21-40.
30. Raguž, D. (1979). Vlastita imena u frazeologiji. *Onomastica Jugoslavica*, knj. 8, JAZU, Zagreb, 17–23.
31. Vidović Bolt, I. (2007). Hrvatski i poljski etnonimski frazemi poredbene strukture. *Slavenska frazeologija i pragmatika* / Fink, Željka i Hrnjak, Anita (ur.). Zagreb: KNJIGRA, 2007. str. 209-214
32. Zovko, A i Damjanić, I. (2018). Stereotipi prema osobama treće životne dobi: iskustva starijih// Sodobne paradigme raziskovanja izobraževanja in učenja odraslih/Ličen, Nives;Mezgec, Maja (ur.). Ljubljana: Znanstvena založba Filozofske fakultete Univerze u Ljubljani, 2018. str. 365-377
33. Vajs, N. i Žic Fuchs, M. (1998). Definicija i frazem u jednojezičnom rječniku. *Filologija*, (30-31), 363-368.
34. Vidović Bolt, I. (2007). Hrvatski i poljski etnonimski frazemi poredbene strukture. *Slavenska frazeologija i pragmatika*. Fink, Željka i Hrnjak, Anita (ur.). Zagreb: KNJIGRA, str. 209-214
35. Vranić, S. i Zubčić, S. (2013). Turcizmi u frazemima hrvatskih govora. *Filologija*, (60), 103-145.
36. Zoričić, D. (2019). Nomen est omen. Onimi kao sastavnice hrvatskih i engleskih frazema. *FLUMINENSIA*, 31 (2), 121-141.
37. Županov, J. (1999). Etničnost i kultura: politička mobilizacija i opstanak, u: *Kultura, etničnost, identitet*, prir. Jadranka Čačić-Kumpes, Zagreb, Institut za migracije i narodnosti

Internetski izvori

Baza frazema hrvatskoga jezika

<http://frazemi.ihjj.hr/>, svibanj 2020.

Hrvatski jezični portal

<http://hjp.znanje.hr/index.php?show=search>, lipanj 2020.

Leksikografski zavod Miroslav Krleža

<https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=58036>, lipanj 2020.

<https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=59076>, lipanj 2020.

<http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=40470>, lipanj 2020.

<http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=31501>, srpanj 2020.

<https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=18373>, srpanj 2020.

Internetski članci

<http://ordinacija.vecernji.hr/budi-sretan/upoznaj-sebe/predrasude-stereotipi-i-jos-ponesto/>, lipanj 2020.

<https://www.krenizdravo.rtl.hr/zdravlje/psihologija/sto-su-to-stereotipi-i-koliko-su-zapravo-tocni>, lipanj 2020.

<https://www.zeneimediji.hr/strategija-za-ravnopravnost-spolova-vijeca-europe-od-2018-do-2023/>, lipanj 2020.

<http://coolklub.com/znete-li-sto-je-drijen-i-zasto-se-kaze-zdrav-ko-dren/>, lipanj 2020.

<https://bhpcelar.com/zanimljivosti/zasto-se-kaze-vrijedan-kao-pcela-lijen-kao-trut-zar-nismo-grijesni-prema-radilicama/>, lipanj 2020.

<https://biblija.ks.hr/search.aspx?k=49&p=15>, lipanj 2020.

https://vjeronauk.net/?page_id=720, lipanj 2020.

<https://xn--titnjaa-o6a36e.hr/zdrav-zivot/jeste-li-po-prirodi-vuk-samotnjak/>, lipanj 2020.

<https://www.art-kino.org/hr/film/vuk-samotnjak>, lipanj 2020.

<http://www.eduvizija.hr/portal/sadrzaj/sivi-uk>, lipanj 2020.

<http://www.laudato.hr/Duhovnost/Zelite-li-znati-vise/Tko-su-an%C4%91elici-cuvari.aspx>, lipanj 2020.

<https://escrh.eu/wp-content/uploads/2019/04/Y-TOOLKIT-CRO-WEB.pdf>, lipanj 2020.

<https://povcast.hr/antun-gustav-matos-o-madarima/>, srpanj 2020.

<https://www.dw.com/hr/kli%C5%A1eji-o-%C5%BEidovima-i-njihova-pozadina/a-5689175>, srpanj 2020.

<https://punkufer.dnevnik.hr/clanak/kako-se-gradio-kineski-zid---431513.html>, srpanj 2020.

<https://ljiljan.com.hr/o-ljiljanu/legenda-i-simbolika-o-ljiljanu>, srpanj 2020.

<https://narodni.net/zaboravljene-narodne-izreke-njihova-znacjenja/>, srpanj 2020.

<https://www.centarzaafirmacijuirazvoj.org/upoznajte-japanski-karakter-2/>, srpanj 2020.

https://hr.rbth.com/politics/2017/04/20/otkrivena-tajna-rusa-i-alkohola_746701, srpanj 2020.

https://hr.rbth.com/arts/2014/09/03/ciji_je_ruski_rulet_29805, srpanj 2020.

<https://foreveramber.co.uk/scottish-stereotypes/>, srpanj 2020.

<https://lingolero.com/2013/05/ko-svabo-tralala/>, srpanj 2020.

<https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=920>, srpanj 2020.

Strategija za ravnopravnost spolova Vijeća Europe od 2018. do 2023.

<https://ravnopravnost.gov.hr/arhiva/biblioteka-ureda/strategija-za-ravnopravnost-spolova-vijeca-europe-od-2018-do-2023/3145>, srpanj 2020.

Vijenac

<https://www.matica.hr/vijenac/359/ima-ih-kao-kineza-5262/>, srpanj 2020.

<https://www.matica.hr/vijenac/567/maareva-forma-i-svabo-tralala-25080/>, srpanj 2020.

<https://www.matica.hr/vijenac/167/usijane-glave-treba-ohladiti-17770/>, srpanj 2020.

11. Popis frazema

A

ALFA

alfa-mužjak – uspješni muškarac, vođa

ANĐEO

dobar kao anđeo – jako dobar */o osobi/*

dobri anđeo – dobro, drago biće

pali anđeo – loše, zlo biće, vrag

pravi anđeo – dobričina, veoma dobro, pošteno biće

APETIT

vučji apetit – velik apetit, velika glad

APOLON

lijep kao Apolon – jako lijep, naočit */o muškarcu/*

ARAP

crn kao Arap – jako crn, izrazito tamnopus

B

BABA

baba djevojka – usidjelica

zadušna baba – odveć dobra srca, odviše dobar, pretjerano susretljiv

BAČVA

debeo kao bačva – jako debeo */o osobi/*

napiti se kao bačva – jako se napiti

pijan kao bačva – jako pijan

BAKALAR

osušiti se kao bakalar – jako smršavjeti

suh (mršav) kao bakalar – jako mršav

BIBLIJA

star kao Biblija – jako (vrlo) star

BEG

živjeti (osjećati se) kao [mali] beg – živjeti dobro/lagodno, imati svega i svačega

BIK

bijesan kao bik – jako ljut /o osobi/

jak kao bik – vrlo (izuzetno) snažan /ob. o muškarcu/

ljut kao bik – jako ljut /o osobi/

seoski bik – gruba, pohotljiva osoba

zdrav kao bik – potpuno zdrav /ob. o muškarcu/

živjeti kao bik na gmajni – živjeti gotovanski (pretjerano komotno), biti neradnik, ljenčariti i izbjegavati rad /ob. o muškarcu/

BOG

dati Bogu dušu – umrijeti

ići (otići) Bogu na istinu (račun) – umrijeti

BOMBA

izgledati kao bomba – izgledati privlačno i seksipilno

seks-bomba – vrlo privlačna (seksipilna) žena

BOSANAC

glup kao Bosanac – vrlo glup

kao Bosanac (biti, izgledati)

BOSNA

i mirna Bosna - <i> sve u redu, <i> tu prestaje svaka diskusija, <i> stvar je završena

bosanski grb – savijanje ruke u laktu kao znak odbijanja

BOJA

prefarban (ofarban, namazan) svim bojama – vrlo vješt, lukav

BRADA

sijeda (bijela) brada – star čovjek

BRDO

kao od brda (brijega) odvaljen – vrlo jak, snažan, dobro razvijen, atletske građe
/ob. o muškarcu/

BUBA

imati bubice u glavi – imati nastrane, lude misli, biti lud

lijen kao buba – jako lijen

miran kao bubica – vrlo miran i povučen

tih kao bubica – vrlo tih i povučen

BUBREG

živjeti kao bubreg u loju – lagodno živjeti, živjeti u izobilju (u blagostanju)

C

CAR

živjeti kao car – lagodno živjeti, živjeti u izobilju (u blagostanju)

CAREVINA

zadužiti se kao Turska Carevina – imati mnogo dugova, biti prezadužen

CIGAN

crn kao Cigan – tamnopus

smijati se čemu kao Ciganin bijelom kruhu –

smrdjeti kao Cigan – smrdjeti, neugodno mirisati

ženiti se kak Cigani – nevjenčano živjeti *s kim*

CIGANIN

crni ciganin – vrlo siromašan čovjek, socijalno najniži/najgori

CIGANKA

crna kao Ciganka – tamnopusita ili preplanula ženska osoba

imati čega kao Ciganka meda - imati previše čega dobrog

kao Ciganka [biti, izgledati] – neugledno izgledati

u Ciganke bi izmamio dijete – biti lukav (prepreden)

CIGANSKI

ciganska duša – osoba prljava/nepouzdana karaktera; cjepidlaka

ciganska posla – prljav/nečastan posao, makinacije

CIGO

crn kao Cigo – tamnopus /o muškarcu/

hvaliti koga, što kao Cigo konja svoga – pretjerano hvaliti *koga, što* radi postizanja cilja

svaki Cigo svoga konja hvali – pretjerano hvaliti *koga, što* radi postizanja cilja

CIPELA

noga lička, a cipela bečka – kad nešto ne ide zajedno

CRNAC

raditi kao crnac – naporno i mnogo raditi /*ob. o teškim fizičkim poslovima/*

CRNAČKI

crnački posao – težak/slabo plaćen posao

CRNOGORAC

lijen kao Crnogorac – vrlo lijen

CRNOGORSKI

crnogorski kum – osoba koja bi zamijenila mladoženju prve bračne noći

CRV

marljiv kao crv – jako marljiv

raditi kao crv – marljivo (neprekidno, ustrajno) raditi

CVIJET

crveni (ženski) svijet – mjesečno pranje, menstruacija

djevičanski cvijet – spolna nevinost

CURA

stara cura (frajla) – usidjelica, neudana starija ženska osoba

Č

mršav (tanak kao čačkalica – izrazito mršav (tanak) /o osobi/

ČAVKA

brbljati kao čavka – mnogo, istovremeno i nekontrolirano govoriti (pričati, brbljati) /ob. o grupi žena/

graktati (derati se) kao čavke – jako vikati, derati se /ob. o grupi žena/

svađati se (prepirati se) kao čavke – svađati se (prepirati se) bučno i neprimjereno /ob. o grupi žena/

ČOVJEK

čovjek dobre volje – dobronamjieran (iskren) čovjek

čovjek kratke (male) pameti – osoba umno ograničena

čovjek na [svome mjestu] – pošten čovjek

čovjek od riječi – čovjek koji drži svoja obećanja, pouzdan čovjek, kojemu se može vjerovati

čovjek od knjige – učen (načitan) čovjek

čovjek od oka – lijep, naočit čovjek

čovjek od srca – dobar, pošten čovjek, dobroćudna osoba

težak čovjek – čovjek neugodne naravi, naporan (zamoran) čovjek

Ć

ĆIFUT

biti kaj Ćifut – biti marljiv

pušiti kao Ćifut – mnogo i često pušiti

ĆUK

sam kao ćuk – potpuno sam, osamljen

stajati kao ćuk – stajati potpuno sam, biti osamljen

ĆUSKIJA

napiti se kao ćuskija – jako se napiti

pijan kao ćuskija – jako pijan

D

DAMA

eskort dama - prostitutka

izigravati (glumiti) damu – praviti se finom (profinjenom), hiniti finoću, praviti se velikom gospođom

prva dama – 1) supruga predsjednika države; 2) istaknuta predstavница *čega* /estrade, kazališta itd./

svjetska dama – vrlo kulturna, (otmjena, profinjena, uglađena) žena

vanjska dama – koketna ženska osoba koja ne voli raditi, a želi da je dopadljiva i zapažena

željezna dama (lady) – čvrsta (odlučna) žena, energična žena <na visokom položaju>

DAN

dobar kao dobar dan – velikodušan, jako blag, dobar

DASKA

fali (nedostaje) komu [jedna, pokoja, treća] daska [u glavi] – ne biti pri zdravoj pameti, biti ćaknut, šašav

mršav kao daska – vrlo mršav

nemati sve daske u glavi – ne ponašati se normalno, ne biti pri zdravoj pameti, biti ćaknut (blesav, šašav)

ravna (plosnata) kao daska – koja je bez izraženih oblina koja nema izražene grudi i stražnjicu

DEVA

napiti se kao deva – jako se napiti

pijan kao deva - jako pijan

piti kao deva – jako i često piti

DJEVA

stidljiv kao djeva – vrlo stidljiv

DJEVICA

stara djevica – žena u godinama koja se nije udavala, usidjelica

DJEVOJKA

djevojka na prodaju – javna žena, prostitutka

djevojka pod prstenom – zaručnica

djevojka s dna – propala djevojka, žena

djevojka s ulice – prostitutka, uličarka

javna djevojka – prostitutka

poutegla djevojka – postarija djevojka

ulična djevojka – prostitutka, uličarka

voditi djevojku na prsten – javno se zaručiti

DREN

zdrav kao dren – potpuno zdrav

DUGA

napiti se kao duga – jako se napiti

pijan kao duga – jako pijan

DUŠA

dobar kao duša – jako dobar, blag, velikodušan

duša od čovjeka (žene) – dobar (dobročudan, dobrodušan čovjek (žena), čovjek (žena) pun dobrote, dobričina

nevina dušica – iron. bezazlena/dobročudna osoba

prodana duša – pokvarenjak, čovjek koji se odrekao poštenja radi koristi

E

ENCIKLPEDIJA

živa enciklopedija – osoba koja mnogo zna

ENGLEZ

praviti se Englez (Kinez, Tošo) – praviti se neupućenim, glumiti nerazumijevanje

ENGLESKI

engleski humor – čudan i nerazumljiv humor

ESKIM

nema zime za Eskime

F

femme fatale – zavodnica

fatalna žena – zavodnica

FRAJLA

stara frajla – usidjelica

G

GLAVA

glava kuće – prva i odlučujuća osoba u obitelji

igrati se glavom/ životom – izvrgavati se (izlagati se) životnoj opasnosti

nositi (imati) glavu u torbi – živjeti opasnim životom, biti stalno u životnoj opasnosti

otvorena glava – bistra, pametna osoba

pametna glava – mudra, pametna osoba

pileća glava – slaba, ograničena pamet

staviti/stavljati glavu (život) na kocku – izložiti se / izlagati se smrtnoj opasnosti, riskirati život

stajalo je (stajat će) glave (života) koga što) – dovodi (dovelo je, dovest će) do smrti (propasti) koga *što*

tvrde glave – 1) priglup, koji teško shvaća; 2) svojeglav, tvrdoglav

udaren u glavu – šašav, smušen

GLISTA

mršav kao glista – jako mršav

GODINA

Abrahamove godine – duboka starost

dobro nositi godine – dobro se držati, biti čio za svoje godine, izgledati mlađi od svoje dobi

prkositi godinama – dobro izgledati, biti u dobroj kondiciji, biti u snazi /unatoč poodmaklim godinama

vući se kao gladna godina – 1) polako prolaziti, dugo trajati /o vremenu/; 2) biti spor (polagan), polako se kretati /o osobi/

zrele (muške) godine – zrela dob, zrelost, muževnost, vrijeme najveće stvaralačke snage

GORA

gora od čovjeka – visok i krupan čovjek, velik i jak čovjek, čovjek snažne građe
visok kao gora – visok i snažan čovjek

GOSPOD

predati duh Gospodu - umrijeti

GRČKA

dužan kao Grčka – prezadužen, pun dugova, u velikim dugovima

GRIJEH

ružan kao smrtni grijeh – jako ružan /o osobi/

GRK

buniti se kao Grk u hapsu – bučno prosvjedovati i protiviti se

GROF

živjeti kao grof (lord, paša, beg) – živjeti u izobilju (blagostanju), lagodno živjeti

GROFICA

živjeti kao grofica – živjeti u izobilju (blagostanju), lagodno živjeti /o ženi/

GUSKA

glupa kao guska – vrlo glupa

H

HASAN

kud svi Turci, tu i goli Hasan

I

IZABRANICA

izabranica srca – zaručnica, voljena osoba, supruga

J

JABUKA

rumena kao jabuka – crvenih (rumenih) obraza /o mladoj ženi ili djetetu/

JAPANAC

vrijedan kao Japanac – biti radišan i vrijedan

JARAC

stari jarac – star (stariji) čovjek koji napastuje mlade djevojke (žene), stari pokvarenjak

JASIKA

tanka kao jasika – vrlo vitka

JELA

vitka (vita) kao jela – vrlo vitka

JEZIK

duga (dugog) jezika – 1) brbljav, razgovorljiv; 2) nepristojan i/ili nepromišljen u govoru

imati brz jezik – biti brzoplet, govoriti brzo i bez razmišljanja

imati dug jezik – mnogo (previše) govoriti, biti brbljav

jak na jeziku – hvalisav, razmetljiv

K

KAMIONDŽIJA

psovati (kleti) kao kamiondžija – psovati mnogo i što se pogrdnije može

KĆI

Evina kći – ženska osoba, tipična osoba ženskoga spola

KINEZ

ima *koga* kao Kineza – ima *koga* u iznimno velikom broju /o osobama/

kineski zid – nepremostiva pregrada, prepreka

praviti se Kinez – činiti se sasvim neupućenim u što, neobaviješten o stvari o kojoj se govori

to je za mene kineski – nerazumljivo

KLADA

glup kao klada (panj) – vrlo glup

KNJIGA

biti živa knjiga – mnogo znati, biti učen

KOČIJAŠ

psovati (kleti) kao kočijaš – psovati mnogo i što se pogrdnije može

KOČIJAŠKI

kočijaški jezik – prostački/bezobrazan jezik

KOKOŠ

glup kao kokoš – jako glup /o ženi/

kao pokisla kokoš – potišteno, jadno

stara koka – žena s bogatim seksualnim iskustvom, žena zrelije dobi, ali odlična izgleda

KOKOŠJI

biti kokošje (pačje, pileće, plitke) pameti – biti nesposoban za normalno i logično rasuđivanje, biti umno ograničen/slabe pameti

imati kokošji mozak (svračji, ptičji, pileći) – biti umno ograničen/priglup

kokošje pamćenje – slaba pamet

raskokodakati se kao kokoši – iritantan ženski razgovor

KOLAC

tanak (suh) kao kolac – vrlo mršav

KOLJENO

Evino koljeno – žene uopće

KOMARAC

suh kao komarac – vrlo mršav /o muškarcu/

KONJ

glup kao konj (vol, tele) – jako glup

jak kao bik (konj) – vrlo jak

raditi (tegliti) kao konj (vol, marva, životinja, stoka) – naporno i mnogo raditi /o teškim fizičkim poslovima/

stari konj – stariji muškarac

zaljubiti se kao konj – mnogo i jako se zaljubiti

trojanski konj – lukava prevara

KORAK

puževim korakom (brzinom) ili puževim koracima – sporo, polagano

KORNJAČA

spor kao kornjača – vrlo spor

živjeti kao kornjača – dugo živjeti

KOST

<sama> kost i koža – izrazito mršav

KOSTIM

u Adamovu kostimu – gol, nag, bez odjeće

u Evinu kostimu – gola, naga, bez odjeće

KRALJ

živjeti kao kralj – lagodno živjeti, živjeti u izobilju (u blagostanju)

KRALJEVIĆ

jak kao Kraljević Marko – vrlo jak, divovske snage

KRAVA

imati jezik kao krava – biti brbljav/duga jezika

imati jezik kao krava rep – biti brbljav, mnogo (previše govoriti)

KREZ

bogat kao Krez – veoma bogat

KRTICA

marljiv kao krtica – vrlo marljiv

KUĆA

biti iz dobre kuće (obitelji) – biti odgojen, potjecati iz ugledne obitelji

KUTIJA

dotjeran (lijep) kao iz kutije – dotjeran, vrlo lijepo i uredno obučen

stara kutija – stara/ružna žena koja se dotjeruje

L

LAĐAR

psovati kao lađar – mnogo psovati (kleti)

LAGATI

lagati kao Turčin – mnogo lagati

LAV

boriti se kao lav – hrabro se boriti /ob. o muškarcu/

hrabar kao lav – vrlo hrabar /ob. o muškarcu/

LAVICA

boriti se kao lavica – hrabro se boriti /o ženi/

hrabra kao lavica – vrlo hrabra

LICE

pokeraško lice – lice koje skriva (ne odaje) osjećaje, lice bez mimike (emocija)

LIJA

stara lija – lukav, iskusan, prefrigan, prepreden čovjek

lukav kao lija – vrlo lukav

LIJEP

lijep (dotjeran) kao iz kutije – dotjeran, vrlo lijepo i uredno obučen

lijep kao san – vrlo lijep

lijep kao slika – vrlo lijep

LISAC

stari lisac – lukavac, prepredenjak, iskusan čovjek koji vješto iskorištava situaciju u svoju korist

LISICA

lukav kao lisica – vrlo lukav, dovitljiv

LOGIKA

ženska logika – rasuđivanje, umovanje osnovano na osjećanju (a ne na razumu)

LOJTRA

visok kao lojtra – jako visok /o osobi/

LOPOV

ružan kao lopov – veoma ružan

LORD

živjeti kao lord – udobno, dobro i bogovski živjeti

LOZA

muška loza – potomstvo muškoga člana porodice

ženska loza – potomstvo ženskoga člana porodice

M

MAČAK

stari mačak (zec) – iskusan (snalažljiv) čovjek, čovjek svemu dorastao

MAGARAC

tvrdoglav kao magarac (magare, mazga) – vrlo tvrdoglav, svojeglav

MAGARE

glup kao magare – vrlo glup, tupoglav

MAMA

držati se mami (majci) za suknju (skute) – biti nesamostalan, ovisiti o majci, biti slabić

mamina kći – nesamostalna ženska osoba pretjerao vezana za majku

MAZA

mamina maza (sinčić) – mezimac, razmaženo dijete; nesamostalna osoba, mekušac

MEDVJED

jak kao medvjed – vrlo snažan, jak

METAR

metar cvancik – jako nizak, nizak rastom, niska rasta /o osobi/

metar i žilet (šumska jagoda, ćevap) – jako nizak, nizak rastom, niska rasta /o osobi/

METUZALEMSKI

metuzalemski star – jak, vrlo star /o osobi/

star kao Metuzalem – jak, vrlo star /o osobi/

MILIJARDER

ponašati se (trošiti) kao pijani milijarder – rasipno živjeti, nemilice trošiti, biti rasipan (rastrošan)

MILIJUNAŠ

ponašati se (trošiti) kao pijani milijunaš – rasipno živjeti, nemilice trošiti, biti rasipan (rastrošan)

MLAD

mlad kao kaplja rose – posve mlad, vrlo mlad

mlad (svjež) kao rosa – vrlo mlad (svjež), neistrošen (obično u doba rane mladosti)

MLADA

čuditi se kao vlaška mlada – čuditi se, snebivati se

držati se kao vlaška mlada – držati se ukočeno (neprirodno, zbunjeno)

spremati se kao vlaška mlada – dugo se spremati, sporo se oblačiti

MLADAC

stari mladac – stari momak, neženja

MLADOST

druga mladost – životna snaga u zrelim, poodmaklim godinama, osjećanje nove snage, energije

ne biti u prvoj mladosti – ne biti mlad, biti u poodmaklim godinama

u cvijetu mladosti – u najljepše doba mladenaštva

izgledati kao mladić – dobro izgledati u zrelim godinama /o muškarcu/

MOMAK

momak i po – odličan, izvrstan momak; junak; stručnjak

momak od oka – zgodan, lijepo razvijen mladić

momak s konca – u svakom pogledu kako treba, savršen u svemu; snažan muškarac

MRAV

marljiv (vrijedan, radin i sl.) kao mrav (pčela, pčelica, crv, krtica) – neobično (zavidno, izuzetno) marljiv (vrijedan, radin)

raditi kao mrav (crv, krtica) – marljivo (neumorno, ustrajno) raditi

MUŠKI

muška glava – muškarac

muška psovka – velika, grdna psovka

muška riječ – pouzdana riječ

muška ruka – muškarac⁸²

muška ruka – 1) strogost /ob. u odgoju/; 2) spretnost (vještina) u obavljanju popravaka u kući /osobito u tzv. muškim poslovima/; 3) fizička snaga⁸³

muška snaga – velika snaga

muške godine – zrelost, zrelo doba, muževnost, vrijeme najveće stvaralačke snage

muški svijet – muškarci

MUŠKO

budi muško <!> – budi jak (svjestan svojih odgovornosti) <!>

⁸² Matešić, J. (1982). *Frazeološki rječnik hrvatskoga ili srpskog jezika*. Zagreb: Školska knjiga.

⁸³ Fink-Arsovski, Ž., Menac A. (2014). *Hrvatski frazeološki rječnik*. Zagreb: Naklada Ljevak.

prvo pa muško – neočekivani uspjeh u prvom pokušaju

NOGE

noge do plafona – visok

O

OVCA

crna ovca – osoba koja odudara od sredine svojim postupcima; izuzetak

izgubljena (zalutala, zabludjela) ovca (ovčica) – osoba koja je krenula krivim životnim putem, osoba koja se pridržava pogrešnih stavova, osoba koja se izdvojila iz svoje sredine

krotak kao ovca – vrlo krotak, miroljubiv, dobrodušan

sijed kao ovca – sasvim sijed, bijele kose

P

PALICA

tanak (suh) kao palica – vrlo mršav

PAMET

ženska pamet – lakomisleno, površno, brzo, emocionalno i hirovito donošenje odluke

PAPIGA

ponavljati kao papiga – ponavljati tuđe riječi, neprestano ponavljati *što za kim* bez razumijevanja

PAS

gladan kao pas (vuk) – jako gladan

kao pas na lancu – bez slobode, zavisan *od koga*

lagati kao pas – često i mnogo lagati, govoriti neistinu

ljubomoran kao pas – jako ljubomoran

ljut kao pas (pseto) – jako ljut /o osobi/

mršav kao pas (pseto) – jako mršav

naraditi se (namučiti se kao pas) – jako se naraditi, biti izmučen (umoran) nakon duga i naporna posla

nervozan kao pas – jako nervozan

ružan kao pas – jako ružan

umoran kao pas (pseto) – jako umoran, izmoren

umrijeti kao pas <na cesti> (crknuti) – umrijeti napušten od svih, bijedno i nedostojno čovjeka

vjeran kao pas (pseto) – bezrezervno (potpuno) vjeran

zaljubiti se kao pseto – jako se zaljubiti

zaljubljen kao pseto – jako zaljubljen

živjeti kao pas – bijedno i loše živjeti (pod teškim materijalnim uvjetima)

PAŠA

biti pravi paša – biti vrlo bogat

živjeti kao paša – lagodno živjeti, živjeti u izobilju (u blagostanju) /o muškarcu/

PAUN

šepuriti se (napuhavati se) kao paun (puran) – držati se (ponašati se) oholo, praviti se važan, biti bahat, razmetati se /o muškarcu/

PČELA

marljiv (radin) kao pčela - jako marljiv

PETKO

ženski petko – muškarac koji se ponaša kao žensko i bavi se pretežno ženskim poslovima

PEPELJUGA

osjećati se kao Pepeljuga – skromna, marljiva žena koju se zanemaruje i iskorištava

POLOVICA

bolja (ljepša, krasna, mila) polovica – žena, supruga

jača polovica – muž, suprug

POSAO

bapska (ženska) posla – nešto o čemu ne vrijedi govoriti, prazne priče, koještarije

PRIČA

bablje (bapske) priče – pričanje puno pretjeranosti i izmišljotina, koještarije

lovačka priča – izmišljanja, pretjerivanja u prikazivanju doživljaja

PRIJATELJICA

prijateljica noći – prostitutka

PRINC

princ iz bajke – u mašti idealizirani mladić kojega djevojke priželjkuju kao svoga budućeg muža

princ na bijelom konju – muškarac o kakvom djevojke maštaju, muškarac iz mašte (snova)

začarani princ- u mašti idealizirani mladić kojega djevojke priželjkuju kao svoga budućeg muža

PTICA

jesti kao ptica (ptičica, vrabac, vrapčić) – jako malo jesti, konzumirati malu količinu hrane

lak kao ptica – brz, lagan

noćna ptica – osoba koja se noću zabavlja izvan kuće s društvom; osoba koja noću, izvan radnog vremena, obavlja dio svojih radnih obveza

PUDLICA

poslušan (pokoran) kao pudlica – ropski poslušan (pokoran, ponizan)

PUŽ

spor kao puž - veoma spor

R

RIS

ljut (bijesan) kao ris – vrlo ljut, pun ljutnje (bijesa) /o osobi/

ROB

raditi kao rob – naporno i mnogo raditi /ob. o teškim fizičkim poslovima/

ROBA

laka roba – žena lošeg, sumnjivog morala

pokvarljiva roba – iron. neudata djevojka u roditeljskoj kući

ROBLJE

bijelo roblje – žene koje se otkupom ili prijevarom odvede u hareme ili javne kuće

RUKA

ženska ruka – ženska osoba; žena koja sve sprema u kući⁸⁴

ženska ruka – 1) žena koja ima smisao za lijepo i red /osobito u tzv. ženskim poslovima/; 2) blagost, nježnost, požrtvovnost⁸⁵

RULET

ruski rulet – veliki rizik, opasnost koja prijete u teškim trenucima

RUS

ima *koga* kao Rusa (Kineza) – ima *koga* u iznimno velikom broju /o osobama/

pijan kao Rus - jako pijan

piti kao Rus – mnogo i često piti, opijati se

trošiti kao pijani Rus – mnogo trošiti

S

SAN

lijep kao san – vrlo lijep, prekrasan

SAT

točan kao <švicarski> sat – vrlo točan, točan u minutu (sekundu)

SELO

španska sela (špansko selo) – nešto potpuno nerazumljivo, nepoznato

SILA

nije turska sila – nije hitno, nije nikakva nevolja; ne treba žuriti

SIN

⁸⁴ Matešić, J. (1982). *Frazeološki rječnik hrvatskoga ili srpskog jezika*. Zagreb: Školska knjiga.

⁸⁵ Fink-Arsovski, Ž., Menac A. (2014). *Hrvatski frazeološki rječnik*. Zagreb: Naklada Ljevak.

Evin sin – čovjek, ljudsko biće, smrtnik

izgubljeni (rasipni, razmetni, bludni) sin - osoba koja je napustila svoje društvo/svoju zajednicu/obitelj i skrenula s pravog puta; čovjek koji je zabludio, koji je na pogrešnomu životnom putu

mamin sin (sinčić) – iron. mamina maza, mezimac; razmažen i nesamostalan čovjek

tatin sin – 1) sin po karakteru sličan ocu; privržen ocu; 2) razmažen mladić; onaj koji uživa privilegije pri očevu položaju

SIR

pun rupa kao švicarski sir – biti pun propusta, nedostataka

SIROMAH

siromah duhom (u duhu) - osoba malih, ograničenih umnih sposobnosti; duševno zaostao

SJENA

izgledati kao sjena – biti vrlo slab, mršav /od bolesti, od iscrpljenosti/

sjena od čovjeka – ispijen čovjek, bolesno mršav čovjek

SLIKA

lijep kao slika – vrlo lijep i zgodan, naočit

SMRT

boriti se sa smrću – biti između života i smrti, biti na samrti, umirati, izdisati

na smrtnoj postelji – na umoru, pred smrt

SMUK

napiti se kao smuk – jako se napiti

pijan kao smuk – jako pijan

piti kao smuk – mnogo i često piti

SOL

bez soli u glavi – glup, neinteligentan

imati soli u glavi – imati pameti, biti pametan

nemati soli u glavi – ne biti pametan, biti glup

s malo soli u glavi – glup, neinteligentan

SPOL

jači spol - muškarci

ljepši (krasni, nježniji, slabi, slabiji) – žene

SPUŽVA

napiti se kao spužva – jako se napiti

pijan kao spužva – jako pijan

piti kao spužva – mnogo i često piti

SRBIN

lagati kao Srbin – mnogo i često lagati

SRCE

bez srca – bezosjećajan

čista srca – 1) nevin, nedužan, pošten, iskren; 2) pošteno, iskreno

dobra (meka) srca – dobar, osjećajan, suosjećajan, pun razumijevanja

imati srca – biti dobar (velikodušan, plemenit)

široka srca – velikodušan, nesebičan, širokogrudan

tvrda srca – hladan, bezosjećajan, bezdušan, okrutan

SRNA

plaha kao srna -vrlo plaha, sramežljiva, povučena

vitka kao srna – vrlo vitka

STIJENA

čvrst kao stijena – vrlo čvrst, postojan, nepokolebljiv, čvrstih stavova

kao od stijene odvaljen – vrlo jak, snažan, dobro razvijen, atletske građe /*ob. o muškarcu*/

kršna kao stijena – stasita, snažna, lijepa

STJENICA

dosadan kao stjenica (uš, muha, krpelj) – jako dosadan, nametljiv, nepodnošljiv

STOKA

mučiti se kao stoka – raditi težak, naporan posao

napiti se kao stoka – jako se napiti

pijan kao stoka – jako pijan

STOŽINA

dug i mršav kao stožina – vrlo visok i mršav /*o čovjeku*/

STRAŠILO

izgledati kao strašilo – ružno izgledati /*o osobi*/

STUP

glup kao stup – jako glup

SUKNJA

biti pod suknjom – pokoravati se (ženi ili majci), biti nesamostalan

čuvati suknju – biti uz ženu

skrivati se iza mamine (majčine) suknje – biti nesamostalan, ovisiti o majci, biti slabić

skrivati se iza ženine suknje – biti nesamostalan, ovisiti o ženi, biti slabić

trčati (jurititi) za svakom suknjom – biti ženskar, osvajati žene

zaplesti se u ženske suknje – pasti pod ženski utjecaj, previše se baviti ženama

SUKNJICA

izvući se iz suknjice – postati momak

SUPUTNICA

životna suputnica (družica) – supruga, žena, vjenčana ili nevjenčana partnerica

SUPUTNIK

životni suputnik – suprug, muž, vjenčani ili nevjenčani partner

SVILA

mek (mekan) kao svila – jako mekan /*ob. o koži ili kosi*/

SVINJA

debeo kao svinja (prasac, prase) – jako debeo /*o osobi*/

jesti (žderati) kao svinja – mnogo, hlapljivo i nepristojno jesti

napiti se kao svinja (zvijer, životinja, smuk, deva, stoka) – jako se napiti

pijan kao svinja (zvijer, životinja, smuk, deva, stoka) – jako pijan

prljav kao svinja – vrlo prljav

udebljati se kao svinja (prasac, prase) – jako se udebljati

znojiti se kao svinja – jako se znojiti

Š

ŠERIF

lokalni šerif – lokalni moćnik, moćnik u malom (manjem) mjestu

ŠKOLA

<prava> bečka škola – 1. dobar stari način ponašanja ili djelovanja, 2. predstavnik općeprihvaćenih (tradicionalnih) vrijednosti

ŠKOT

škrt kao Škot – jako škrt

ŠLAPA

lud kao šlapa – luckast, otkačen

prost kao šlapa – nepristojan, nekulturan, neodgojen, koji se neprimjereno ponaša

ŠTAKA

mršav kao štaka – vrlo mršav

ŠVABO

kao Švabo tralala – ponavljati unedogled *nešto*

ludi Švabo – biti glup, budala

srediti *koga* kao Švabo Bosnu – upropastiti *koga*

natezati kao Švabo s gaćama – iron. ne umjeti raditi kakav posao

T

TATA

tatina kći – rastrošna i nesposobna osoba

TELE

glup kao tele – jako glup

TETRIJEB

zaljubiti se kao tetrijeb – jako se zaljubiti /o muškarcu/

zaljubljen kao tetrijeb – jako zaljubljen /o muškarcu/

TORANJ

visok kao toranj – vrlo visok /o osobi/

TRI

tri gracije – sinonim za lijepu ženu

TRLICA

mršav (tanak, suh) kao trlica – vrlo mršav

TURCI

kud svi Turci, tud i mali Mujo – kud većina, tud i manjina

TURČIN

biti gori od Turčina – karakterno najgora osoba

gladni Turci kano gladni vuci – jako gladan, proždrljiv

piti kao Turčin – mnogo (prekomjerno) piti

poturica je gori od Turčina – gori je onaj koji pristane uz koga od onoga uz koga je pristao

pušiti kao Turčin – mnogo (prekomjerno, stalno) pušiti

ruka ruci, nismo Turci – pomirimo se

TURSKI

proći kao pored turskog groblja – proći pored nekog ne obraćajući na njega
nikakvu pažnju, bez pozdrava

sjediti po turski – sjediti na podu s podvijenim nogama

turska petica –

TWIGGY

mršava kao Twiggy (Tvigica) – pretjerano mršava osoba

U

UDOVAC

slamnati (bijeli) udovac – suprug kojemu je neko vrijeme odsutna supruga

UDOVICA

slamnata (bijela) udovica – supruga kojoj je neko vrijeme odsutan suprug

UJAK

ujak iz Amerike – iznenadna sreća koja donosi blagostanje/bogatstvo

V

VENERA

džepna Venera – lijepa žena (djevojka) sitne građe i niska stasa

VJERA

pasja vjera – osoba bez karaktera, loših osobina; nepouzdana osoba

VLAH

da se Vlasi ne dosjete (ne sjete) – prikriti pravo stanje, sačuvati tajnu ili prikrivene
namjere

izmijesiti (smotati) koga kao Vlah pitu – istući, izbiti, izmlatiti *koga*

VOL

glup kao vol – jako glup /*ob. o muškarcu*/

raditi (tegliti) kao vol – naporno i mnogo raditi /*ob. o teškim fizičkim poslovima*/

VRABAC

jesti kao vrabac (vrapčić) – malo jesti

VRAG

ljut kao vrag – jako ljut /*o osobi*/

ružan kao <sam> vrag – jako ružan

zao kao vrag – jako zao, pakostan

VUK

gladan kao vuk – jako gladan

<stari> morski vuk – iskusan pomorac (mornar, moreplovac)

vuk samotnjak – usamljenik, samotnik, čovjek koji živi samotno

Z

ZEC

brz kao zec – vrlo brz

plašljiv kao zec – jako plašljiv

stari zec – iskusna, pametna osoba

tjerati zeca – provoditi raspojasan život

trčati (jurit) kao zec – vrlo brzo trčati

zečje srce – vrlo plašljiv čovjek, kukavica

ZMIJA

bijesan (ljut) kao zmija – jako/vrlo ljut

hladan kao zmija – vrlo hladan, leden

mudar (lukav) kao zmija – vrlo lukav, mudar, prepreden

siktati kao zmija – biti ljut, siktati od bijesa, tihim (suspregnutim) glasom izražavati ljutnju (bijes)

skrivati (kriti) kao zmija noge - držati u tajnosti što, skrivati od *koga, što*

ZRNO

bez zrna soli u glavi – glup, neinteligentan

imati zrno (dva zrna) soli u glavi – imati pameti, biti pametan

nemati zrno (zrna) soli u glavi – ne biti pametan, biti glup

ŽELJEZO

biti za staro željezo – biti odbačen (nepotreban, zastario)

ŽENA

blažen među ženama – okružen ženama, u ženskom društvu /o muškarcu/

javna žena - prostitutka

laka žena – žena sumnjiva morala

žena zmaj – žena koja je istovremeno i uspješna poslovna žena i majka i domaćica

ženski svijet – žene

žensko vrijeme – menstruacija

ženska glavo <!> – glupa osoba

ŽIDOV

vječni Žid – lutalicu, nemirnoga čovjeka bez domovine:

škrt kao Židov – biti škrt

ŽIVOT

pasji život – jadan (kukavan, mizeran, težak) život, život u oskudici i poniženjima

slatki život – život u dokolici i luksuzu

ŽIVOTNI

životni partner – suprug

životna partnerica – supruga

ŽIVOTINJA

raditi kao životinja – naporno i mnogo raditi */ob. o teškim fizičkim poslovima/*

12. Sažetak

Stereotipe i predrasude pronalazimo svuda oko nas pa tako i u frazeologiji. Cilj rada bio je analizirati koji se to stereotipi odražavaju u hrvatskoj frazeologiji. Naglasak je stavljen na najbrojnije, rodne stereotipe, a zatim na etničke i kulturne. Stereotipi su proučavani kao semantički talog koji motivira preneseno frazeološko značenje. Na temelju analiziranih frazema može se zaključiti da se njima najviše prikazuju negativne ljudske osobine, a iskazuje se ljudska glupost, lijenost, sklonost pušenju i alkoholu.

Ključne riječi: *frazeologija, frazem, rodni stereotip, etnički stereotip, kulturni stereotip, frazeološko značenje*

13. Naslov i ključne riječi (na engleskom jeziku)

Stereotypes and prejudices in Croatian phraseology

phraseology, phrase, gender stereotypes, ethnic stereotypes, cultural stereotypes, phraseological meaning