



## **Virág Ágnes**

Forceville monomodális és multimodális  
metaforaelmélete

## **Jávor-Szelid Veronika**

Szó – kép: A vizuális metafora  
a kognitív nyelvészet perspektívájából

**5. sz. (2017/1)**

Szerkeszti Benedek András és Nyíri Kristóf  
Edited by András Benedek and Kristóf Nyíri

BME GTK Műszaki Pedagógia Tanszék  
Budapest 2017



Virág Ágnes előadása és Jávor-Szelid Veronika koreferátuma a Képi Tanulás Műhelye 2016. okt. 6-iki összejövetelén hangzott el.

Virág Ágnes művészettörténész a Kecskeméti Katona József Múzeum Képzőművészeti Osztályának muzeológusa. Kutatása – az ELTE BTK Nyelvtudományi Doktori Iskola Kulturális Nyelvészet Programjának PhD hallgatójaként, a Kállai Ernő művészettörténészi és műkritikusi ösztöndíj támogatásával – az épített környezet fogalmának metaforikus és metonimikus reprezentációja a kortárs képzőművészetben. E-mail: agnesvirag84@gmail.com.

Jávor-Szelid Veronika, PhD, az Eötvös Loránd Tudományegyetem Angol-Amerikai Intézetének egyetemi adjunktusa. Kutatási területei: a nyelv, a kultúra és a kogníció közötti összefüggések keresése, kognitív szociolingvisztika, az érzelmek nyelve, néprajzi és vallási szövegek kognitív szemantikai vizsgálata, az amerikai angol kulturális nyelvészeti megközelítése. E-mail: jszveronika@gmail.com.

<http://vll.mpt.bme.hu> <https://www.facebook.com/SeriesVisualLearning>

Virág Ágnes, Forceville monomodális és multimodális metaforaelmélete  
Jávor-Szelid Veronika, Szó – kép: A vizuális metafora a kognitív nyelvészet  
perspektívájából  
Képi Tanulás Műhelye Füzetek / Visual Learning Lab Papers  
szerk. Benedek András és Nyíri Kristóf

© BME Műszaki Pedagógia Tanszék Képi Tanulás Műhelye 2017

© Virág Ágnes, Jávor-Szelid Veronika 2017

A kéziratok szigorú szakmai lektorálást követően kerültek elfogadásra.

Borító: Ocztos István

Budapest 2017

HU ISSN 2498-7441

ISBN 978-963-313-254-8

Virág Ágnes

## Forceville monomodális és multimodális metaforaelmélete

### 1. Bevezetés

A kognitív nyelvészeti paradigmában dolgozó nyelvészek, filozófusok és pszichológusok eleinte a fogalmi gondolkodáshoz kapcsolódó hétköznapi nyelvhasználat jellemzőit vizsgálták. A kognitív szemléletű vizuális metaforakutatások Charles Forceville 1988-as szürrealista festményeket elemző írására vezethetők vissza, amelyben Max Black, továbbá George Lakoff és Mark Johnson metaforaelméleteire hivatkozva dolgozta ki piktorális metaforaelméletét.

A szisztematikus piktorális metaforakutatások az 1990-es évek második felében kezdődtek. Forceville-hoz különböző tudományterületekről a film, a gesztus, a zene, a politikai képregény és az animáció műfajának szakértői csatlakoztak, akik kognitív eszközökkel vizsgáltak vizuális jelenségeket.<sup>1</sup> A multimodalitás kutatása mára önálló tudományterület,<sup>2</sup> amely magában foglalja annak kognitív nyelvészeti és más paradigmák szerinti – kommunikációelméleti, diskurzusanalitikai – megközelítési módjait, mégis ritka akár a kognitív nyelvészeti, akár a „multimodális” paradigmában született képzőművészeti tárgyú írás. A *Multimodal Metaphor* és a *Multimodality* című kötetek tanúsága szerint a kutatók leggyakrabban a mindennapi vizuális jelenségek értelmezésére vállalkoznak, mondjuk hétköznapi szituációkat vagy reklámokat elemezve. Írásomban arra keresek választ, hogy

---

<sup>1</sup> Charles Forceville, “Non-verbal and Multimodal Metaphor in a Cognitivist Framework: Agendas for Research”, a Charles J. Forceville és Eduardo Urios-Aparisi által szerkesztett *Multimodal Metaphor* című kötetben, Berlin: Mouton de Gruyter, 2009, 19–42. o.

<sup>2</sup> Vö. Sigrid Norris (szerk.), *Multimodality: Critical Concepts in Linguistics*, London: Routledge, 2016.

a képzőművészeti alkotások hogyan ragadhatók meg a kognitív nyelvészet fogalomtárával. Célom az elméletek összefoglalása és kritikai összevetése, amelyben a viszonyítási pont mindvégig Forceville elmélete marad.

Először a kognitív nyelvészet és a vizualitás kapcsolatát mutatom be a képiség aspektusából. A második pontban a vizuális metaforakutatás főbb állomásait veszem sorra Forceville 1988 és 2016 között megjelent, a metaforaelmélet szempontjából fordulatot jelentő cikkeinek tükrében. A képzőművészethez szorosan kapcsolódó elméleti részeket a harmadik pontban tárgyalom, ezt követően Forceville által hivatkozott, de nem kognitív nyelvész szerzők munkáját mutatom be – John M. Kennedy pszichológus, Noël Carroll művészetfilozófus és Albert Rothenberg pszichiáter –, akik képzőművészeti jelenségeket érintő írásokkal járultak hozzá a vizuális metaforakutatásokhoz.

## **1.1. Kognitív nyelvészet és vizualitás: a mentális kép**

Lakoff és Johnson szerint a metaforák gondolati jelenségek, amelyek cselekedeteinkben is megnyilvánulhatnak,<sup>3</sup> a kognitív folyamatok nem kizárólag verbális jellegűek, hanem más médiumokban is jelen vannak. A metafora két egymástól eltérő fogalmi tartományból áll: a konkrétabb forrástartományon keresztül értelmezzük az elvontabb céltartományt a két kategória elemei közötti megfeleltetések segítségével.<sup>4</sup> Az esztétikai tapasztalásra vonatkozóan megállapították, hogy a természetes dimenziók, a színek, a hangok, az alak és a textúra a fogalmi struktúra részét képezhetik, így ezek is részt vesznek a megfeleltetésekben. A művészi metaforák gestalt-képzetekben gazdagok; ezáltal új értelmezéseket és új valóságokat teremtenek.<sup>5</sup> Néhány év-

---

<sup>3</sup> George Lakoff – Mark Johnson, *Metaphors We Live By*, Chicago: The University of Chicago Press, 1980, 3. o.

<sup>4</sup> A „forrástartomány”/„céltartomány” terminológiát először egy 1983-as Lakoff–Kövecses írás alkalmazza (*The Cognitive Model of Anger – Inherent in American English*, Linguistics Department, University of California at Berkeley, 6. o.).

<sup>5</sup> Lakoff–Johnson, i. m., 235. sk. o.

vel később Lakoff és Turner már a képi metaforák (image metaphors) témáját is tárgyalja. A képi metafora esetében, mint írják, valamely részletgazdag mentális képet egy másik részletgazdag mentális képnek feleltetünk meg.<sup>6</sup> Egyik példájukban Merwin és Masson sorát idézik: „Slowly slowly rivers in autumn show / sand banks / bashful in first love woman / showing thighs.”<sup>7</sup> A víz lassan megmutatja a partot, ahogyan a vetkőztetés során a ruha felfedi a combokat. Lakoff és Turner szerint nem pusztán két kép fizikai struktúráját feleltetjük meg, hanem magát a módot is, vagyis a lassúságot is magában rejtj a két folyamat. A jellemzők – mint a homok és a hús színe – is megfeleltethetők egymásnak a képi metaforákban. A mentális képek megfeleltetésekor a forrástartomány képi-séma struktúrája megőrződik és a metafora érzékelésekor ez összhangban van a céltartomány struktúrájával.

Lakoff és Turner alapján három a mentális képpel kapcsolatos metaforatípus elkülönítésére teszek javaslatot. 1) *Képi metafora*, amelyben két mentális kép kapcsolódik össze. Itt a képi struktúrát feleltetjük meg (és nem a fogalmi tudást) a céltartománynak. A képi metaforákat részletgazdag strukturális jellemzőik miatt a kognitív metaforaelmélet megkülönbözteti egyfelől a (vázlatos) képi sémáktól és másfelől a fogalmi metaforáktól. A képi metaforák megerősíthetik vagy aktiválhatják a konvencionális fogalmi metaforákat.<sup>8</sup> Az ember és a fa képek egymásra vetítése felidézheti AZ EMBER NÖVÉNY fogalmi metaforát. A képi sémáknál hiányoznak a képi részletek: a FENT képi séma értelmezhető részletes képekkel vagy elvont fogalmakkal is. 2) A második típus *a mentális kép (forrástartomány) és az elvont fogalom* kapcsolata, amelyben a képi alapú forrástartomány a fogalmi céltartományban képet hoz létre. Például a „thoughts are summer lightnings” kifejezésben.<sup>9</sup> 3) A harmadik típusban *a mentális kép (céltartomány) és a képi séma* találkozik, amikor a képi séma for-

---

<sup>6</sup> George Lakoff – Mark Turner, *More than Cool Reason: A Field Guide to Poetic Metaphor*, Chicago: The University of Chicago Press, 1989, 89–99. o.

<sup>7</sup> „A folyó ősszel lassan-lassan megmutatja a homokos partot, az először szerelmes szégyenlős lány megmutatja a combjait”, uo. 91. o., ford. V. Á.

<sup>8</sup> Lakoff–Turner, i. m., 92. o.

<sup>9</sup> „A gondolatok nyári villámok”, uo. 94. o., ford. V. Á.

rástartományt – például a TARTÁLYT – kapcsoljuk össze a HÁZ részletes képével.

A spanyol nyelvész Rosario Caballero a képi metaforák (mentális képek) esetében kiemeli a környezet, a kontextus jelentőségét. Értelmezésében a képi metaforák gyakran kapcsolódnak a szerkezeti metaforákhoz, ilyen az építészeti szaknyelvben megjelenő AZ ÉPÍTÉSZETI GYAKORLAT RUHAKÉSZÍTÉS metafora, amelyben AZ ÉPÜLETEK TEXTILEK, AZ ÉPÍTÉSZ MAGA A SZÖVŐ. Ez szemlélteti, hogy mentális képek lehetnek részletesek és adott kontextusban kidolgozottak, tehát nem előregyártott sémák.<sup>10</sup>

## 2. Forceville metaforaelméletének alakulása

Forceville a piktorális metaforát nem mentális képhez, hanem fizikailag látható képhez kapcsolja: szürrealista festményeket, reklámokat, képregényeket, rajzfilmeket és filmeket analizál a kognitív nyelvészet eszközeivel. Első vizualitáshoz kapcsolódó cikkében, 1988-ban<sup>11</sup> Black metafora-terminológiáját használta: az A=B képletet metaforának nevezi, ha az A (keret – ez felel meg hozzávetőleg mai „céltartomány” fogalmunknak. vö. fentebb, 4-es jegyzet) és a B (fókusz – „forrástartomány”) közötti összehasonlítás nonszensz, szó szerint nem értelmezhető. A metafora elemei között feszültség jön létre, ami arra ösztönzi a befogadót, hogy A-t B-n keresztül lássa. A és B nem egy entitást jelöl, hanem tények, tulajdonságok, asszociációk komplex összefüggésrendszerét, ezért az egyirányú projekció során a B rendszerében megragadott dolgot vetítjük A rendszerére. A és B tehát különböző rendszerekhez tartoznak. A metafora nem előre meghatározott hasonlóságot ír le, hanem kreatív – akár újakat is teremt. Black megállapításaira később Lakoff és Johnson is támaszkodtak fogalmi metaforaelméletükben. Forceville a metaforákat – Lakoff és Johnson nyomán – az emberi gondolkodáshoz és a cselekedetekhez kapcsolta,

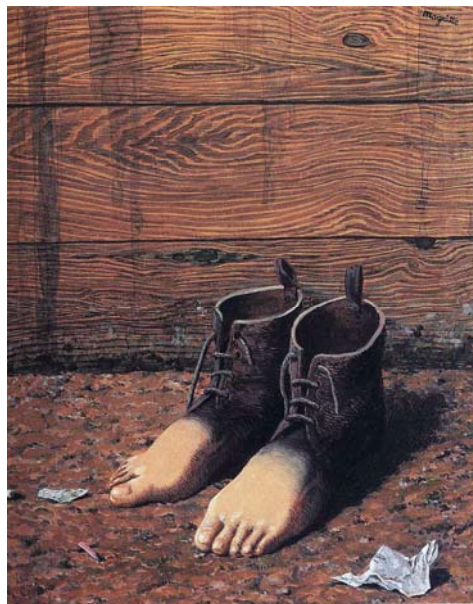
---

<sup>10</sup> Rosario Caballero, *Re-Viewing Space: Figurative Language in Architects' Assessment of Built Space*, Berlin: Mouton de Gruyter, 2006, 75–79. o.

<sup>11</sup> Charles Forceville, „The Case for Pictorial Metaphor: René Magritte and Other Surrealists”, *Vestnik* (Ljubljana), 9. évf., 1. sz. (1988), 150–160. o.

és feltételezte, hogy a metaforák nem kizárólag nyelvi, hanem fogalmi jelenségek.

Háromféle metaforatípust különböztetett meg: a verbálisat, a piktorálisat és a verbo-piktorálisat. Szürrealista képi példákkal illusztrálta a piktorális metaforatípust; elemzéseiben meghatározta a fókuszt és a keretet, és azt, hogy milyen jellemzőn működik, hogy mit tartunk fókuszban és keretnek. Szerinte a szürrealisták az összeférhetlenségre alapozták művészetüket: radikálisan különböző fókuszt és keretet hoztak összefüggésbe egymással és újszerű metaforákat alkottak. A metafora azonosításához szükségesnek tartotta a kontextus – vagyis a többi képi elem és olykor a cím – vizsgálatát. Az, hogy a képeket nem lineárisan olvassuk, nehezíti a fókusz és a keret meghatározását. Magritte *A vörös modell II.* című festményén (1. ábra) a cipők egy entitásban kapcsolódnak össze a lábakkal. Érzékelhető az



1. ábra

összeférhetlenség: tehát az, hogy ilyen dolog a valóságban nem létezik. Forceville elkezdte a *kontextust* vizsgálni, a festményen ábrá-

zolt kinti/benti környezetet, az eldobott újságot és arra a következtetésre jutott, hogy a cipők jobban illeszkednek a megjelenített háttérhez, ezért a CIPŐ a keret, míg a LÁBAK a fókusz. Azonosította A CIPŐK LÁBAK metaforát, amelyben a lábak az ember helyett állnak.

Amikor vizuális elemek kapcsolata esetén a kontextus hiányzik, akkor a *domináns entitást* kell meghatározni, és feltehetően ez a keret (céltartomány). Magritte *Az erőszak* című festményén (2. ábra)



2. ábra



3. ábra

a szemlélő először az arcot azonosítja, amely körbefogja a torzót, ezért megalkotható A NŐI ARC NŐI TEST metafora. Ha a keret és a fókusz viszonyában nincs dominancia, mint Magritte *Magyarázat* című festményén (3. ábra) az üveg és a sárgarépa között, akkor az Forceville szerint nehezen nevezhető piktorális metaforának. Később ezt a típust a hibridek egyik fajtájának, vizuális tréfának hívja.

Ha a szemlélő több piktorális metaforát is megalkothatónak vélhet egy kép kapcsán, akkor a *konvencionalitás* is perdöntő lehet a metaforaazonosításban. Hausmann *Tatlin otthon* című képének (4. ábra) értelmezésekor megalkotható AZ AGY GÉP konvencionális fogalmi metafora, vagy A KALAP GÉP újszerű metafora. Mivel a gép in-



kább a fejben van és nem a fejen, másrészt az egyik lehetséges metafora konvencionális, így inkább AZ AGY GÉP fogalmi metafora érvényesül, még akkor is, ha a háttérben van kalapos férfi.



4. ábra

Forceville szürrealista példáiban a fókusz és a keret vizuális, ezek azonosításában a dominancia, a kontextus, illetve a megalkotható metafora konvencionálisitása a meghatározó. A korai példák elemzésekor Forceville nem fejtette ki a fókusz és a keret közötti megfeleltetéseket. A metaforatípusokon kívül megemlítette a *piktorális hasonlatot*, amelyben két egymás mellett szereplő képi elem vált hasonlóvá, de azok nem válnak eggyé: Dalí *Feleségem meztelenül lépcsőkké, egy gerincoszlop három csigolyájává és épületté változik* című festményén a nő alakja hasonlít a háttérben lévő épülethez.

Egy későbbi, 1994-es cikkében<sup>12</sup> reklámok elemzésével kezdett foglalkozni, a műfajváltást azzal magyarázva, hogy a reklám célja – a figyelem felkeltése, vagy a potenciális vásárló meggyőzése – meghatározható, ezért a fogalmi metaforák direkttebbek és konkrétan azonosíthatók, mint a szürrealista festmények esetében. A pikto-

---

<sup>12</sup> Charles Forceville, „Pictorial Metaphor in Advertisements” (1994), újranyomatva a Sigrid Norris által szerkesztett *Multimodality* kötetben (ld. fentebb, 2-es jegyzet), 151–178. o.

rális metaforák funkciója lehet a figyelemfelkeltés is, azaz nem feltétlenül a reklámozott termék lényegét ragadják meg.

Metaforadefiníciójában Forceville továbbra is úgy vélte, hogy az alkotóelemek összeférhetetlensége nem jelent automatikusan metaforát. Előfordulhat, hogy az egyik elemet egy másik segítségével értelmezzük, de nem határozható meg projektált tulajdonság, vagyis képi tréfáról van szó. A pop art kollázsoknál megengedi az alkotóelemek felcserélhetőségét is, de a reklámokban kizárta azt. Forceville úgy gondolja, hogy a fizikai hasonlóságok a piktorális metaforákat sokkal inkább jellemzik, mint a verbálisakat. Az elsődleges dolog (forrástartomány) fizikai tulajdonságait az alkotó tudatosan formálja, ezért Forceville a metaforikus folyamatot szándékos akarat eredményének tartja. Szerinte ezeknek egy adott korban és koronként is eltérő elvont jelentéseket tulajdoníthatunk.

Forceville 1994-es cikkében azt a piktorális metaforát, amelynek mindkét alkotóelme vizuális, már *MP2*-nek nevezte (később monomodálisnak). Megállapította, hogy a verbális metaforáknál általában az elsődleges dolog (a céltartomány) a kérdéses, míg a piktorális *MP2* esetében a másodlagos dolog (a forrástartomány) a talányosabb. Az *MP1* típusú (később multimodális) metaforák egyik alkotóeleme vizuális, a másik a vizuálistól eltérő módon jelenik meg. A korábban verbo-piktorálisnak nevezett típust az *MP1* altípusaként határozta meg.



5. ábra



6. ábra

A reklámokban először azonosította a metaforát, majd megnevezte a projektált tulajdonságokat, például amikor egy félcipő a nyakkendő helyét foglalja el (5. ábra), azonosítja A CIPŐ NYAKKENDŐ metaforát, amelyben a „nem funkcionális szépséggel rendelkező” jellemzőt vetítjük a cipőre. Az elsődleges dolog – itt a cipő – vizuálisan jelenik meg, míg a másodlagos dolog – itt a nyakkendő – hiányozhat. Az MP2 mellett Forceville megemlíti a *piktorális metonímiát*, például amikor a csomagolás a termék helyett áll, valamint a *párhuzamot*, amikor ugyanaz a gondolat verbálisan és vizuálisan is kifejeződik. Egy reklámban olvasható az „Air France vakáció” szlogen, mellette látható egy nyugágy alakú repülőjegy. Értelmezésében itt a repülőjegy a légitársaság, míg a nyugágy a vakáció helyett áll.

Egy újabb, 2002-es cikkében<sup>13</sup> Forceville tovább finomította a metaforaazonosító eljárás kritériumait: meg kell határozni a két tartományt és azt, hogy honnan tudjuk, melyik a forrás- és a céltartomány. Majd a két tartomány közötti megfeleltetéseket fejtjük ki, ennek során a szelekcíóra vonatkozó megfigyeléseket teszünk. Írásában Forceville a *prototipikus piktorális metaforát* a reklámban előforduló metaforák alapján jellemezte: a metafora elemei nem feltétlenül összeférhetetlenek és nem mindig válnak eggyé. A két tartomány felcserélhetősége adott kontextusban nem jellemző. A szürrealista metaforákban – amelyek a piktorális metaforák hibrid típusába tartoznak és nem prototipikusak – lehetségesek a kétirányú megfeleltetések. Picasso *Pávián kölykével* című szobra kapcsán (6. ábra) azonosítható A PÁVIÁN FEJE JÁTÉKAUTÓ vagy A JÁTÉKAUTÓ A PÁVIÁN FEJE metafora. A művészetekben előforduló metaforák nem feltétlenül szándékosak, hiszen a szándékosság nagyrészt a műfaj, az alkotó és a közönség közötti viszonytól függ. A reklámokban ez a viszony fennáll, így azok sokkal inkább nevezhetők szándékosnak.

2009 után Forceville került a piktorális metafora megnevezést és a modalitások alapján monomodális és multimodális metaforákat különböztetett meg. A modalitások között tárgyalta a piktorális, az írott és a beszélt jeleket, a gesztusokat, a hangokat, a zenét, az

---

<sup>13</sup> Charles Forceville, „The Identification of Target and Source in Pictorial Metaphors”, *Journal of Pragmatics*, 34. évf., 1. sz. (2002), 1–25. o.

illatokat, az ízeket és az érintést. A *monomodális metaforákban* a cél- és forrástartomány kizárólag vagy elsősorban egy módban valósul meg, míg a *multimodális metaforák* forrás- és céltartománya kizárólag, vagy elsősorban két különböző módban.<sup>14</sup> A „kizárólag vagy elsősorban” kifejezés arra utal, hogy a metaforák tartományai kevert módokban, vagy egyszerre több módban is megvalósulhatnak, de Forceville feltételezte, hogy ilyenkor mindig van domináns mód.

Legutóbbi, 2016-os cikkében<sup>15</sup> Forceville öt metaforatípust említ, közöttük elsőként a *kontextuális metaforát*. Ha két design táskát látunk egy posztamensen a Rijksmuseumban, akkor A DESIGN TÁSKA SZOBOR metafora azonosítható, ezt megerősíti a múzeumi kontextus. Ha ez a kép egy magazinban jelenik meg, akkor érvényesülhet AZ ÁRUCIKK SZOBOR metafora. A második az *integrált metafora*, amelynek forrás- és céltartománya között nincs összeférhetlenség, emlékeztet a hibridekre, de azok fikciók, míg az integrált metaforák a valóságban is létező tárgyra utalnak. Ilyenek a design tárgyak: a jól sikerült termékmetaforák a termék funkciójához kapcsolódó forrásra irányítják a figyelmet. Egy lámpa esetén, amelyiknek a búrája az apácák fejfedőjéhez hasonlít azonosítható A LÁMPA NŐVÉR metafora. Forceville továbbra is számon tartja a már korábban tárgyalt *hibridet*, a *képi hasonlatot* és a *verbo-piktoralis metaforát*.

### 3. Forceville metaforaelméletének főbb pontjai

Forceville és a verbális médiumokat kutató kognitív nyelvészek szemlélete megegyezik abban, hogy a metafora *két elem* együttesét jelenti, az egyik a céltartományhoz, a másik a forrástartományhoz tartozik. A metaforikus folyamat adott kontextusban *egyirányú*. Forceville az egyirányúság mozzanata mellett kiemeli Blacknek azt az ismert tételét, miszerint metaforáról akkor beszélhetünk, ha a két tartomány között *minimum egy megfeleltetés* létrejön. A metaforát ugyanúgy nem

---

<sup>14</sup> Forceville, „Non-verbal and Multimodal Metaphor”, ld. fentebb, 1-es jegyzet.

<sup>15</sup> Charles Forceville, „Pictorial and Multimodal Metaphor”, a Nina-Maria Klug és Hartmut Stöckl által szerkesztett *Handbuch Sprache im multimodalen Kontext* c. kötetben, Linguistic Knowledge Series, Berlin: Mouton de Gruyter, 2016.

kizárólag nyelvi jelenségnek tartja, mint ahogyan Lakoff és Johnson sem, és persze a vizuális metaforakutatók sem, köztük a fentebb már említett Kennedy, Carroll és Rothenberg. Black kreativitástézisére hivatkozva Forceville úgy tartja, hogy a *hasonlóság* lehet már eleve létező, de létrejöhet az újszerű metaforikus gondolkodás folyamata során is. A forrástartományhoz tartozó egyéni és kulturálisan specifikus jellemzők meghatározzák azt, hogy miképpen értelmezzük a céltartományt. Forceville a kulturálisan specifikus jellemzőket a *kontextus* részének tekinti, ehhez tartoznak a cím, vagy a metafora elemei közelében ábrázolt dolgok is. A vizuális metaforák is lehetnek *konvencionálisak* vagy *újszerűek*. A tömegműfajokban gyakoriak a konvencionális metaforák, amelyet az alkotók például a forrástartomány egy kevésbé jellemző tulajdonságának kiemelése révén újszerűvé formálnak. Forceville a kreativitás három aspektusát emelte ki Lakoff és Johnson nyomán: 1) ez új megfeleltetések létrehozását jelenti, 2) a forrás több céltartományhoz is tartozhat, vagy 3) “a metafora együttműködik más kiemelkedő narratív információkkal, amelyek egy adott és gyakran erősen lokális kontextusban jelennek meg”.<sup>16</sup>

Forceville a következő négy főbb problémát vetette fel a vizualitás kapcsán: első cikkeiben még a két tartomány *összeférhetetlenségét* emelte ki és a szürrealista festményeket említette példaként. A reklámokban is, írta, ez a figyelemfelkeltés egyik legfontosabb eszköze. Ehhez képest 2002-ben Carroll “Visual Metaphor” tanulmányára<sup>17</sup> reagálva Forceville már egyértelműen elutasította az összeférhetetlenséget mint a piktorális metaforák prototipikus tulajdonságát. Elismerte, hogy az összeférhetetlenség csak a hibridek jellemzője (tegyük hozzá, hogy – bár Forceville nem mondja –, ez a kontextuális metaforákra is sok esetben igaz). Az *egyterűséget* – azt, hogy a forrás- és a céltartomány egy entitásban egyesül – elutasította

---

<sup>16</sup> Charles Forceville – Thijs Reckens, „The GOOD IS LIGHT and BAD IS DARKNESS Metaphors in Feature Films”, *Metaphor and the Social World*, 3. évf., 2. sz. (2013).

<sup>17</sup> Noël Carroll, „Visual Metaphor”, a Jaakko Hintikka által szerkesztett *Aspects of Metaphor* c. kötetben, Dordrecht: Kluwer, 1994, 189–218. o.

mint prototipikus tulajdonságot, és ezt a reklámokban megjelenő metaforákra utalva támasztotta alá. A kontextuális metaforák és a piktorális hasonlatok esetében nincs egyterűség, míg a hibrideknek és az integrált metaforáknak éppen az egyterűség az egyik legfőbb tulajdonságuk. Az egyterűség és az összeférhetlenség a szürrealista festményekre igaz, hiszen hibridek. Forceville az alkotói és a befogadói *szándékosságot* a műfaj pragmatikai funkcióihoz kapcsolja. Szerinte a műfajra vonatkozóan elvárásaink vannak, így a reklámokban például a szándékosság ismert, tudjuk, hogy a reklámkészítők meg akarnak minket győzni arról, hogy a termék jó és érdemes megvenni. A művészeti műfajoknál az értelmezés szabadabb, nem biztos, hogy egy általunk metaforának vélt jelenséget az alkotó annak szánt. Carroll ama gondolatával szemben, hogy a metafora megértéséhez az alkotó vonatkozó szándékát is feltételeznünk kell, Forceville így érvel: „az implicit és az explicit metafora-megvalósulások között kontinuum van, a művészeti műfajok nem explicitek, mégcsak nem is tudatosak vagy szándékosak”.<sup>18</sup>

2016-ban *metaforatipológiájában* Forceville az osztályokat a folyamatban résztvevő módok szerint határozza meg: vannak *monomodális* és *multimodális* metaforák. A tipológia módosítása következtében a verbális és a piktorális metaforák a monomodális metaforák csoportjába kerültek. Viszont a multimodalitás hangsúlyozása a kognitív nyelvészetben új területek felé nyitott utat: ilyenek a gesztus, zene, film, animáció, politikai képregény, és az építészeti kutatások. Forceville szerint vannak a műfajokra jellemző metaforatípusok, például – erre a gondolatára fentebb már utaltam – a hibridek gyakoriak a szürrealista munkákban, míg a reklámokban inkább a kontextuális metaforák fordulnak elő. A multimodális metaforatípusok között tárgyalja a kontextuális és verbo-piktorális metaforákat. Monomodális a hibrid metafora, az integrált metafora és a piktorális hasonlat.

---

<sup>18</sup> Forceville, „The Identification of Target and Source in Pictorial Metaphors”, Id. fentebb, 13-as jegyzet, 17. o.

## 4. Forceville elmélete és a képzőművészeti műfajok

Forceville cikkeiben utalt a művészeti műfajokra, elemzett szürrealista festményeket, szobrokat, propaganda-posztereket és kortárs műalkotásokat, például street art munkákat. A korábban tárgyalt fogalmak – az összehasonlítás, az összeférhetetlenség, az egyterűség és az újszerűség – a szürrealista festmények elemzésekor merültek fel. Forceville kritikusan viszonyult a képzőművészeti alkotásokat vizsgáló Kennedy, Carroll és Rothenberg kutatásaihoz.

Szerinte nem a kép a metafora, ehelyett úgy fogalmazott, hogy a kép metaforát foglal magában, vagy a kép arra ösztönzi a szemlélőt, hogy metaforát hozzon létre.<sup>19</sup> Egy Forceville és Clark által 2014-ben publikált tanulmány szerint a képeknek nincsen nyelvtanuk és szótáruk, ezért nem képesek kódolt információ közvetítésére. A képek jelentése nem direkt és tökéletesen nem verbalizálható.<sup>20</sup> Valamivel korábban Forceville így írt: „Az értelmezők között egyet nem értés léphet fel, ha nem veszik észre, hogy az eltérő értelmezés oka pusztán az, hogy a forrástartomány különböző tulajdonságait feleltették meg a céltartománynak. ... nemcsak a tényleges tulajdonságok, hanem az érzelmek, konnotációk, az értékrendek és a ’művésziesség’ is megfeleltethető.”<sup>21</sup>

A szürrealista festményekről született 1988-as cikkében megjegyezte, hogy a vizuális műfajok esetében hiányzik a linearitás, amely a verbális médiumok sajátja, és segít a metafora forrás- és céltartományának azonosításában. Egy vizuális alkotás esetében azonban számos dolgot úgy érzékelünk, mintha egyszerre látnánk azokat.

---

<sup>19</sup> Charles Forceville, „Why and How Study Metaphor, Metonymy, and Other Tropes in Multimodal Discourse?”, az A. S. da Silva, J. C. Martins, L. Magalhães és M. Gonçalves által szerkesztett *Comunicação, Cognição e Média* c. összeállítás I. kötetében, Braga: Universidade Católica Portuguesa, 2010, 48. o.

<sup>20</sup> Charles Forceville – Billy Clark, „Can Pictures Have Explicatures?”, *Linguagem em (Dis)curso*, 14. évf., 3. sz. (2014), 451–472. o.

<sup>21</sup> Charles Forceville, „Creativity in Pictorial and Multimodal Advertising Metaphors”, a Rodney Jones által szerkesztett *Discourse and Creativity* c. kötetben, Essex: Pearson, 2012, 116. o.

A képzőművészetet egy kategóriában tárgyalta a reklámmal, a képregényekkel, a rajzfilmekkel, az animációval, a filmmel, a gesztuskutatással, a zenével és a színházzal. Elvárásaink miatt a reklámokban a forrástartományok pozitív tulajdonságait, míg a politikai képregényekben a negatív tulajdonságokat feleltetjük meg a céltartomány elemeinek. Az animációk és a videójátékok készítői a történeteket a KIINDULÓPONT–ÚT–CÉL képi séma szerint határozzák meg. A képregények AZ ÉRZELMEK ERŐK metaforára építenek, miközben a filmek az X EGY UTAZÁS konvencionális metafora szerint működnek.<sup>22</sup>

Forceville szerint a festmények ritkábban tartalmazznak metaforákat, mint a direkt műfajok, például a propaganda-poszterek. Egyik példája az *Omahyra tövisei* című kép, ami egy vérző alkart mutat egy töviskoszorúra emlékeztető karkötővel. Forceville értelmezésében a metafora: A KARKÖTŐ TÖVISES TÁRGY. A karkötő a szépséget, míg a tövises tárgy a krisztusi szenvedéstörténetet idézi fel. Forceville szerint: „Omahyra a szépségét a szenvedés formájában mutatja meg.”<sup>23</sup> Másik példája Banksy egyik hídra festett monokróm fekete street art munkája (7. ábra). Látjuk, hogy egy kisfiú tűt horgászott ki a folyóból. Forceville itt A HAL FECSKENDŐ metaforát azonosította, amelyben a megfeleltetett tulajdonság a „mérgező természet”.<sup>24</sup>

Forceville szerint a szimbólumok vagy az allegóriák tipikusak a vizuális művészetben. Lakoff és Johnson nyomán feltételezi, hogy a „szimbólum egyfajta speciális metonímia”<sup>25</sup>. Ezt így magyarázza: „a B szimbólumot egy adott szubkulturális közösség úgy értelmezi, hogy A helyett áll: rózsza a szerelem helyett, kereszt a szenvedés helyett, koponya a halál helyett, homokóra a halandóság helyett. ... B metonimikusan kapcsolódik A-hoz”.<sup>26</sup> Forceville úgy véli, hogy „a

---

<sup>22</sup> Forceville, „Why and How Study Metaphor...”.

<sup>23</sup> Uo. 51. o.

<sup>24</sup> Uo.

<sup>25</sup> Forceville–Reckens, i. m. (ld. fentebb, 16-os jegyzet).

<sup>26</sup> Charles Forceville, „Metaphor and Symbol: SEARCHING FOR ONE’S IDENTITY IS LOOKING FOR A HOME in Animation Film”, *Review of Cognitive Linguistics*, 11. évf., 2. sz. (2013), 251. o.





7. ábra

legtöbb szimbólum a metonímiában gyökerezik ... a szimbólumban egy fogalom metonímiája kiugróvá válik a fogalom más metonímiáinak rovására, és ez a privilegizált metonímia önmagában elegendő ahhoz, hogy felidézze a fogalmat még minimális kontextussal, vagy a kontextus hiánya nélkül is. ... a szimbólum inkább metonímia-, mint metaforatípus.”<sup>27</sup>

Forceville megpróbált magyarázatot adni arra, hogy mi lehet a művészettörténeti és kognitív nyelvészeti diszciplínák közötti távolság oka:

a multimodális diskurzus területének kutatói kiaknázhatják az interdiszciplináris területek metaforakutatói által végzett munkát, akik gyakran a szemiotika területén képzettek voltak. A szemiotika – amely az 1960-as és 1970-es években nagy hatással bíró strukturalizmusban gyökerezik – érdeme, hogy első diszciplínaként tartósan kutatta a non-verbális kommunikációt,

---

<sup>27</sup> Uo.

amennyiben nem számítjuk a művészettörténetet, amelynek szükségszerűen mindig sokkal korlátozottabb fókusza volt.<sup>28</sup>

A megállapítás magyarázatát egy másik cikkében fejt ki: „A szimbolika tanulmányozásának régre visszavezethető hagyománya van a művészettörténet-tudományban, amely eddig nem kapcsolódott a kognitív metaforaelmélethez, és az sem foglalkozott a művészettörténettel, ami nem meglepő, hiszen a kognitív metaforaelmélet előszeretettel tanulmányozta a nem szó szerinti gondolkodás verbális manifestációit.”<sup>29</sup> Hadd tegyem hozzá: a szemiotikai<sup>30</sup> és a pszichológiai<sup>31</sup> vizsgálatok, amelyek a nyelvészetben és a művészettörténetben is jelentősek, hozzájárulhatnak ahhoz, hogy a kognitív nyelvészet és a művészettörténet közelebb kerüljön egymáshoz.

## 5. Vizuális metaforakutatások

### 5. 1. Kennedy: A verbális metaforák és képi párhuzamaik

Kennedy a képi metaforákat a verbális alakzatok mintájára vizsgálta, és a következő kérdésekre keresett válaszokat: „Milyen metaforák jelennek meg a képekben? ... Minden verbális metaforának vannak képi metaforikus megfelelői? Vannak olyan képi metaforák, amelyeknek nincsenek verbális megfelelői?”<sup>32</sup> Kennedy, mint jelzi, Richards metaforaterminológiáját használja, amelyben a vehicle (forrástartomány) segít értelmezni a tenort (célstartomány).

A képeket két csoportra osztotta: az elsőbe a szó szerinti értelmezés által megragadhatóak, a másodikba a metaforikusak vagy el-

---

<sup>28</sup> Vö. Forceville és Urios-Aparisi előszavát 2009-es kötetükben (ld. fentebb, 1-es jegyzet). 5. o.

<sup>29</sup> Forceville, „Metaphor and Symbol”, 250. o.

<sup>30</sup> Vö. a Donald Preziosi által szerkesztett *The Art of Art History: A Critical Anthology* kötet (Oxford History of Art, Oxford: Oxford University Press, 2009) 5. fejezetével (216–269. o.): „Mechanisms of Meaning”.

<sup>31</sup> Vö. Sari Kuuva, *Content-Based Approach to Experiencing Visual Art*, Jyväskylä: University of Jyväskylä, 2007.

<sup>32</sup> J. M. Kennedy, „Metaphor in Picture”, *Perception* 11 (1982), 589. o.

vont jelentéssel bíró képek tartoznak. A retorikai szempontok szerint a metaforák altípusaiként tárgyalja az olyan alakzatokat, mint az allegória, az antiklimax, a katakrézis, a klisé, az eufemizmus, a hendiadisz, a hiperbola, a litotész, a meiózis, a metonímia, az oximoron, a paranomázia, a gúny (persiflage), a megszemélyesítés és a prolépszis. Black, továbbá Paivio és Begg<sup>33</sup> nyomán Kennedy ezekhez hozzátette az allúziót, amelyet az allegóriával, és a szinekdochét is, amelyet a metonímiával hozott összefüggésbe.

Úgy vélte, hogy vizuális litotész nem létezik, mert vizuálisan lehetetlen tagadással igenlést kifejezni, például azt, hogy „Nem rossz!”, és megállapította, hogy a vizuális médiumokban nehéz megkülönböztetni a meiózist és a hiperbolát. Új jelentésben vezette be úgymond a rúnát, amely a képregények és az animációk szereplőinek mozgását vagy érzelmi állapotát fejezi ki, de kapcsolódhat az időjáráshoz is, ilyenek például az esőt jelző vonalak a háttérben. Szerinte a fizikai valóságot imitáló rúnák szószerintiek, míg az érzelmi állapotot kifejezők metaforikusak és kulturálisan specifikusak. Hozzátette, hogy a rúnákat nem tudjuk verbálisan kifejezni. Forceville átvette a rúna fogalmát és az Asterix album vizsgálatán keresztül rendszerbe foglalta a lehetséges típusokat.

Kennedy a metaforáktól elkülönítette és vizuális hasonlatként értelmezte azokat a vizuális metaforákat, amelyeket Aldrich és Rothenberg határozott meg. Rothenberg a Rembrandt önarcképein megjelenő kalap és száj ívének fizikai hasonlóságára figyelt fel. Az utóbbit Forceville metonimikus alapú monomodális metaforaként fogadja el, amelyben a kalap az apostol vagy a király szerepkör helyett áll. A fizikai hasonlóság miatt a SZEREPKÖR forrástartományon keresztül értelmezzük az EGYÉN céltartományt.

Forceville nem fogadja el Kennedy metaforafogalmát, és szerinte utóbbi félreértette Richards elméletét, amikor metaforikus alakzatként vizsgálta az oximoront, a hiperbolát, az allúziót, a metonímiát és más alakzatokat, amelyeket Forceville a metaforától eltérő kognitív folyamatokként tárgyal. Ha Forceville szemével vizsgáljuk Ken-

---

<sup>33</sup> Allan Paivio – Iain Begg, *Psychology of Language*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1981.

nedy példáit, akkor megállapítható, hogy többségében fogalmi metaforáról és fogalmi metonímiákról van szó. Például a keresztrefeszítés jelenete a Central Parkban, modern öltözékben, amely Kennedy szerint allegória, Forceville fogalomrendszerében metonimikus alapú kontextuális metafora, amelyben föltehetőleg a MODERN KÖRNYEZET forrástartomány másképpen láttatja a KERESZTREFESZÍTÉS céltartományt. A szimbolikus keresztrefeszítés állhat a mai példamutató ember helyett, aki képes az áldozathozatalra. A megfeleltetett tulajdonság, a „közelség”, vagyis az érték a mindennapokban, a hétköznapi emberek között is jelen van, és mi magunk is válhatunk példamutató emberekké. Kennedy másik példájában egy kölyökmagazinból ismert figura kerül egy papokat és hívőket ábrázoló görög templomi muráliára. Kennedy értelmezésében ez antiklimax, Forceville felfogásában ez kontextuális metafora, amelyben a GÖRÖG KULTÚRA forrástartományon keresztül látjuk a céltartomány GYERMEKSZTÁRT. Pozíciójától, gesztusaitól függően felfoghatjuk őt úgy, mint aki a pap helyett áll. Ebben az esetben a múltbeli és a jelenkori „vezetői képességek, tömegeket befolyásoló attitűd” a két tartomány közötti megfeleltetett tulajdonság. Kennedy említette a megszemélyesítést, amelyet Forceville a metaforák között tárgyal, a LÉTEZÉS NAGY LÁNCA metafora részeként.

Kennedy egyik példája a képregényekben megjelenő nagyfejű gyerek, amely szerinte klisé, felfogható metonímiaként: a nagy méret a gyerektest arányrendszerét jelképezi, így a gyerekekre jellemző prototipikus tulajdonságként egy test aránytalanul nagy fejjel valószínűleg a gyerek helyett áll. Kennedy Richards példájával illusztrálta az eufemizmust, azt, amikor a fügelevél a finomkodás jelképévé válik. Kognitív nyelvészeti paradigmában értelmezve a metonimikus oksági viszony folytán a fügelevél a szégyen helyett áll.

Kennedy és Forceville tipológiája különböző alapokon nyugszik. Míg Kennedy a verbális retorikai alakzatok képekben megjelenő párhuzamait kereste, addig Forceville tipológiájának alapja a modalitás, és ő a kognitív nyelvészeti metaforadefiníciót használja. Mindketten hasonló jelenségeket vizsgáltak eltérő diszciplínákban. A tudományterületekből adódó különbségek helyett érdemes a figyelmet a hasonlóságokra fordítani, amit Forceville megpróbált azzal,

hogy a rúnákat vizsgálta. Kennedy munkája a teljes elutasítás helyett érdemes a kognitív nyelvészeti felülvizsgálatra.

## 5.2. Carroll: Vizuális hibridek

Csakúgy mint Kennedy és Forceville, Carroll a vizuális metaforákat a verbális metaforák mintájára képzelel el: „ahogyan a verbális metaforák gyakran az azonosságon alapuló grammatikai struktúrákon keresztül jönnek létre – amit léteigével vagy egymás mellé helyezéssel fejezünk ki – úgy a piktorális metaforák a képek vagy más vizuális dolgok azonossága által segítik elő azt, hogy a szemlélő metaforikus folyamatot érzékeljen.”<sup>34</sup> A vizuális metaforák szerinte olyan szimbólumok, amelyeket perceptuálisan, a látás által fogunk fel. A vizuális és a verbális metaforák közötti strukturális hasonlóság vizuálisan abban nyilvánul meg, hogy a forrás- és a céltartomány fizikailag egy entitássá alakulnak, amelyet Carroll egyterűségnek nevez.

Feltételezi, hogy a vizuális metaforák az olyan művészeti médiumokban is megjelenhetnek, mint a festészet, a fotóművészet, a szobrászat, a videó-, a színház- és a táncművészet. Tanulmányában rákérdez arra, hogyan azonosíthatók a vizuális metaforák, mi a céljuk és milyen tulajdonságaik vannak.

Carroll a vizuális metaforák szükségszerű tulajdonságának tartja az egyterűséget, az alkotóelemek összeférhetlenségét és az alkotó szándékát, és megengedi a kétirányúságot a forrás- és a céltartomány között.<sup>35</sup> Az elemek közötti interakció az alakon, a formán, a tartalmon vagy a színen keresztül jön létre.<sup>36</sup> Az expresszív minőségeket – például a méretek eltúlzását – nem tekinti vizuális metaforának. Carroll szerint a tartományok közötti anomália csak akkor lehet vizuális metafora, ha ennek heurisztikus értéke van.<sup>37</sup> Továbbá nem minden ábrázolás idéz fel konkrét dolgot, például a szocialista

---

<sup>34</sup> Carroll, „Visual Metaphor” (ld. fentebb, 17-es jegyzet), 198. o.

<sup>35</sup> Uo. 203. o.

<sup>36</sup> Vö. D. A. Serig, *Visual Metaphor and the Contemporary Artist: Ways of Thinking and Making*, Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller, 2008, 22. o.

<sup>37</sup> Carroll, i. m., 210. o.

realista képeken megjelenő munkások a proletariátusra mint osztályra utalnak.<sup>38</sup> Kijelentéseit hat példával támasztja alá: 1) Magritte *Az erőszak* című festményére vonatkozóan AZ ARC EGY TORZÓ vagy A TEST EGY ARC metaforát állapítja meg. 2) Picasso *Pávián és a kölyke* című szobrát A PÁVIÁN FEJE EGY AUTÓ vagy A KORSZAK AUTÓI MAJOMFEJEK metaforák szerint értelmezi. 3) Ray *Ingres hegedűje* című fotókollázsa elgondolható az INGRES ODALISZKJEI HEGEDŰK vagy A HEGEDŰK ODALISZKEK metaforák alapján. 4) Oldenburg *Az írógép pite* című akvarellje kapcsán AZ ÍRÓGÉPEK PITÉK vagy A PITÉK ÍRÓGÉPEK metaforákat azonosítja. 5) Bosch *Szent Antal megkísértése* című festményén (8. ábra) AZ EMBER DISZNÓ metafora viszont nem megfordítható. 6) Lang *Metropolis* című filmjének egyik jelenetében (9. ábra) kizárólag A GÉP SZÖRNY (MOLOCH) metafora fogadható el, fordítva a folyamat nem értelmezhető.



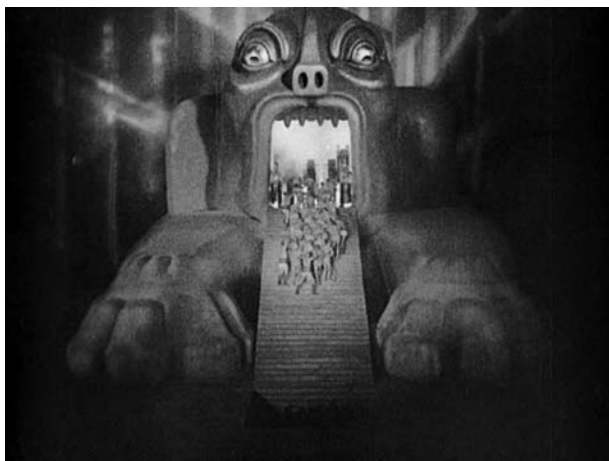
8. ábra

Forceville a carroll-i kritériumokat nem fogadta el prototipikus jellemzőkként, és kijelentette, hogy ezek a vizuális hibridek tulajdonságai, azzal a kiegészítéssel, hogy a forrás- és a céltartomány között legalább egy megfeleltetés szükséges. Ha ez nem teljesül, akkor piktorális tréfáról van szó. Forceville szerint Magritte *Az erőszak* című képén nincs piktorális metafora, annak ellenére, hogy 1988-as cikkében még úgy határozta meg, hogy a fej a keret (céltartomány) és

---

<sup>38</sup> Uo. 200. o.

a test a fókusz (forrástartomány). Carroll kritériumai arra vezethetők vissza, hogy a szürrealista vizuális médiumokban megjelenő metafo-



9. ábra

rákat tekintette prototipikusnak. Forceville egyetért Carroll-lal abban, hogy monomodális piktorális metafora esetén mindkét tartomány vizuális és Kennedy vizsgálataihoz képest előrelépésnek nevezi azt, hogy Carrollnak sikerült elszakadnia a verbális módtól, továbbá bizonyította, hogy a vizuális metaforák kortól és műfajoktól függetlenül jelen vannak a vizuális médiumokban.

### 5.3. Rothenberg: Rembrandt metaforikus önarcképei

Rothenberg Rembrandt önarcképeit elemezte és empirikus kísérletekkel bizonyította, hogy a festő megalkotta a szelf piktorális vagy vizuális metaforáját (p/v)<sup>39</sup>, amellyel új művészi műfajt hozott létre. Szerinte a metafora kognitív, kreatív, egyterű folyamat eredményeként jön létre, amelyben két vagy több különböző entitás foglalja el ugyanazt a mentális teret, és ez új identitások létrejöttéhez vezet.<sup>40</sup>

---

<sup>39</sup> Albert Rothenberg, „Rembrandt’s Creation of the Pictorial Metaphor of the Self”, *Metaphor & Symbol*, 23. évf., 2. sz. (2008), 112. o.

<sup>40</sup> Uo. 108–112. o.

Az entitások egymás fölé vagy egymás közé helyeződnek ugyanabban a szubjektív módon megtapasztalt térben azért, hogy kreatív metaforákat hozzanak létre.<sup>41</sup> A képzőművészetben a forma, a tartalom és a technika együttese határozza meg az esztétikai metaforát,<sup>42</sup> ami hasonló a költészeti metaforákhoz, hiszen a szerkezeti és a tartalmi szempontok ezekben is egyszerre működnek.<sup>43</sup> Rothenberg a metafora lényegét a két elem közötti interakcióban és interanimációban határozta meg. Black példái közül AZ EMBER FARKAS metaforát említette, amelyben az ember farkasszerűvé, a farkas pedig ember-szerűvé válik. Értelmezésében az integráció különálló, de azonosítható elemeket hoz összefüggésbe, az interakció viszont létrejöhet a strukturális és a tartalmi elemek között is. Például Plath egyik verssorában – „How long can my hands / Be a bandage to his hurt?”<sup>44</sup> – megjelenő asszonánc strukturális jellemzőként hozzájárul a lágyság kifejezéséhez.

A költészettől eltérően a vizuális művészetekben a metafora elemei közötti kapcsolatok ábrázolásként jelennek meg, ugyanis hiányoznak a rímek és a refrének nyújtotta lehetőségek. Rothenberg szerint a megfeleltetés alapja lehet a közelség, a színek és a formák egymásmellettsége. A formai és a tartalmi elemek ismétlése is gyakran hoz létre relációt, amelyek adott kontextusban jelentésteremtők. Rothenberg Aldrichnak tulajdonítja a „vizuális metafora” kifejezést. Aldrich rámutatott arra, hogy Kokoschka egyik festményén az egymás mellett lévő ház és hegy vizuálisan és fogalmilag is kapcsolódnak egymáshoz. A hegy házszerű, miközben a ház hegyszerű karaktert kap. Az egymáshoz közeli színek és a kompozíció ismétlése expresszív vizuális és pszichológiai interakciókat generál, amelyek szándékos esztétikai metaforának minősülnek. Amikor az ismétlést, ellentétet, vagy egymás mellé rendelést a tárgy kíséri, mint Aldrich példájában, akkor érzelmi és konnotatív kognitív kifejezés jön létre.

---

<sup>41</sup> Uo. 125. o.

<sup>42</sup> Uo. 110. o.

<sup>43</sup> Vö. Raymond Gibbs – Gerard Steen, „Questions about Metaphor in Literature”, *European Journal of English Studies*, 8. évf., 3. sz. (2004), 337–354. o.

<sup>44</sup> „Meddig lehet a kezem kötszer a sebére?”, ford. V. Á.



A költői szelf metaforákhoz hasonlóan – amelyek személyes és visszaható névmásokkal kifejezhetők – Rembrandt önarcképei is megjelenítik a személyest és az általánost. Rothenberg szerint ez így verbalizálható: „a művész szent és transzcendens”, „én mint művész nemes vagyok”, „a művészet harcos”, „a művészet mindenki”, vagy „a művészet állandó”. Úgy vélte, hogy a szándékos esztétikai metaforák érzelmeket és ideákat fejeznek ki a művészetről és a művésztől. Az érzelmek leírásához az arc egésze, vagyis a teljes kontextus szükséges. A száj érzelemgazdagságát meghatározza, hogy mindkét oldalán húsz-húsz izom van, az obicularis oris mellett, míg az orr környékén összesen hat, a homloknál pedig nyolc izom található.<sup>45</sup> Azaz, hogy Rembrandt a száj és a kalap vonalát újra és újra összekapcsolta (10. ábra), új műfajt teremtett. Rothenberg ezt a feltevését



10. ábra

empirikus módon is tesztelte: két művészeti szakembert kért meg arra, hogy portrékat értékeljenek a kalap vagy a haj és a száj vonalának összefüggésére vonatkozóan. A résztvevők a Rembrandt portrék

---

<sup>45</sup> Rothenberg, i. m., 113–117. o.

esetében a képek több mint felénél érzékelték hasonlóságot, míg más festők munkáinál csak tíz százalékban vélték úgy, hogy hasonlóság mutatkozik a két ív között.

Rothenberg úgy gondolta, hogy az egyterű kreatív folyamatot gyakran alkalmazzák az alkotók, például Ray, Magritte, Picasso és Oldenburg. Ehhez képest Schwartz<sup>46</sup> arra mutatott rá, hogy da Vinci *Mona Lisa* portréján egymás fölé rendelte a férfi – maga Leonardo, vagy az apja – és a nő arcképét. Richardson és Palau<sup>47</sup> pedig azt mutatták be, Picasso hogyan helyezte egymásra *Gertrude Stein* portréján Fontdevila csempész arcképét és Stein portréját.

Forceville abban egyetértett Rothenberggel, hogy Rembrandt önarcképei metonimikus alapú monomodális metaforák: „Amennyiben a fejfedők speciális szakmák vagy szerepek tipikus kellékei, úgy Rothenberg a következőképpen érvel – ezek egy-egy forrástartomány metonimikus kulcsai, míg a száj a céltartományhoz kapcsolódik. A száj és a fejfedők közötti formális hasonlóságok olyan metafora létrejöttét eredményezik, ami a REMBRANDT APOSTOL és a REMBRANDT KIRÁLY metaforákon keresztül verbalizálható.”<sup>48</sup> Rothenberg nem ilyen konkrét, ő óvatosan annyit mondott, hogy a festő mint szerep az apostol szerephez köthető, így „a művészet vallás” verbalizálható lehet. A „művész” hívható Rembrandtnak, és ugyanakkor az „apostol” hívható „Pál apostolnak”. Megerősítette, hogy a művészet, a művész szerepe és az ábrázolt forrás összefüggenek egymással.<sup>49</sup> Rothenberg nem használta a metonímia terminust.

## 6. Összefoglalás

A jelenlegi kognitív nyelvészeti kutatások a monomodális és a multimodális folyamatokat egyaránt vizsgálják. Nincs egybehangzó el-

---

<sup>46</sup> Lilian F. Schwartz, „Leonardo’s Mona Lisa”, *Art & Antiques*, 1987. január. Vö. <http://lillian.com/art-analysis>.

<sup>47</sup> John Richardson, *A Life of Picasso*, I. köt., New York: Random House, 1991; és Josep Palau i Fabre, *Picasso: The early years, 1881-1907*, New York: Rizzoli, 1985.

<sup>48</sup> Forceville, „Why and How Study Metaphor...”, 50. o.

<sup>49</sup> Rothenberg, i. m., 124. o.

mélet arra vonatkozóan, hogyan írható le a vizuális tartományt magában foglaló metafora. Ezt jelzi a Forceville valamint Šorm és Steen kutatópáros közötti párbeszéd is.

Šorm és Steen a metaforaazonosítás és -értelmezés folyamatát próbálják meghatározni.<sup>50</sup> Nem fogadják el Forceville módszertanát, a kép üzenetére vonatkozó direkt rákérdezést, helyette azt kérik a résztvevőktől, hogy mondják el, mire gondolnak a kép láttán. Nem tartják jó technikának az írásbeli tesztet sem, mert abban az előzőleg leírtak befolyásolhatják a gondolkodást, az írás egyébként is megszakítja a kép és a gondolkodás összjátékát. Szerintük Forceville mindent a reklámokban előforduló metaforák alapján ítél meg és túlzónak tartják azt is, hogy egy-egy műfajra vonatkozó előfeltevés ennyire direkt módon befolyásolná a metaforákat. A festményekkel kapcsolatban szerintük nem támaszthatók ilyen elvárások. (Hadd tegyem hozzá, hogy ezt Forceville is elismerte, éppen ezért tért át a szürrealista festmények vizsgálatáról a reklám műfajára.) Kutatásukat a hibrid metafora-típusra alapozták. Négy műfajban – reklám, politikai képregény, festmény és oktató illusztráció – választottak ki három-három képet és minden képnél feltüntettek verbális információt is. Empirikus kísérlettel bizonyították, hogy a műfajokra vonatkozó elvárásaink befolyásolják az értelmezés kontextusát; továbbá kontextuális jelentőségűek és hozzájárulnak a metafora azonosításához a verbális elemek is. Forceville válaszcikkében<sup>51</sup> kifejtette, hogy Šorm és Steen megközelítését elhibázottnak tartja, mert nem különböztették meg a monomodális és a multimodális metaforákat, másrészt a metafora-elemek összeférhetetlenségéből indultak ki, csakúgy mint Kennedy, Carroll, vagy Rothenberg. Carrollhoz hasonlóan három szürrealista képpel dolgoztak, így a festészet műfajára vonatkozóan igazán nem vonhattak le következtetést.

---

<sup>50</sup> Ester Šorm – Gerard Steen, „Processing Visual Metaphor: A Study in Thinking Out Loud”, *Metaphor and the Social World*, 3. évf., 1. sz. (2013), 1. o.

<sup>51</sup> Charles Forceville, „Pictorial and Multimodal Metaphor”, a Nina-Maria Klug és Hartmut Stöckl által szerkesztett *Handbuch Sprache im multimodalen Kontext* c. kötetben, Linguistic Knowledge Series, Berlin: Mouton de Gruyter, 2016, 1–21. o.

Forceville monomodális és multimodális metaforaelmélete összeegyeztethető a verbális kognitív nyelvészeti eredményekkel. Metaforatipológiáját szemléletes példákkal támasztja alá. Szerinte érdemes lenne a műfajokat külön-külön mélyrehatóan vizsgálni azért, hogy összehasonlíthassuk a vizuális és a verbális alapokon felállított fogalmi metaforákat.

Forceville elemzései rendszerint egy-egy elméleti problémára fókuszálnak, ilyen például a multimodalitás a dinamikus reklámokban, vagy AZ ÉLET UTAZÁS metafora megjelenése bizonyos animációkban. Példái ennél fogva egy-egy elmélet illusztrációi maradnak. Ami számomra hiányzik a megközelítéseiből, az a történeti kontextus: sem a reklámtörténettel, sem a vizualitás, sem a technológia történetével, sem a reklámkészítő személyével, vagy annak közegével nem foglalkozik. Az elemzések megmaradnak az érzékelhető metaforák és metonímiák, valamint a hétköznapi befogadás szintjén. A reklámok közötti összefüggések vizsgálatakor nem érinti az egy-egy termékcsaládon belüli viszonyokat, vagy az adott korszak viszonyait. Megkérdőjelezhetőnek tartom azt a Forceville által meghatározott metaforaérezkelő folyamatot, amelyben a tárgyalt alkotás kapcsán rendszerint egyetlen metafora azonosítását végzi el.

Úgy vélem, hogy a metaforatipológia mellett érdemes lenne az elemzések módszertanának kidolgozására helyezni a hangsúlyt annál is inkább, mert a kijelölt cél – a különféle műfajok közötti összehasonlítás – így válna lehetségessé. A 2009-es *Multimodal Metaphor* című kötet példa arra, hogy a kutatók rendszerint egyéni, intuitív módon végzik az elemzéseket, ami aligha teszi lehetővé a komparatív megközelítést.

*Jávor-Szelid Veronika*

## **Szó – kép: A vizuális metafora a kognitív nyelvészet perspektívájából**

Amikor elvont fogalmakról gondolkodunk, képsorokat látunk magunk előtt, amelyeken alakok, színek, tárgyak jelennek meg kicsit megfoghatatlanul, sokszor furcsán elmosódva. Talán úgy, mintha filmkockákat látnánk Monet kései festményeiről, amelyek alkotásakor már nagyon gyengén látott a mester. A valóság ezeken a képeken nem a maga konkrétságában mutatkozik meg, hanem annak bizonyos elemei kapnak hangsúlyt: nem annyira a formák, sokkal inkább a színek és a fény-árnyékviszonyok azok, amelyek átvitt jelentést hordoznak. Ha elvont gondolatainkat, érzéseinket, vágyainkat ki akarjuk fejezni, akár kép formájában vetjük vászonra őket, akár szavakba öntve papírlapra, valami olyasmi történik velünk, mint a rövidlátó Monet-val: az előttünk kitárulkozó világ valamelyik szeletét használjuk fel ahhoz, hogy rajta keresztül el tudjuk mesélni, mi zajlik le bennünk. Lehet, hogy nem éppen a színek és a fények, hanem egy-egy létező személy vagy tárgy alakja, felépítése, anyaga, hőmérséklete, hangja, illata, mozgása lesz az, ami motiválja alkotó tevékenységünket. Attól függetlenül, hogy milyen alkotói módot választunk gondolataink közlésére, hasonló konceptuális folyamatok zajlanak le bennünk: közülük legmeghatározóbbak a konceptuális metaforák és metonímiák, amelyeket szisztematikusan először George Lakoff és Mark Johnson mutatott be *Metaphors We Live By* című úttörő könyvében.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Chicago: The University of Chicago Press, 1980.

# 1. Szöveg – kép: azonos motiváció

## 1.1. Testesültség

A kognitív metaforák és metonímiák testi tapasztalatainkban gyökeresnek, amiket ún. képi sémákban raktározunk el magunkban. Ilyen például a test tartályként való konceptualizálása. A „tartály” képi séma alapvető fontossága olyan mindennapi tapasztalatainkból ered, mint például az érzelmek fiziológiai hatásai. Amikor valamilyen érzelmet élünk át, testünkben változások zajlanak le. Ha dühösek vagyunk, szívünk gyorsabban dobog, megizzadunk, felmegy a vérnyomásunk, bensőnkben feszültséget érzünk. Ez hozza létre a DÜH TARTÁLYBAN LÉVŐ FOLYADÉK konceptuális metaforát, amely a legtöbb eddig kutató kultúrában jelen van, tehát közel univerzálisnak mondható.<sup>2</sup> A magyar nyelv sok kifejezésében tükröződik ez (*majd' szétrobbanok, pattanásig feszültek az idegeim, kiborult a bili, stb.*), de



1. ábra

ez alapján értjük meg különösebb magyarázat nélkül az 1. ábrán lévő kép jelentését is. A Lakoff és Johnson által leírt konceptuális metaforák nagyrészt képi sémákra épülnek. Lényegük az, hogy egy elvont fogalmat (céltartomány) egy megfogható, konkrét dolog (forrástarto-

---

<sup>2</sup> Ld. Kövecses Zoltán – Szelid Veronika – Nucz Eszter – Olga Blanco-Carrión – Elif Arica Akkók – Szabó Réka, „Anger Metaphors across Cultures”, a Roberto R. Heredia és Anna B. Cieslicka által szerkesztett *Bilingual Figurative Language Processing* c. kötetben, New York: Cambridge University Press, 2015, 341–367. o.

mány) segítségével értünk meg. A konceptuális metonímiák esetén egyetlen konceptuális tartomány van jelen, pl. az érzelem egyik testi jeléből következtethetünk az érzelemre: KIPIRULÁS A DÜH HELYETT. A metafora és metonímia tehát a korábbi felfogással ellentétben nem díszítőelem, aminek használata a művészek kiváltsága, hanem gondolkodásunk alapvető része. Ez azonban nem zárja ki azt, hogy a művészek által használt metaforáknak összehasonlíthatatlanul nagyobb erejük van. A költői nyelvben például ez különféle nyelvi konstrukciós eljárásoknak köszönhető (pl. kiterjesztés, kidolgozás, komponálás stb.)<sup>3</sup>. És mivel nincs a fejünkben olyan különálló nyelvi modul, ami a többi mentális tevékenységünktől elzárva működne, feltehetően képi reprezentációinkat is ugyanazok a kognitív folyamatok irányítják, mint nyelvünket.

## 1.2. Kontextus

Ha a testesültség lenne az egyedüli motivációja a metaforák létrejöttének, hogyan lenne lehetséges az, hogy mindenki egy kicsit másképp önti formába gondolatait egy adott kultúrán belül is, nem beszélve az eltérő nemzetek, kultúrák eltérő kifejezőmódjáról? Ebben egy olyan fontos tényező játszik szerepet, ami épp a variálódás irányába viszi gondolati struktúráinkat, és ez a kontextus.<sup>4</sup> A kontextus rendkívül sokrétű: hozzá tartozik a közvetlen fizikai, szociális, kulturális környezet, szöveg esetén a diskurzusban részt vevő entitásokról való tudásunk és a nyelvi környezet is. Nem szabad megfeledkezni arról sem, hogy az alkotó és a befogadó más-más kontextussal rendelkezik. Tehát egy adott kultúrán belül is lehetséges, hogy a befogadó számára más üzenetet rejt magában egy alkotás, mint amit az alkotója üzeni szándékozott általa.

Lássunk egy példát a fizikai környezet fontosságára szövegek és képi reprezentációk egymás mellé állításával. Martínez Shake-

---

<sup>3</sup> George Lakoff – Mark Turner, *More than Cool Reason: A Field Guide to Poetic Metaphor*, Chicago: The University of Chicago Press, 1989.

<sup>4</sup> Ld. Kövecses Zoltán, „A New Look at Metaphorical Creativity in Cognitive Linguistics”, *Cognitive Linguistics*, 21. évf., 4. sz. (2010), 663–697. o.

speare szövegeinek elemzése révén arra következtet, hogy az összetett mezőgazdasági metafora a szexualitás aspektusait magában foglalva szisztematikusan megjelent a korai angol irodalomban.<sup>5</sup> A metaforát a következő megfelelésekre bontotta: A NŐI TEST FÖLD, A SZEX ÜLTETÉS/VETÉS, A MAGZAT KIFEJLŐDÉSE/SZÜLÉS ARATÁS. A föld előkészítése, a szántás a mag elvetéséhez szükséges, amiből kifejlődik a termés. A mezőgazdasági metafora tehát a szexualitás gyermeknemzési funkcióját állítja előtérbe. A Shakespeare-korabeli emberek és a moldvai csángók életkörülményeinek hasonló voltát szemlélve talán nem meglepő, hogy ehhez nagyon hasonló metaforarendszert fedezhetünk fel a moldvai csángó népdalokban is,<sup>6</sup> amelynek főbb leképeződései a következők: NŐI TEST FÖLD, EGYEDÜLÁLLÓ NŐ TESTE MEZŐ, HÁZAS NŐ TESTE KERT, SZEXUALITÁS MEZŐGAZDASÁGI MUNKA (ÜLTETÉS, VETÉS, ÖNTÖZÉS, ARATÁS), GYERMEK KIFEJLŐDŐ NÖVÉNY. Példaként lássuk a HÁZAS NŐ TESTE KERT metaforát, amelyben a kert mint megművelhető terület jelképezheti a női testet. A „szerelem kertjéről” sok, szimbolikával foglalkozó tanulmányban olvashatunk. *A szerelem kertjében* címet kapta az „Erősz a folklórban” témában rendezett néprajzi konferencia egyik kötete is.<sup>7</sup> Benne Voigt Vilmos a motívumot különböző festményeken,<sup>8</sup> Verebelyi Kincső a népi díszítőművészet tárgyain keresztül elemzi.<sup>9</sup> A kert mondanivalója a képi, tárgyi és szöveges ábrázolásmódban hasonló egymáshoz. Lássuk, hogy egy moldvai csángó népdalban miként szerepel ez a tartalom. A kert egy elzárt terület, ahová nem léphet be bárki. E másokat kizáró földterület a házasságot jelképezi, A NŐI TEST VÉDETTSÉGE A FÖLD ELKERÍTETTSÉGE leképeződés alapján.

---

<sup>5</sup> Oncins J. L. Martínez, „Notes on the Metaphorical Basis of Sexual Language in Early Modern English”, a Juan Gabriel Vázquez González, Montserrat Martínez Vázquez és Pilar Ron Vaz által szerkesztett *Historical Linguistics – Cognitive Linguistics Interface* c. kötetben, Huelva: Universidad de Huelva, 2006, 205–224. o.

<sup>6</sup> Szelid Veronika, *Szerelem és erkölcs a moldvai déli csángó nyelvhasználatban – Kognitív szemantikai elemzés*. Doktori disszertáció, Budapest: ELTE, 2007.

<sup>7</sup> Hoppál Mihály – Szepes Erika (szerk.), *A szerelem kertjében: Erotikus jelképek a művészetben*, Budapest: Szépirodalmi Könyvkiadó, 1987.

<sup>8</sup> „Másfél évtized a szerelem kertjében”, uo. 13–40. o.

<sup>9</sup> „Szerelmespár a fa alatt”, uo. 41–57. o.



*Álló víznek mártján / felnétt liliomszál. / Ki kell onnat venni, /  
új helybe kell tenni. / Kertem közepibe, / házom elejibe. / Sz  
háhho megfoganik, / nekem szerenciemre, / másznak buszujáro.*

A férfi reméli, hogy az átültetett liliomszál kivirágzik kerjében, vagyis a lányból termékeny asszony válik. A kert közepére ülteti, ami a FONTOS KÖZPONTI metafora alapján azt jelenti, hogy a lány lényeges szerepet tölt be életében.

Ugyanez a fizikai környezet motiválja a SZERELEM EGYSÉG metafora nagy gyakoriságát a moldvai szerelmes népdalokban. Ahogy a köznyelvben egyértelmű az *ő a másik felem, őket egymásnak terem-tették* kifejezések jelentése, úgy a moldvai csángók számára a következő sorokban is egyértelmű, hogy a gondolatpárhuzam, vagyis a fizikai környezet és az érzelem egymás mellé állítása nem véletlenszerű: ugyanannak a metaforának forrás- és céltartományát fejezik ki. A következő idézetben a rózsza a nőt, a rózsató pedig a férfit jeleníti meg: „*Hirvad az a ruza, kinek töve nincen, / ien isz hinvadozok, had szeretém nincen.*”

A Biblia feltehetően a Kr.e. 3. században írt, sokat vitatott eredetű könyve, az *Énekek éneke* is hasonló konceptuális metaforák, metonímiák segítségével építi fel a menyasszony és vőlegény közti szerelem fogalmát.<sup>10</sup> A tiszta erkölcsű nő liliom: „*Mint a liliom a tövissek közt, olyan az én mátkám a leányok közt.*” A kert itt is a házasság vagy szövetség jelképe, ami más, már lepecsételt, vagyis valaki által birtokba vett területek szinonimájaként van jelen: „*Olyan, mint a be-rekesztett kert az én húgom, jegyesem! mint a befoglaltatott forrás, bepecsételt kútfő!*” A testi szerelmet jelentő aktív erő, ami a népdalokban és Shakespeare műveiben a szántás, vetés, aratás képében jelent meg, itt szél alakjában söpör végig a kerten.

---

<sup>10</sup> Szelid Veronika, „Set me as a seal upon thine heart: A Cognitive Linguistic Analysis of the Song of Songs”, a Sonja Kleinke, Kövecses Zoltán, Andreas Mulsolf és Szelid Veronika által szerkesztett *Cognition and Culture* c. kötetben. Talentum sorozat, Budapest: ELTE Eötvös Kiadó, 2012, 180–191. o.

*Serkenj fel északi szél, és jőjj el déli szél, fújj az én kertemre,  
folyjanak annak drága illatú szerszámai, jőjjön el az én szerel-  
mesem az ő kertébe, és egye annak drágalátos gyümölcsét.*

Az *Énekek énekének* interpretációját a fizikai kontextuson túl az is meghatározza, hogy a Biblia részeként nem pusztán a földi szerelemre, hanem egy magasabb értelmezési szinten az Isten és ember között kötött szövetségre is vonatkozik. Vagyis a szöveg, ami körülveszi, illetve a kulturális háttér, amiben íródott, szintén hatással van az értelmezőre. A férfi például megjelenhet lilium vagy rózsza képében, amit általában a nőiség metaforájaként tartunk számon, és ez azért lehetséges, mert Istennek nincs neme: „*Én Sáronnak rózsája vagyok, és a völgyek lilioma.*” Ez a sor értelmezhető úgy, hogy a lilium Jézus valóságos Isten-mivoltára utal, vagyis végtelen tisztaságára és büntelenségére, a rózsza pedig arra, hogy valóságos ember is egyben, aki szeretetből az egész emberiségért vérént ontotta (A VÉR VÖRÖSSÉGE A RÓZSA SZÍNE és az EMBER NÖVÉNY metafora alapján). Ugyanez a tartalom olvasható ki a következő sorból: „*Az én szerelmesem fejér és piros, tízezer közül is kitetszik.*”

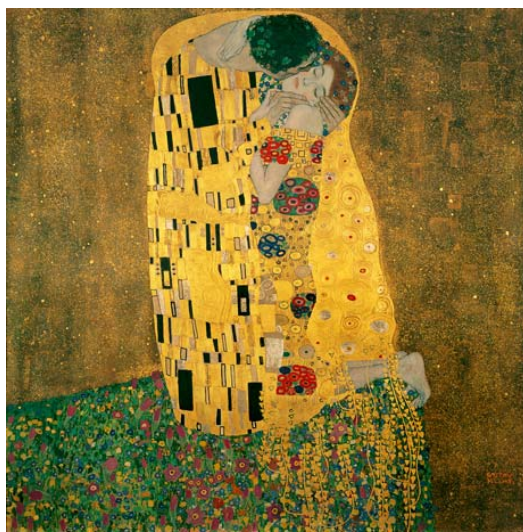
Reich Károly az *Énekek énekéhez* készített, 2. ábrán látható illusztrációját a szöveget is létrehozó SZERELEM EGYSÉG és MEZŐGAZDASÁGI METAFORA egymást erősítő jelenléte motiválta. Az ábrán a két szerelmes egymásba olvad, arcuk is eggyé válik, amit a SZERELEM EGYSÉG metafora alapján könnyedén értelmezhetünk, valamint beleolvadnak a természetbe is: az őket körülvevő növények, gyümölcsök és geometriai minták a mezőgazdasági metafora előhívásával szerelmük termékenységét hangsúlyozzák. A néhány vonással ábrázolt Föld és ég pedig a metafora kiterjesztésére, az isteni és az emberi egyesülésére, Jézus és a szerelmes nő alakjában ábrázolt anyaszentegyház szövetségére utal. Így csak akkor értelmezhetjük azonban Reich Károly alkotását, ha tudjuk, hogy a Biblia egyik könyvének illusztrálásaként született. Ez a kontextus erejének köszönhető.

A modern nyugati kultúra szerelem-felfogását vizsgálva egy ettől eltérő modellel találkozunk. Itt nem a kapcsolatra, a házasságra és annak termékenységére, gyümölcsére esik a hangsúly, ami, ahogy fentebb láttuk, szublimáltabb formájában akár az Isten és ember kö-

zötti szeretetkapcsolatra is kiterjeszhető, hanem az ÉRZELEM mint ERŐ intenzitására. A kontextus, a megváltozott értékek nyomot hagy-  
nak a nyelvben és a képeken egyaránt. Gustav Klimt *A csók* című, 3.  
ábrán látható ismert alkotásán az idillen kívül a veszély is jelen van,



2. ábra



3. ábra

hisz a szerelem mezeje úgy tűnik, egy szakadék szélén véget ér, ami-  
be a behunyt szemű szerelmesek könnyedén beleeshetnek, és ez a JÓ  
FENT, ROSSZ LENT metaforák alapján nem jósol hosszú életet a kap-  
csolatnak. Míg Reich Károly képén a szerelmesek kiegészítik egy-  
más, feloldódnak egymásban, arcuk is eggyé olvad, ami által a har-  
mónia, az időtlenség és a közös célok kapnak hangsúlyt, Klimt sze-  
relmespárjának ölelésében a férfi és a nő egyedi mivolta kerül előtér-  
be. A nő virágokkal átszőtt, vagyis termékenységet jelképező, a férfi  
viszont szögletes motívumokkal díszített ruhában van jelen. Határvo-  
nalaik nem mosódnak egybe, a különbségek egymás tükrében mar-  
kánsabbá válnak. Az értékességet, emelkedettséget sugárzó arany  
szín, a közös köpenybe fonódó ölelés által kifejezett SZERELEM EGY-  
SÉG metafora mellett a SZERELEM ÜZLET metafora is tükröződik a ké-  
pen, ami azt sejteti, hogy a kapcsolatban részt vevő individuumok a  
szerelem által tudják igazán kiteljesíteni önmagukat.

## 2. Szöveg – kép: más kifejezőeszköz, azonos jelentés?

A különböző reprezentációs módok ugyanazon mentális tevékenységekből való eredése nem jelenti azt, hogy egy kép teljesen ugyanazt a gondolatot fejezné ki, mint a szavak. Forceville és Urios-Apparisi<sup>11</sup> tanulmányában olvashatjuk, hogy valamely kifejezőmód általában nem, vagy csak nehezen tudja teljesen ugyanazt a jelentést visszaadni, mint amit egy másik kifejezőmóddal leírunk.

Lássuk például a 4. ábrát: egy 2016-os amerikai választási plakátot, amelynek nem titkolt célja, hogy nevetségessé tegye az akkor még elnökjelölt Donald Trumpot. Ezt a LÉTEZÉS NAGY LÁNCA metafora EMBER ÁLLAT leképeződése és a HASONLÓ MENTÁLIS TULAJDON-



4. ábra

SÁG HASONLÓ KÜLSŐ TULAJDONSÁG metafora alapján éri el. Itt egy a megszemélyesítéssel ellentétes folyamat zajlik le, az ember állattá alacsonyítása. Ez annyit jelent, hogy ha ember létére Donald Trump annyira „intelligens”, mint a képen hasonló „hajviselettel” ábrázolt állat, és ő lesz az elnök, akkor az nem sok jóval kecsegtet Amerika jövője szempontjából. Ugyanez a tartalom szavakba öntve azonban sokkal kevésbé tűnik frappánsnak.

---

<sup>11</sup> Forceville és Urios-Aparisi, „Introduction”, a Charles J. Forceville és Eduardo Urios-Aparisi által szerkesztett *Multimodal Metaphor* című kötetben, Berlin: Mouton de Gruyter, 2009, 4. o.

Tegyünk mellé egy szintén hasonlóságon alapuló példát a 2006-os magyar országgyűlési választási kampányból, az SZDSZ szlogenjét: „Jöjjön el az én országom!” Ez a mondat nyilvánvalóan a keresztény egyház legalapvetőbb imádsága, a *Miatyánk* szavait forgatja ki. Az eredeti szövegben a „Jöjjön el a te országod!” mondat áll, arra utalva, hogy hosszútávon akkor leszünk boldogok, ha Isten akarata szerint vezetjük életünket. Tehát nem a pillanatnyi jólét és önző érdekek szempontjai szerint, hanem az esetlegesen nehezebb utat választva: a körülöttünk lévő emberek érdekeit előtérbe állítva, Isten akarata szerint. Az SZDSZ szlogenje ezt az imádságot úgy torzítja el, hogy egyes szám 2. személy helyett egyes szám 1. személyben fogalmaz, ezzel Isten helyére az embert ülteti a trónra, akinek pillanatnyi érdekei kerülnének az örök értékek helyére. Ahogy az előző példa, ez is a LÉTEZÉS NAGY LÁNCA metaforában gyökerezik, csak itt az embert egy emberfeletti pozícióban, Isten helyén képzelve el. Ez a mondat ennek ellenére választási szlogenné válhatott, vagyis az emberek nem érzik istenkáromlónak. Képzeljük el azonban, mi történne, ha egy festőművészt arra kérnének, hogy az SZDSZ-es szlogent képileg ábrázolja! Valami olyasmit kellene lefestenie, amit már valószínűleg blaszfémiának éreznénk.

\* \*

\*

Amint a példák mutatják, bár hasonló kognitív folyamatok zajlanak le bennünk, egészen más hatást érünk el, amikor képileg, vagy amikor szövegszerűen ábrázoljuk gondolatainkat. Rengeteg kutatómunkára van még szükség ahhoz, hogy azonosíthassuk azokat az alkotói és befogadói folyamatokat, amelyek következtében eltérő jelentést tulajdonítunk egy különböző módokon kifejezett azonos gondolatnak.

## Hivatkozott művek jegyzéke

Aldrich, Virgil C., „Visual Metaphor”, *Journal of Aesthetic Education*, 2. évf., 1. sz. (1968), 73–86. o.

Caballero, Rosario, *Re-Viewing Space: Figurative Language in Architects' Assessment of Built Space*, Berlin: Mouton de Gruyter, 2006.

Carroll, Noël, „Visual Metaphor”, a Jaakko Hintikka által szerkesztett *Aspects of Metaphor* c. kötetben, Dordrecht: Kluwer, 1994, 189–218. o.

Fabre, Josep Palau i, *Picasso: The early years, 1881-1907*, New York: Rizzoli, 1985.

Forceville, Charles, „The Case for Pictorial Metaphor: René Magritte and Other Surrealists”, *Vestnik* (Ljubljana), 9. évf., 1. sz. (1988), 150–160. o.

Forceville, Charles, „Pictorial Metaphor in Advertisements” (1994), újranyomtatva a Sigrid Norris által szerkesztett *Multimodality* kötetben, London: Routledge, 2016, 151–178. o.

Forceville, Charles, „The Identification of Target and Source in Pictorial Metaphors”, *Journal of Pragmatics*, 34. évf., 1. sz. (2002), 1–25. o.

Forceville, Charles, “Non-verbal and Multimodal Metaphor in a Cognitivist Framework: Agendas for Research”, a Charles J. Forceville és Eduardo Urios-Aparisi által szerkesztett *Multimodal Metaphor* című kötetben, Berlin: Mouton de Gruyter, 2009, 19–42. o.

Forceville, Charles, „Why and How Study Metaphor, Metonymy, and Other Tropes in Multimodal Discourse?”, az A. S. da Silva, J. C. Martins, L. Magalhães és M. Gonçalves által szerkesztett *Comunicação, Cognição e Media* c. összeállítás I. kötetében, Braga: Universidade Católica Portuguesa, 2010, 41–60. o.

Forceville, Charles, “Creativity in Pictorial and Multimodal Advertising Metaphors”, a Rodney Jones által szerkesztett *Discourse and Creativity* c. kötetben, Essex: Pearson, 2012.

Forceville, Charles, „Metaphor and Symbol: SEARCHING FOR ONE’S IDENTITY IS LOOKING FOR A HOME in Animation Film”, *Review of Cognitive Linguistics*, 11. évf., 2. sz. (2013), 250–268. o.

Forceville, Charles, „Pictorial and Multimodal Metaphor”, a Nina-Maria Klug és Hartmut Stöckl által szerkesztett *Handbuch Sprache im multimodalen Kontext* c. kötetben, Linguistic Knowledge Series, Berlin: Mouton de Gruyter, 2016.

Forceville, Charles – Billy Clark, „Can Pictures Have Explicatures?”, *Linguagem em (Dis)curso*, vol. 14, no. 3 (2014), pp. 451–472. o.

Forceville, Charles – Thijs Reckens, „The GOOD IS LIGHT and BAD IS DARKNESS Metaphors in Feature Films”, *Metaphor and the Social World*, 3. évf., 2. sz. (2013).

Gibbs, Raymond – Gerard Steen, „Questions about Metaphor in Literature”, *European Journal of English Studies*, 8. évf., 3. sz. (2004), 337–354. o.

Hoppál Mihály – Szepes Erika (szerk.), *A szerelem kertjében: Erotikus jelképek a művészetben*, Budapest: Szépirodalmi Könyvkiadó, 1987.

Kennedy, John M., „Metaphor in Picture”, *Perception* 11 (1982), 589–605. o.

Kövecses Zoltán, „A New Look at Metaphorical Creativity in Cognitive Linguistics”, *Cognitive Linguistics*, 21. évf., 4. sz. (2010), 663–697. o.

Kövecses Zoltán – Szelid Veronika – Nucz Eszter – Olga Blanco-Carrión – Elif Arica Akkök – Szabó Réka, „Anger Metaphors across Cultures”, a Roberto R. Heredia és Anna B. Cieslicka által szerkesztett *Bilingual Figurative Language Processing* c. kötetben, New York: Cambridge University Press, 2015, 341–367. o.

Kuuva, Sari, *Content-Based Approach to Experiencing Visual Art*, Jyväskylä: University of Jyväskylä, 2007.

Lakoff, George – Mark Johnson, *Metaphors We Live By*, Chicago: The University of Chicago Press, 1980.

Lakoff, George – Kövecses Zoltán, *The Cognitive Model of Anger – Inherent in American English*, Linguistics Department, University of California at Berkeley, 1983.

Lakoff, George – Mark Turner, *More Than Cool Reason: A Field Guide to Poetic Metaphor*, Chicago: The University of Chicago Press, 1989.

Martínez, Oncins J. L., „Notes on the Metaphorical Basis of Sexual Language in Early Modern English”, a Juan Gabriel Vázquez González, Montserrat Martínez Vázquez és Pilar Ron Vaz által szerkesztett *Historical Linguistics – Cognitive Linguistics Interface* c. kötetben, Huelva: Universidad de Huelva, 2006, 205–224. o.

Norris, Sigrid (szerk.), *Multimodality: Critical Concepts in Linguistics*, London: Routledge, 2016.

Paivio, Allan – Iain Begg, *Psychology of Language*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1981.

Preziosi, Donald (szerk.), *The Art of Art History: A Critical Anthology* (Oxford History of Art), Oxford: Oxford University Press, 2009.

Richards, I. A., *The Philosophy of Rhetoric*, London: Oxford University Press, 1936.

Richardson, John, *A Life of Picasso*, I. köt., New York: Random House, 1991.

Rothenberg, Albert, „Rembrandt’s Creation of the Pictorial Metaphor of the Self”, *Metaphor & Symbol*, 23. évf., 2. sz. (2008), 108–129. o.

Schwartz, Lilian F., „Leonardo’s Mona Lisa”, *Art & Antiques*, 1987. január.



Serig, Daniel A., *Visual Metaphor and the Contemporary Artist: Ways of Thinking and Making*, Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller, 2008.

Šorm, Ester – Gerard Steen, „Processing Visual Metaphor: A Study in Thinking Out Loud”, *Metaphor and the Social World*, 3. évf., 1. sz. (2013), 1–34. o.

Szelid Veronika, *Szerelem és erkölcs a moldvai déli csángó nyelvhasználatban – Kognitív szemantikai elemzés*. Doktori disszertáció, Budapest: ELTE, 2007.

Szelid Veronika, „Set me as a seal upon thine heart: A Cognitive Linguistic Analysis of the Song of Songs”, a Sonja Kleinke, Kövecses Zoltán, Andreas Musolff és Szelid Veronika által szerkesztett *Cognition and Culture* c. kötetben. Talentum sorozat, Budapest: ELTE Eötvös Kiadó, 2012, 180–191. o.

Verebélyi Kincső, „Szerelmespár a fa alatt”, a Hoppál és Szemes által szerkesztett kötetben, 41–57. o.

Voigt Vilmos, „Másfél évtized a szerelem kertjében”, a Hoppál és Szemes által szerkesztett kötetben, 13–40. o.



## Képi Tanulás Műhelye Füzetek / Visual Learning Lab Papers

1. sz. (2016/1): Sipos Júlia, „Képi reprezentáció és hitelesség a 21. századi médiatartalom előállításban” / „Deli Eszter, Új ecset, új vászon: A modern képkorszak lehetőségei és kihívásai”.

2. sz. (2016/2): James Kimble – Trischa Goodnow / Aczél Petra, „On Invisuality” (to appear).

3. sz. (2016/3): Nyíri Kristóf, „Elfelejtett képelméletek” / Veszelszki Ágnes, „Egy sziget körülhajózása”.

4. sz. (2016/4): VISUAL LEARNING: Virtual – Visual – Veridical. The 7th Budapest Visual Learning Conference Abstracts.

5. sz. (2017/1): Virág Ágnes, „Forceville monomodális és multimodális metaforaelmélete” / Jávorszelid Veronika, „Szó – kép: A vizuális metafora a kognitív nyelvészet perspektívájából”.

