





**ANNELI BARAN**

Fraseologismide semantika  
uurimisvõimalused



Väitekiri on lubatud kaitsmisele filosoofiadoktori kraadi taotlemiseks (folkloristikas) Tartu Ülikooli kultuuriteaduste ja kunstide instituudi nõukogu otsusega 19. jaanuaril 2011. a.

Juhendajad: dr Arvo Krikmann (Eesti Kirjandusmuuseum, vanemteadur)

Oponendid: dr Outi Lauhakangas (Suomalaisen Kirjallisuuden Seura)

Kaitsmise koht: Tartu Ülikooli Nõukogu saal

Kaitsmise aeg: 15. märts 2011

ISSN 1406–7366

ISBN 978–9949–19–588–6 (trükis)

ISBN 978–9949–19–589–3 (PDF)

Autoriõigus Anneli Baran, 2011

Tartu Ülikooli Kirjastus

[www.tyk.ee](http://www.tyk.ee)

Tellimus nr. 77

## EESSÕNA

Käesolev töö jätkab magistritöös „Eesti keele fraseoloogia põhijooontest ja struktuurist” käsitletud põhitemaatikat: eesti keele fraseoloogiline ainese vaatlus fraseoloogia üldprobleemistiku taustal.

Tänan töö juhendajat akadeemik Arvo Krikmanni ja Eesti Kirjandusmuuseumi folkloristika osakonna kolleege.

Väärt märkuste eest tänan artiklite anonüümseid retsensente. Väitekirja valmimise ajal olen osalenud sihtfinantseeritavas teemas „Eesti ja teiste rahvaste folkloor: pärimus, identiteet ja globaliseerumine” (SF0032472s03) ja „Argikultuuri diskursus ja kultuuride dialoog” (SF0182553s03). Praegu olen osaline sihtfinantseeritavas teemas „Folkloori narratiivsed aspektid. Võim, isiksus ja globaliseerumine” (SF0030181s08) ja riiklikus programmis „Eesti keel ja rahvuslik mälu” (EKKM09-150).

Tartus

28. novembril 2010. a



# SISUKORD

VÄITEKIRJA ALUSEKS OLEVATE ARTIKLITE LOETELU .....	8
SISSEJUHATUS .....	9
1. TEEMA PÕHJENDUS .....	9
1.1. Eesmärgid ja meetodid .....	9
1.2. Töö ülesehitus .....	11
2. TÖÖ TEOREETILINE TAUST .....	13
2.1. Motiveeritus kui fraseologismi põhitunnus .....	13
2.2. Fraseologismi arbitraarsusest .....	17
2.3. Fraseologismi motivatsiooni eri tüübid .....	20
2.3.1. Icooniline motiveeritus .....	27
2.3.2. Sümboliline motiveeritus .....	35
3. FRASEOLOGISMI MÕISTMISE UURIMINE PSÜHHO- LINGVISTILISEST VAATENURGAST .....	39
3.1. Fraseologismi kompositsioonilisusest .....	39
3.2. Fraseologismi reprodutseeritavusest .....	46
3.3. Fraseoloogilise üksuse mõistmise strateegiad .....	49
3.4. Fraseologism ja salientsus .....	59
KIRJANDUS .....	65
ARTIKLID .....	71
KOKKUVÕTE .....	165
SUMMARY .....	168
ELULOOKIRJELDUS .....	171
CURRICULUM VITAE .....	172

## VÄITEKIRJA ALUSEKS OLEVATE ARTIKLITE LOETELU

- I. Baran, Anneli 2007. How long are Sayings? – Folklore: Electronic Journal of Folklore, Vol. 35, 99–110.
- II. Baran, Anneli 2009. On German Influences on Estonian. – Phraseology disziplinär und interdisziplinär. C. Földes (Hrsg.). Tübingen: Gunter Narr Verlag, 389–399.
- III. Baran, Anneli 2010. “They are used when you don’t want others to understand what you mean.” On the Role of Phraseologisms in the Language Use of Estonian Youth. – EUROPHRAS 2008. Beiträge zur internationalen Phraseologiekonferenz vom 13.–16.8. 2008. in Helsinki. J. Korhonen, W. Mieder, E. Piirainen, R. Piñel (Hrsg.). Helsinki: University of Helsinki, 131–141.  
<http://www.helsinki.fi/deutsch/europhras/ep2008.pdf>
- IV. Baran, Anneli 2010. Slurs Containig Names of Animals in Estonian Phraseology. – Kultūras Studijas/Cultural Studies. Zinātnisko rakstu krājums/Scientific Papers II. Dzīvnieki Literatūrā un Kultūrā/Animals in Literature and Culture. A. Stašulāne (ed.). Daugavpils: Daugavpils Universitātes, 367–376.
- V. Baran, Anneli 2010. ‘You are so stupid that Even the Sun Stops Shining at You!’ On Hyperbole in Estonian Phrases. – Humour and Culture 1. Linguistic Shots at Humour. A. T. Litovkina, P. Barta, M. Daczi (eds.). Krakow: Tertium, 63–74.
- VI. Baran, Anneli 2011. On the Semantic Ambiguity of Phraseologisms. – Intercontinental Dialogue on Phraseology 1. Research on Phraseology in Europe and Asia: Focal Issues in Phraseological Studies. J. Szerszułowicz (ed.). Białystok: Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku. (ilmumas)  
Artikli algvariant: Baran, Anneli (2008). Fraseologismide semantilise teisititõlgendamise võimalikkusest. – Eesti Rakenduslingvistika Ühingu aastaraamat 4./ Estonian Papers in Applied Linguistics 4. H. Metslang, M. Langemets, M.-M. Sepper (toim.). Tallinn: Eesti Keele Sihtasutus, 17–33.

# SISSEJUHATUS

## I. TEEMA PÕHJENDUS

Fraseoloogia on see osa keelest, mida tavatsetakse iseloomustada kui püsiva loomusega kujundlikku ekspressiivset keeleväljendust. Samas ei ole tegu ühetaolise, vaid äärmiselt mitmekesise ainesega: siis kuuluvad ühelt poolt idioomid, kollokatsioonid, millega tegelevad peaaesjalikult lingvistid/fraseoloogid, teisalt nn rahvalikku kõnepruuki esindavad kõnekäänud, mis on folkloristide/parömioloogide uurimisaines. Erinev on ka nende fraseologismi eri tüüpide püsivuse ja kujundlikkuse aste.

Fraseologismid kui üldjuhul spontaanses kõnes esinevad üksused, ei ole hõlpsasti analüüsitav materjal. Paljuski on tegemist uurijate oletustega, iseäranis fraseologismide äratundmise, mõistmise ja mõtestamisega seonduval alal. Kindlasti tuleb fraseologismide iseloomulikke tunnuseid vaagides teha vahet fraseologismide produtseerimise/konstrueerimise ja fraseologismide retseptiooni/interpretatsiooni vahel.

Alljärgnevas teoreetilises sissevaates on kesksed mõisted motivatsioon, idiomaatilisus, ikoonilisus, kompositsioonilisus ja salientsus. Kõik need terminid on omavahel väga tihedalt seotud ning tulemusena määravad fraseoloogilise üksuse olemuse. Kuigi fraseologismidest on tavaks rääkida üksnes kui kujundlikest väljenditest, on fraseoloogilisena määratletavad üksused oma kujundlikkuse tasemelt väga erinevad. Traditsiooniliselt liigitatakse fraseoloogilised üksused idiomaatilisteks ja mitte-idiomaatilisteks. Kui esimesed on raskesti motiveeritavad ning selgesti eritletavad, siis teised kujutavad endast kontinuumi, mille moodustavate üksuste mõtestamine on erinev. Enamik uurijaid aga ei mõista idioomi-mõistet kitsas tähenduses, vaid räägivad idioomist kui fraseologismi sünonüümist. Seetõttu kasutan ka oma töö teoreetilises osas idioomi mõistet laiemas tähenduses.

Viimasel aastakümnel on üha süvenenud suund uurida keelt inimese teiste kognitiivsete ja sotsiaalsete tegevuste kontekstis. Keele mõistmise teooria kohaselt käsitletakse keele mõistmist inimese kognitiivse aktiivsuse eriliigina. Fraseologismidest arusaamiseks on võrreldes nn tavatekstidega veelgi enam vaja ulatuslikke eelteadmisi (maailmast) ning teisalt oskust kasutada neid teksti tõlgendamisel, st mõistmise eelduseks on keelekasutaja kognitiivne kompetents. Kuna Eestis puuduvad sellekohased uuringud, siis soovingi käesoleva teoreetilise sissevaatega teha selles vallas esimese sammu. Loodetavasti tulevikus on võimalik oma väidete tõestuseks toetuda eestikeelse kõnelejakonna seas tehtud uuringutele.

### I.1. Eesmärgid ja meetodid

Töö üheks eesmärgiks on anda ülevaade fraseoloogilises uurimistöös käibivatest aktuaalsetest mõistetest ja eri koolkondi esindavate uurijate arutlustest nende

mõistete teemal. Rõhuasetuse olen pannud just vaidlusaluste seisukohtade eritlemisele. Sellistele arutlustele on iseloomulik vastandus: ühelt poolt Euroopa lingvistid/fraseoloogid ning teisalt Anglo-Ameerika ja Itaalia psühholingvistid. Esimesed osutavad oma töödes ka teistele, vastupidist osutamist aga pole. See on seik, mida jätkuvalt mitmesugustel fraseoloogide kogunemistel, nt ühenduse *Europhras* korralistel konverentsidel, tuuakse üha esile kui tõsist puudust.

Olles süüvinud fraseoloogia ja idioomide uurimise teoreetilistesse arutlustesse, ilmneb õige pea, et see ühine osa on märkimisväärselt suur. Ühtede ja samadele seisukohtadele jõutakse vaid mõneti teistlaadseid meetodeid ja erinevat mõistestikku kasutades. Oma uurimistöö taustana kavandatud ülevaates erinevatest kesketest teoreetilistest lähenemistest fraseoloogias soovin eelkõige osutada nende uurimissuundade kokkupuutekohtadele.

Töö teiseks eesmärgiks on eestikeelse fraseoloogilise ainese iseloomustamine ja analüüsimine lähtuvalt eelmainitud erinevatest vaadetest fraseologismide semantika käsitlemisele. Materjal pärineb eesti kõnekäändude ja fraseologismide andmebaasist<sup>1</sup>, mille loomisega olen seotud algusest peale, aastast 1998. Praeguseks on Eesti Kirjandusmuuseumi rahvaluule arhiivis sisalduvad kõnekäänud ja fraseologismid olemas digiteerituna ning kõigile huvilistele kättesaadavad. Minu uurimistöö tulemused ongi välja kasvanud andmebaasi loomise tööst, sisaldades erinevaid tööetappe, milleks on olnud näiteks ainese süstematiseerimine, sh algsest äärmiselt suurest materjalihulgast (nii rahvaluule kui keelemurrete kogumisel saadud aines kui ka varaseimas eestikeelses kirjanduses leiduv) fraseoloogilise ainese väljaselgitamine, tüpologiseerimine ja digiteerimine. Praegu baasis olev ligi 170 000 üksust on piisavalt suur kogus, mille alusel on võimalik teha põhjalikumaid järeldusi ühe keele fraseoloogiast, sh selles toimunud muutustest. See on aines, mille varasemad üleskirjutused ulatuvad aastasse 1660 (Heinrich Gösekeni „*Manuductio ad Linguam Oesthonicam. Anführung zur Öhstnischen Sprache*”), viimased pärinevad aga 1990ndatest. Töö konkreetse keeleainesega on tekitanud küsimusi, millele vastuste otsimisega olengi oma uurimistöös tegelenud.

Mingi fraseoloogilise üksuse levik võib olla vägagi erinev: see võib piirduda ühe küla/kogukonnaga või piirkonnaga, teatud kõnelejaterühmaga sõltuvalt nende vanusest või ametist või soost, ühe keele kõnelejaskonnaga, sugulaskeelte kõnelejatega või siis olla hoopis keelte piire ületav. Seda, et ühe keele fraseoloogia ei ole midagi eraldiseisvat teistest keeltest, näitavad ka rahvusvahelise koostööprojekti *Widespread Idioms in Europe and Beyond* esimesed tulemused (Piirainen 2008). See projekt osutab selgelt, et fraseoloogiline aines on midagi, mis ületab keelepiirid, ning mille ühisosa on keelte vahel tunduvalt suurem kui tavatsetakse arvata.

Kuigi fraseologismi olemusest rääkides on tavaks rõhutada talle iseloomulikke omadusi nagu püsivus, piltlikkus/kujundlikkus, motivatsioon, idiomaatilisus, siis samas tuuakse esile nende suhtelisust, subjektiivsusfaktori poolt

---

<sup>1</sup> Eesti kõnekäändude ja fraseologismide andmebaas asub Eesti Kirjandusmuuseumi folkloristika osakonna kodulehel: <http://www.folklore.ee/justkui/>.

mõjutatust, st tegemist pole absoluutselt ühtemoodi kõigi fraseoloogiliste üksuste kohta käibivate karakteristikutega. Sellest tulenevalt olengi oma tähelepanu keskendanud nende tunnusjoonte avamisele psühholingvistiliste uuringute valguses, mis on fraseologismide, või idioomide<sup>2</sup> mõistmise/mõtestamise alal tehtud viimase aastakümne jooksul. Iseloomulik on, et selleteemalisi uuringuid on eeskätt läbi viinud psühholoogid, ning lingvistid, kelle erihuviks on fraseoloogia, on need tulemid lihtsalt võtnud oma seisukohtade aluseks. Kummastaval kombel piirdubki huvi teineteise uuringute vastu üksnes sellega: puudub koostöö ning iseäranis psühholoogid, kes suuresti on viimase aja oluliseimate teoreetiliste arusaamade taga, ei pööra üldse tähelepanu fraseoloogide kui praktikute saavutatule.<sup>3</sup> Siinse doktoritöö sissejuhatavas teoreetilises ülevaates püüangi tuua välja selle ühisosa, mis neis erinevate valdkondade tegijate uurimistöodes olemas on, ning millest needsamad uurijad ise kipuvad mööda vaatama. Samuti pürin töös sisalduvates artiklites taolise lahknevuse vähendamisele, toetudes erinevaid fraseoloogia-uurimise koolkondi esindavate uurijate järeldustele.

## I.2. Töö ülesehitus

Töö esimese poole moodustab sissejuhatav teoreetiline ülevaade fraseoloogia semantika erinevatest uurimisvõimalustest. Teises pooles esitan konkreetse empiirilise ainese põhjal valminud uurimuslikud artiklid. Tegemist on viimase nelja aasta jooksul ilmunud kirjutistega, milles tegelen eesti fraseoloogia kui uurimisainesega. Kõigil käsitletud teemadel olen esinenud nii kodumaistel kui välismaistel teadusüritusel ja avaldanud uurimuslikke artikleid teaduslikes väljaannetes. Doktoritöö kuuest artiklist 5 on ilmunud ja 1 on ilmumas väljaspool Eestit, sest pean vajalikuks siinse teadustöö suhestamist mujal tehtavaga. Kahe artikli puhul (artiklid V, VI) on aluseks algselt eestikeelsena ilmunud artikkel, mida on muudetud välislugejat silmas pidades. Kirjutised on järjestatud nende trükis ilmumise alusel. Alljärgnevas esitan kokkuvõtlikult artiklite põhiseisukohad.

Esimeses artiklis (I) tegelen fraseologismide semantilise analüüsiga, võttes vaatluse alla ühe kindla temaatikaga – kõnelemist/rääkimist – tähistavad väljendid. Näitan eesti kõnekäändude ja fraseologismide andmebaasist pärinevate näidete varal, et vanemate väljendite puhul on võimalik täheldada diakroonilist arengut. See on suuresti seotud nende väljendite koosseisu kuuluvate ülekantud tähenduses leksikaalsete komponentide, antud juhul kujundlike verbide iseseisvumisega ning sellega kaasneva võiva tähendusmuutusega – sellisel juhul ei saa sünkroonset vaatenurgast enam rääkida

---

<sup>2</sup> Siinkohal peab nentima, et mõlemat terminit kasutatakse traditsiooniliselt vene- ja saksakeelses fraseoloogia-uurimises erinevate ilmingute tähistamiseks, ingliskeelses terminoloogias ei tehta taolist vahet peaaegu üldse.

<sup>3</sup> Vt samasisulist osutust Baranov, Dobrovolski 2008; Čermak 2001.

fraseoloogilisest üksusest. Ühtlasi vaen fraseologisimi kui kujundliku üksuse piiritlemise problemaatilisust ning soovin näidata, et fraseoloogilise väljendi puhul võib üks ja sama kujundlik (tuum)komponent sobituda paindlikult erineva fraseoloogilise olemusega väljendite koosseisu.

Teises artiklis (II) annan ülevaate eesti fraseoloogiat mõjutanud varasematest eestikeelsetest (kirjakeelsetest) allikatest, millel on oluline roll saksakeelse fraseoloogia vahendamisel eesti keelde. Artikli põhieesmärgiks on soov näidata võõrkeelsele lugejaskonnale, et need mõjutused on olnud ulatuslikumad keeleajaloolistel põhjustel, mistõttu võivad paljud traditsiooniliselt eestipäraseks peetavad fraseologismid olla hoopiski laenulised. Eesti fraseoloogilise ainese puhul on need võõrad mõjud üsna loomulik tulem, kuna varasemad eestikeelsed tekstid on kirja pandud mitte-eestlaste poolt. Sellest teadmisest tõuseb tulu püsistunud väljendite semantika analüüsis, kuna vanade ütluste puhul pole võimalik rakendada sünkroonilist analüüsi ilma diakrooniliseta.

Kolmandas artiklis (III) käsitlen koolinoorte folkloori 2007. aasta kogumisvõistluse raames laekunud fraseoloogilist ainet. Analüüsin üldisi suundumusi selles, nagu näiteks seda, kust pärinevad põhilised noortevahelisesse käibesse kuuluvad populaarsemad ütlused. Ühtlasi vaatlen lähemalt tegureid, mis osutavad teisenenud sotsiaalsele ja kultuurilisele taustale, ning seda võrreldes varasema, viieteiskümne aasta taguse küsitlusega.

Neljandas artiklis (IV) vaatlen fraseoloogilisi väljendeid, milles on kesksel kohal loomametafoorid. Lähtuvalt metafoorsest projitseerimisest, analüüsin inimlike omaduste omistamist loomadele ning neilt omakorda tagasi inimestele suunatud kujundite olemust. Suuresti on tegemist negatiivset hinnangut sisaldavate, traditsioonis sõimuväljenditeks nimetatavate ütlustega, mis on praegusaegseski keelekasutuses säilinud. Osutan kujundianalüüsiga seoses ka mõningatele keeleajaloolistele seikadele leksikaal-semantilisest vaatenurgast.

Viiendas artiklis (V) arutlen eesti kõnekäändude ühe suurima alaliigi – hüperboolsete väljendite, ja neis esineva metonüümilise kujundi üle. Uurimisaineseks olen valinud rumaluse-temaatikaga väljendid, mis on üks suurimaist temaatilistest rühmadest eesti fraseoloogias. Artikli esimeses pooles annan sissevaate hüperbooli käsitlusele ning võrdlen huumoriuurijate Geert Brône ja Kurt Feyaerti ning Benjamin Bergeni ja Kim Binstedi klassifikatsioone. K. Feyaerti skeemkujutusele toetudes analüüsin lähemalt eestikeelses aineses sisalduvaid intensiivistavaid väljendeid nn hüperboolselt kasutatud metonüümiana.

Kuuendas artiklis (VI) analüüsin eesti kooliõpilaste fraseoloogia-alast teadmust, tuginedes enda korraldatud küsitluse uurimistulemustele. Eeldades, et vanemad fraseoloogilised väljendid ei pruugi olla enam tuntud keele nooremale kasutajaskonnale, soovisin saada aimu kujundi mõtestamise võimalikkusest. Esitasin 35 vähem või rohkem idiomaatilist väljendit kahe kooli 147 õpilasele. Vaatlen lähemalt antud fraseologismidele omistatud tähendussetusi, mis annavad tunnistust nn otseselt mõistetava kujundi rollist tundmatu väljendi mõistmises. Töös esitan ka internetist pärinevaid näiteid, näitlikustamaks teisenemisi vanemate fraseologismide semantikas.

## 2. TÖÖ TEOREETILINE TAUST

### 2.1. Motiveeritus kui fraseologismi põhitunnus

Alljärgnevas peatükis käsitlet lähemalt fraseoloogia-uurimise olulisimat mõistet, milleks on motivatsioon. Diskussioon motiveerituse-mõiste üle on kestnud fraseoloogia-alases uurimistöös juba pikka aega. Motiveerituse kriteeriumi, mille vene keeleteadlane ja akadeemik **Viktor Vladimirovitš Vinogradov** tõi fraseoloogiliste üksuste klassifikatsioonis esile lingvistiliselt nõõ kasutamiskõlblikuna, peetakse kaasaegses uurimuses enamasti subjektiivseks, ning kaldutakse jätma kõrvale kui semantiliseks analüüsiks vähesobivat. Mõnede uurijate arvates on motiveerituse puhul tegemist iseseisva nähtusega, mis ei ole taandatav idioomisemantika teistele iseärasustele. Kuna aga tegu on keskse mõistega, millest lähtuvad paljud uurijad siiski tänaseni, siis on põhjust peatuda sellel lähemalt. Vinogradovi liigitus on järgmine (1947: 345–364):

- 1) tähenduslikult täiesti kokkusulanud komponentidega ühendid (s.o motiveerimata fraseologismid, st idioomid) (*сращения*);
- 2) fraseoloogiliselt terviklikud v ühtsed ühendid (s.o motiveeritud sõnaühendid) (*единства*);
- 3) fraseoloogilised kombinatsioonid (*сочетания*).<sup>4</sup>

Nii eristataksegi Vinogradovist alates motiveerituse kriteeriumi alusel kahe-suguseid fraseologisme: fraseoloogilised sulamid e läbipaistmatud fraseologismid ja fraseoloogiliselt terviklikud ühendid e läbipaistvad fraseologismid.

Kaks põhitüüpi sisaldavad üksusi, mis eristuvad üksnes ja ainult motiveerituse kriteeriumi alusel. Esimesed on motiveerimata, teised „omavad ebaselget vihjet motiveeritusele ja semantilisele jagatavusele” (Vinogradov 1947: 352–353). Tegu on siiski väga subjektiivse kriteeriumiga, v.a vähesed väga selged juhud, kuna motiveerituse tase pole tihti keeleliste vahenditega mõõdetav, nagu edaspidises selgitavalt esitan.

Vinogradovi klassifikatsiooni esimene rühm hõlmab leksikaalselt ja grammatiliselt kaasaja keeles motiveerimata fraseologisme, teisisõnu idioome, millele on iseloomulikud järgmised tunnusjooned:

- 1) arhaismide esinemine;
- 2) terviku tähenduse mittetuletatavus komponentide tähenduste summast;
- 3) ekpressiivse individualiseerimise tõttu semantilisel ja leksikaalselt diferentseerimatuks muutumine;
- 4) püsiv sõnade järjekord;
- 5) komponentide mitteasendavatus;
- 6) sõnasõnalise tõlke võimatus;
- 7) motiveerimatuse ajalooline iseloom.

---

<sup>4</sup> Vinogradovi kolmikjaotust on hiljem täiendanud N. M. Šanski (1969), kes lisas kolmele klassile veel neljanda – fraseoloogilised väljendid.

Teine rühm, s.o fraseoloogilised ühendid kujutavad endast tihedalt seotud komponentidega semantiliselt jagamatuid ja tervikliku tähendusega püsiühendeid, mille sisu on kaasaja seisukohast motiveeritud, st leksikaalsete komponentide tähendustest tuletatav, osa komponente on sageli asendatavad ning tervik ei moodustu lahutamatu elementidest. Struktuurilt sarnanevad sellised fraseologismid vabade sõnaühenditega. Nn sisemine suletus saavutatakse sellistel juhtudel sageli ekspressiivsuse lisandumisega.

Kolmandana eristatud fraseoloogilisi kombinatsioone iseloomustab Vinogradov kui püsivaid sõnaühendeid, mille komponentide tähenduste iseseisvus (analüütilisus) on veelgi suurem, kuigi säilivad ka koostisosade seotus ja terviklikkus. Siia kuuluvad ka sellised sõnaühendid, mille koosseis esinevad piiratud kasutusega sõnad. Iseloomulik on komponentide suurem seostumisvabadus – üksikuid komponente võib asendada, ära jätta või juurde lisada. Seotud tähendus võib olla vaid ühel komponentidest. Selle rühma eristamise otstarbekuses kahtles Vinogradov isegi, just oma ebamääraste erijoonete tõttu.

Vinogradovi töödes fraseoloogiast on fraseoloogiliste üksuste määratlemise aluseks keele struktuurne tunnus – püsivus, s.o sõnaühendite kui valmisüksuste moodustamine kõnes. Fraseoloogilisuse all mõistab ta sõnaühendite püsivust kui nende leksikaal-semantilisest erisust. Ent Vinogradovi seisukohad ei ole piisavad piiritlemaks täpsemalt püsivaid ja vabu sõnaühendeid. Püsivus üldse, sh nii nagu mõistab seda Vinogradov, ei saa olla nn fraseoloogilisuse astme määramise kriteeriumiks, see on iseloomulik ka tavalistele sõnaühenditele (nt ühend- ja väljendverbidele). Seega, kuigi püsivus on fraseoloogilise üksuse jaoks hädavajalik, jääb ainult sellest väheks, et lugeda tingimusteta fraseoloogilisteks kõiki sõnaühendeid, millele see on iseloomulik. Struktuurilis-semantiliselt iseloomuga tunnused, mida Vinogradov käsitleb fraseoloogilistena, ei saa olla täiendavateks kriteeriumiteks, mis määravad fraseoloogilisuse, sest nad ei ole ühesed, vaid vasturääkivad: ühelt poolt semantiline jagamatus, teisalt semantiline analüütilisus.

Vinogradovi teedrajav liigitus on fraseoloogia-alastes käsitlustes oluline tänapäevalgi. Ent tuleb nentida, et motivatsiooni ja püsivuse kriteeriumitele toetuv käsitlus ei anna selgelt piiritletud rühmi.<sup>5</sup> Sellega seletubki tõenäoliselt asjaolu, et erinevalt Vinogradovist, kes jaotab fraseoloogilised väljendid kolmeks, liigitavad hilisemad vene fraseoloogid väljendid kahte tüüpi. Nimelt tehakse neis reeglina vahet kahesuguste fraseoloogiliste väljendite – idioomide ja fraseoloogiliste ühendite vahel.

Fraseoloogia-uurimises täna käibiv motiveerituse definitsioon pärineb **Harald Burgerilt**: „Motiveerituse all mõeldakse seda, kui fraseologismi tähendus on mõistetav sõnaühendi vaba tähenduse või komponentide tähenduste kaudu” (2003: 66). Ka Burger toonitab sarnaselt Vinogradoviga motiveerituse puhul selle lahutamatu semantilisest idiomaatilisusest: **mida tugevamalt on**

---

<sup>5</sup> Vt ka Baran 1999.

**fraseologism motiveeritud, seda nõrgem on tema idiomaatilisus** (ja vastupidi).

Niisiis näeb Burger motiveerituse taset erinevais vahekordades märgiahela kui terviku ja selle üksikute komponentide vahel (1973: 26). See märkideahel võib olla motiveeritud või mittemotiveeritud. Esimesel juhul on kogutähendus tuletatav elementide tähendustest, teisel juhul mitte. Idiomaatika puhul nähtub sel juhul, et idioomid kitsamas mõttes on mittemotiveeritavad sõnajadad, idioomid laiemas mõttes on nõrgalt motiveeritud, ning täielikult motiveeritavad jadad ei ole idiomaatilised. Seega on ka Burgeri käsitluses idiomaatilisuse tase pöördvõrdeline motiveerituse tasemega: mida nõrgemalt on motiveeritud sõnajada, seda idiomaatilisem ta on. Samas toonitab Burger asjaolu, et mitte ainult motivatsiooni ennast, vaid ka motivatsiooni ja idiomaatika suhet mõistetakse erinevalt. Motiveeritusena käsitletav mõistetavus ei ole ühetaoline, st sõltuvalt kõnelejast on see erinev. Burger eristab mõistetavuse puhul 3 aspekti (2003: 66):

- fraseologism on arusaadav, kui selle piltlikkus on selge või see tekitab assotsiatsioone üksikute konkreetsete komponentidega, s.o **pühholingvistiline aspekt**,
- fraseologismi võidakse tekstis, konteksti sobitamise kaudu metafoorselt äratuntavaks ja selgeks teha, s.o **tekstilingvistiline aspekt**,
- fraseologism on teatud kõnelejate jaoks oma geneesi poolest n-ö täideviidav ja mõistetav, kuna tuntakse tema etümoloogiat, tema ajaloolist päritolu, s.o **ajalooline aspekt**.

Need kolm aspekti on võrdväärselt olulised, mistõttu ei saa fraseologismide mõistmise problemaatika käsitluses eelistada üht aspekti teisele; seda enam, et nagu edaspidi vaatluse alla tulevatel erinevatel uurijatel teoreetilistest seisukohtadest selgub, on enamasti tegemist nende eri tahkude koosinemisega.

Viimasel kümnendil on fraseoloogia-uurimises levinud tendents kasutada mingi uuritava nähtuse puhul tema omaduste suhtelisusest/astmelisusest kõneldes gradatsiooni mõistet. Samamoodi kui idiomaatilisus ja kujundlikkus on ka motivatsioon *matter of degree* e gradatsiooniline ilming. On selge, et metafoorse leksikaalse üksuse puhul on võimalikud erinevad motivatsioonid, nii nagu võivad paralleelselt, n-ö homonüümselt kõrvuti eksisteerida ühe ja sama idioomi erinevad tähendused. Kui skaala ühes otsas on täielikult idiomaatilised, st motiveerimata idioomid, mille esialgne motivatsioon on parimal juhul etümoloogilise uurimistöö abiga taastatav, ning teises veel suurel määral motivatsiooni omavad idioomid, siis nende vahepeale jääb hulk ebaselge motiveeringuga idioome. Kui skaala ühe otsas asetsevate mittemotiveerivate täisidiomaatiliste idioomide hulk on selgelt piiritletud, siis skaala lõpuots on n-ö struktuurilt avatud, st siin leiab aset sujuv üleminek motiveeritud üksusteks. Subjektiivsusfaktor, mis muudab jagunemise motivatsioonitaseme alusel problemaatiliseks, on mittemotiveerivate ja osaliselt motiveerivate idioomide puhul isegi mõnes mõttes ebaoluline, kuna selle kõrval on kaks objektiivset kriteeriumi:

- ajaloolise arengu alusel enam mittemõistetav (teisiseõnu: hämaraks jääv) metafoorika;
- arhaismide, mis võimaldavad esialgse tähenduse taastamist vaid keeleajalooliste teadmiste abil.

**Eckhard Roos** on sünkroonia-diakroonia parameetri alusel suhestanud idioomi arengu tema püsivusega: motiveerituse ja püsivuse erinev määr, mis iseloomustab idioomi tema sünkroonsel vaatlusel, vastab diakroonilisuse mõttes idioomi kujunemise ajaloolise protsessi arenguastmele ühelt poolt ja idioomi-staatusel kadumisele teiselt poolt:

lekseem → süntagma vaba sõnaühendi näol → habituaalne kollokatsioon → püsiv kollokatsioon → idioom → liitsõna (→ lekseem) (2001: 166–167).

Kuulaja aga (s.o vastuvõtja) ei erista tihtipeale sõnasõnalist ja kujundlikku poolt teineteisest, kuna kujundlik komponent töötab osaliselt kaasa tema tähendusele. Nii eristavdki **Dmitri Dobrovolski** ja **Elisabeth Piirainen** lisaks distinktsioonile motiveeritus vs mittemotiveeritus veel omakorda motiveerituse-sisest liigendust: **motiveeritus vormi alusel ning motiveeritus tähenduse alusel**. Seejuures on tegu motivatsioonitüüpidega ning mitte vastavate fraseologismide klassidega, st leidub fraseologisme, mis on motiveeritud niihästi vormiliselt kui ka semantiliselt (1996: 107jj). Ka rõhutavad samad uurijad, et idioomi adekvaatseks semantiliselt kirjeldamiseks tuleb kaasata nn sisemise vormi<sup>6</sup> olulised elemendid tähenduse selgituse struktuuri.

Motiveeritus vormi alusel kujutab endast enamasti idioomi semantilisele läbipaistvusele struktuuri kaudu lisanduvat motivatsiooni. See ilmneb eelkõige fraseoloogiliste võrdluste puhul võrdlussõna näol, aga nt sõnapaaride puhul intensiivistava funktsioonina. Motiveeritus tähenduse alusel puudutab sõnasõnalise ja kujundliku ühendi – niihästi fraseologismi tervikuna kui ka tema üksikute konstituentide suhet. Semantiliselt motiveerituseks peetakse idioomi, mille sõnasõnalist tähenduselementi on kõneleja meelest võimalik seostada aktuaalse tähenduse kindlate aspektidega. Nagu märgivad Dobrovolski ja Piirainen, mõistetakse motivatsiooni aktuaalse tähenduse<sup>7</sup> läbipaistvusena, järelduse aluseks oleva sünkroonse aktualisatsioonina kõneleja poolt (1996: 109).

Ka Roos eelistab rääkida morfoloogilisest ja semantilisest motivatsioonist, see ei erine kuigivõrd Dobrovolski ja Piiraineni eritlusest. Morfoloogilise motivatsiooni korral osalevad üksikud komponendid terviktähenduses ning kui

<sup>6</sup> Terminiga „idioomi sisemine vorm” (*inner form of the idiom*) paralleelselt kasutavad samad autorid veel mõistet „kujundlik tähenduskomponent” (*image component, bildliche Bedeutungskomponente/Bildkomponente/bildliche Komponente*).

<sup>7</sup> Fraseologismi aktuaalse tähenduse (*actual meaning, aktuelle Bedeutung*) all peavad Dobrovolski ja Piirainen silmas selle kujundlikku, st leksikaliseerunud tähendust (2005a: 14).

seada laiendada sõnaloomele, siis on paljud idioomid osaliselt motiveeritud, nagu nt metafoorsed terminid. Sellisel juhul tuleneb idiomaatilisus mitte üksnes kogutähenduse mittemotiveeruvast jäägist, st üksiksõnade tähendused osalevad küll terviktähenduses, ent mitte pelgalt liitmise näol.

## 2.2. Fraseologismi arbitraarsusest

Kui fraseologisme käsitleda ikooniliste märkidena, siis märgiteoreetiliselt vastab sedalaadi motiveeritus Ferdinand de Saussure'i sekundaarsele motiveeritusele, vastandudes seega **arbitraarsuse** kui märgi motiveerimatuse mõistele.<sup>8</sup> Nagu juba märgitud, on fraseologismi motivatsioon kompleksne/bipolaarne mõiste ja omab erinevat tähendust vastavalt sellele, kas teda vastandatakse arbitraarsuse või idiomaatilisusega. Esimesel juhul saab rääkida n-õ foneetilisest motivatsioonist (onomatopoeetiline seos häälikujada ja tähenduse vahel), teisel juhul – motivatsioon kui täiendav ilming idiomaatilisusele – kirjeldab termin märgijada suhet üksikute märkidega (vt ka Burger 2003: 66; 1973: 26).

Fraseologismidest kui märkidest on parömioloogilises uurimistöös kirjutatud juba siiski varem – nimelt rohkem vanasõnauurijana tuntud Grigori Permjakovi näol 1970ndatel. Permjakovi esitatud vanasõnade loogilis-semiootilise klassifikatsiooni järgi on fraseologismid keelelisel tasandil küll sarnaselt sõnadele tähistajad, ent loogilis-semiootilisel tasandil toimivad nad lausete/mõistete tähistajana. Samas reaalide tasandil ei ole nende näol (erinevalt vanasõnadest) tegemist situatsiooni või objektide vahelisi suhteid tähistavate mudelitega (sekundaarse modelleeriva süsteemi tähenduses), vaid neid tuleks mõista objektide tähistajatena e sekundaarsete nominatsioonidena (Permyakov 1979: 35). Seejuures tuleb silmas pidada, et eritlemise aluseks ei ole teksti pealstruktuuri elemendid (konkreetsed kujundid), vaid semantilise süvastruktuuri elemendid (vt lähemalt Eismann, Grzybek 1994). Fraseologisme on nende kompleksse olemuse tõttu nimetatud ka supermärkideks – nad koosnevad enamatest märkidest, mis loovad uue struktuuri/konfiguratsiooni ehk üksuse (Grzybek 2007: 192jj).

Motivatsioon ja idiomaatilisus on omavahel tihedalt seotud, viimase puhul mängib aga olulist rolli metafoorsus. Metafoorid, mis põhinevad pildil/kujundilisel alusel, on aga väga lähedal ikoonilisusele. Selline arusaam lähtub suuresti Juri Lotmanist, kes on postuleerinud üheselt, et ikooni näol on tegu metafooriga (1991: 228). Fraseoloogia-alase uurimistöö keskmesse tõid semiootikast pärinevad terminid nagu ikoon, sümbol, ligi kümme aastat tagasi kaks fraseoloogia-uurijat, D. Dobrovolski ja E. Piirainen, kes on avaldanud ühistööna kolm selleteemalist monograafiat: „Symbole in Sprache und Kultur.

---

<sup>8</sup> F. de Saussure tegeleb oma märgiteoreetilise mudeli puhul keelelise märgi arbitraarsuse ja motiveeritusega: kuigi loomuliku keele märgid on konventsionaalsed (teine oluline Saussure'i välja pakutud termin), pole nad arbitraarsed, kuna kõnelevad subjektid ei saa tähistajaid või tähistatavaid omavoliliselt asendada.

Studien zur Phraseologie aus kultursemiotischer Perspektive” (1996), „Figurative language: cross-cultural and cross-linguistic perspectives” (2005) ja „Zur Theorie der Phraseologie. Kognitive und kulturelle Aspekte” (2009). Eelmainitud semiootilistele mõistetele rajasid nad oma käsitluse fraseologismi motivatsiooni eri tüüpidest.<sup>9</sup>

Samad uurijad väidavad, et **konventsionaalsed kujundlikud üksused on tegelikult arbitraarsed ja mittearbitraarsed samaaegselt** (2005a: 184). Suhestades arbitraarsuse **kontseptuaalse mõistestamisega**, leiavad nad, et fraseologismid on arbitraarsed selles mõttes, et kuigi kujundliku üksuse moodustumist juhivad teatud kontseptuaalsed reeglid, ei ole nn semantiline tulemus täielikult ennustatav – ennustatavuse tase sõltub motivatsioonilise läbinähtavuse tasemest. Mittearbitraarsed on nad aga selles mõttes, et on olemas loogilised seosed kontseptuaalse sisendi ja väljundi vahel, motiveerides sel moel linke allikfreimi, mis on osaliselt fikseeritud leksikaalses struktuuris, ning aktuaalse e kujundliku tähenduse vahel. See tähendab, et omades teadmist nii allikfreimi kui aktuaalse tähenduse kohta, võime me ette kujutada, millised kognitiivsed protsessid viivad antud semantilise tulemuseni; see on põhjus, miks kujundlik üksus näib motiveeritavana. Lähemalt sellest temaatikast alapeatükis 2.3.1.

Ikoonilisuse-mõistega<sup>10</sup> fraseoloogias on viimastel aastatel keskendunult tegelenud lisaks eelmainitud Dobrovolskile ja Piirainenile – küll mõneti teisest vaatenurgast – ka **Ken Farø**, kes samuti käsitleb seda ilmingut motivatsiooni erijuhuna.

Farø on rõhutanud, et „ikoonilisus on idioomi genuinne semiootiline tunnus: kui idioom peegeldab vormi poole pealt oma tähendussisu, võib rääkida temaga seoses ikoonilisusest. See seik ei muuda idioomi aga vähemarbitraarsemaks, kuna arbitraarsus on absoluutne printsiip” (2006a: 69). Selge on, et arbitraarsus on keeles üldse keelemärgi arbitraarsest olemusest tulenev absoluut, seepärast osaleb ta kõiges, mis keele kaudu üldse tehakse. Farø on süüvinud idioomi arbitraarsuse-ikoonilisuse problemaatikasse funktsionalismi seisukohalt ning on pakkunud välja ikooni-mõistest lähtuvad terminid: ikonograafia (*Ikonographie*), ikoonilisus (*Ikonizität*), ikonitsism (*Ikonizismus*).

Farø on sedastanud (2006a: 62jj), et terminina on „ikonograafia” täpsemalt piiritletav ja vähem subjektiivsem kui fraseoloogide paljukasutatud **piltlikkus**. Ikonograafiat määratleb ta idioomi potentsiaalina kutsuda kõnelejal idioomi otsese tõlgenduse alusel esile **mentaalne kujutus** (e kujutluspilt). Ikonograafia ei ole Farø veendumuse kohaselt sama mis piltlikkus, mida traditsiooniliselt mõistetakse kui keele omadust tekitada visuaalset kujutluspilti, st mitte pelgalt

---

<sup>9</sup> Dobrovolski ja Piiraineni järelduste aluseks on saksa, inglise, vene, jaapani, soome, hollandi keelest pärinevad väljendid.

<sup>10</sup> Eesti lingvistikast leiab ikoonilisuse määratluse Helle Metslangilt: „Ikoonilisus on läbinähtavuse avaldus, nähtus, mis seisneb selles, et vorm peegeldab mingis mõttes sisu. Ikoonilisus on küll keelte arenedes ja nende abstraktsuse kasvades pidanud tublisti taanduma arbitraarsuse ees, kuid on siiski küllalt mõjukas, hõlbustades informatsiooni vastuvõtmist, töötlemist ja edastamist.” (1993: 204)

psühholoogiline, vaid keelemärgi nn semiootilis-psühholoogiline omadus (*semiotisch-psychologische Eigenschaft*) (*ibid*).

Kui ikonograafia puhul on tegemist mentaalse kujutusega, mis tekib idioomi sõnasõnalise e otseste mõistmise alusel, siis **ikoonilisusega** on tegu juhul, kui idioom n-õ peegeldab oma sisu vormi kaudu (või vastupidi – vorm peegeldab sisu).<sup>11</sup> Leiduvad fraseologismid, mis oma sisu n-õ peegeldavad, st kujutavad seda, mis on seotud sisuga, olgu siis metonüümiliselt, metonüümiliselt-metafoorselt või puhtmetafoorselt, ehk on semantiliselt läbipaistvad keelekasutajate jaoks, kes nende tähendust juba tunnevad. Selles suhtes on idioomid küll ikoonilised, ent tsiteerides Farø't (*ibid*: 63) „tegemist on väga jämedateralise kujutusega” (*grob granulierten Abbildung*). Nimelt moodustab nn sisu, mis ikoonilisuse kaudu läbipaistvaks tehakse, vaid väikese osa idioomi sisu omadustest, st mitte mingil juhul ei saa rääkida sisu ja vormi ühtsusest. Seega ei esinda ikoonilisus suhet kõigi vormi- ja sisuelementide vahel, tegemist on vaid väikese osaga tegelikust sisust, s.o idioomi kõikidest kasutusomadustest.

Ikoonilisuse ja ikonograafia kõrval eritleb Farø veel nähtust nimega *Iconizismus*, millele ikoonilisus ja ikonograafia moodustavad vormilis-semiootilise aluse. *Iconizismus* ei ole idioomi omadus, vaid kahe mainitud nähtuse problemaatiline tagajärg, tendents, mille puhul pööratakse rohkem tähelepanu ikonograafiale kui idioomi funktsionaalsele tunnusele. Farø sedastab ka, et *Ikonzismus* on problemaatiline ilming, olles n-õ vastutav paljude ekvivalentsiprobleemide ja mitteloosulike tekstide genereerimise eest. Nagu nendib Farø, võib selline kujutamiseviis kasu asemel hoopiski kahju tuua, iseäranis nt kontrastiivse idioomianalüüsi puhul (2006a: 69).<sup>12</sup>

Farø konstateerib (*ibid*: 59), et paljude idioomide ikoonilisus on tagasi-vaateliselt kindlakstehtav/äratuntav/mõistetav sisu nn peegeldumine vormis. Ikoonilisuse kindlakstegemine on aga samas teoreetiliselt üsna keerukas, sest nagu juba mainitud: ikoonilise idioomi sisu ei saa pelgalt n-õ peale vaadates kindel olla, sest see nõuab keelekasutuse täpset analüüsi. Ning nii postuleeribki Farø (*ibid*), et idioomi tähendus ei ole põhimõtteliselt tema vormist tuletatav – kusjuures tegu on süstemaatilise mitte-tuletamisega –vaid üksnes tema kasutuse kaudu.

Nagu eelnevalt selgus, on ka ikoonilisusel omad piirangud. **Sarnaselt motivatsioonile ei ole ka ikoonilisus vaba subjektiivsusest**, st see, mis ühe

---

<sup>11</sup> Sama seisukohta, et idioomi nn välimine vorm e otsetähendus (*literal meaning*) peegeldab teatud määral tähenduselemente, mistõttu ikoonilisus on motivatsiooni erijuht, on väljendanud ka Roos (2001: 155). Sellisel juhul kujutatakse keelevälise tegelikkuse korraldusprintsipi (nagu sündmuste järgnevus või erinev ruumiline vahemaa kõnelejast) keeleliste märkide jada kaudu. Iseäranis kehtib see Roosi meelest paarivormeliste puhul ning toob näidetena järgmised väljendid: ingl. *sooner or later*, sks. *früher oder später* ‘varem või hiljem’, ingl. *day and night*, sks. *Tag und Nacht* ‘päev ja öö’.

<sup>12</sup> Lähemalt sellest temaatikast kui eelkõige idioomide tõlkimisel sugenevast pragmaatilisest probleemist Farø kirjutises „Dogmatismus, Skeptizismus, Nihilismus und Pragmatismus bei der Idiomübersetzung: Grundfragen zu einer idiomtranslatorischen Theorie” (2006b).

kõneleja jaoks on üheselt ikooniline, võib teise jaoks olla ikoonilisuseta. Ehk nagu tõdeb Farø (2006a: 64), on idioomi ikoonilisus üpris suhteline (kuna ta on gradueeritav ehk skalaarne suurus) ja alati arbitraarsuse kui keelemärgi (sh idioomi) fundamentaalse omaduse poolt määratletav. Samas annab kõik eelmainitu Farø arvates (*ibid*) aga tunnistust vaid sellest, et idioomi põhimõtteline arbitraarsus ja võimalik ikoonilisus ei ole vastuolus, lihtsalt arbitraarsus reguleerib märgikasutuse kõiki detaile ning on keskne kommunikatiivne printsiip. Järgnevas fraseologismi motivatsiooni eri tüüpidest lähemalt lähtuvalt Dobrovolskist-Piirainenist.

### 2.3. Fraseologismi motivatsiooni eri tüübid

Fraseologismide semantilise motivatsiooni alal kasutavad Dobrovolski ja Piirainen eristust: **ühelt poolt ikoonilist tüüpi motivatsioon ja teisalt sümbolil põhinev motivatsioon**. Ikoonilist tüüpi motivatsiooni määratlevad nad metafoorsena (2005a: 97).<sup>13</sup> Sedalaadi motiveering põhineb sarnasusel aktuaalse tähenduse poolt märgistatud olemi ja kujundi poolt kajastatud olemi vahel.

Samal ajal kui enamus sisu alusel motiveeritud (st mingile nn tegelikule e materiaalsele sarnasusele viitavaid) fraseologisme laseb end kirjeldada metafoorse järeldamise abil, jäävad veel tekstid, mis ei allu sellisele tuletusviisile, aga näivad kõnelejale intuitiivselt motiveeritavatena (2005a: 90 jj). See kehtib eelkõige fraseologismide kohta, mille koostisosad kui suhteliselt iseseisvad semantilised üksused aitavad kaasa teiseses märgifunktsioonis kogutähenduse väljaselgitamisele. Teisisõnu – selliste fraseologismide ümbermõtestamisel aktiveeritakse teadmine nende sekundaarsest tähendusest, mida kirjeldatakse kui **nn sümbolilist teadmist**.

Ikoonilisusest lähtuv käsitlusviis on alles viimastel aastatel tähelepanu leidnud, tavapäraselt on räägitud fraseoloogilise üksuse kujundlikkusest. Motivatsiooni-temaatikaga on alati olnud tihedalt seotud kujundlikkuse või ka **piltlikkuse** mõiste. Kujundlikkuse/piltlikkuse all peetakse tavapäraselt silmas asjaolu, et suudetakse endale meeleliselt midagi ette kujutada. Kujundlikud on sõnad ja väljendid, mida on võimalik hõlpsasti (või vältimatult) seostada konkreetse situatsiooniga; samas võib see tegevus olla aga isikuti ja kasutamiseoseti erinev. Kujundlikkuse fenomen osutab komponentide semantilise autonoomia kõrval fraseoloogilise tähenduse semantilisele jagatavusele, seetõttu **ei ole võimalik piltlikkust ja/või kujundlikkust analüüsida ilma et ei haaraks üksikute komponentide tähendusi fraseoloogilise tähenduse**.

Leidub erinevaid teooriaid nn sisemise pildi (e kujundliku tähenduskomponendi) osatähtsusest kognitsiooniprotsessis, aga lähtuda võiks sellest, et

---

<sup>13</sup> Oma kõige viimases Piiraineniga kahasse kirjutatud uurimuses on Dobrovolski loobunud „ikoonilise motivatsiooni” mõistest ning eelistab, viidates selle termini mõnetisele ebaselgusele, kasutada sedalaadi motivatsioonitüübi nimetusena „metafoorne motivatsioon” (vt Dobrovolski, Piirainen 2009).



kohaselt on kogemused struktureeritud juba oma keele-eelsel füüsilisel tasandil (ning see võimaldabki neid ka metafooride allikatena kasutada).<sup>16</sup>

Samas nendivad Baranov ja Dobrovolski, et vaatamata nendele eelmainitud kvaasivisuaalsetele ettekujutustele on iga motiveeritud idioomi külge kinnistunud kindel tähendus, mis tuleneb kontseptuaalsest struktuurist ning mis ei ole teadlikult registreeritav (2008: 112). Ka Burgeri arvates (2003: 93) on idioomi fraseoloogiline tähendus piltlik/ülekantud (sks *bildlich*), kuna see on mõistetav metafoorse projitseerimise kaudu; siinkohal tähendab pilt hoopiski aga muud, nimelt metafoorset kontseptualiseerimist ehk abstraktse esitamist konkreetse kaudu.

Teinegi saksa fraseoloog **Annelies Häcki Buhofer** ongi sedastanud (1999: 65), et piltlikkuse all tuleb mõista fraseologismide puhul sõnühendi või selle osa sünkroonset realiseeringut, mis võimaldab metafoorset motiveeringut. Piltlikkus saab üldiselt osaks kõigile mõistelistele metafooridele; neid võidakse erinevatel üldistustasanditel sõnastada. Piltlikud ettekujutused on empiiriliselt paremini mõistetavad kui üldistatud kognitiivsed ehk kontseptuaalsed metafoorid, ning väljenduvad näiteks rahvaetümoloogilistes motiveeringutes.

Samas tuleb arvestada, et ka taolised mõtestused ei pruugi anda motivatsiooni tarbeks ainuõiget tuge. Nagu nendivad Dobrovolski ja Piirainen (2005b: 28–29), ei saa võrdsustada motivatsiooni ja rahvaetümoloogiat, viimase kõrval on olulisem pigem teadmus tegelikust etümoloogiast. Siin tuleb ka mängu kultuuriline kontekst, mis tõestabki just semiootilise käsitluse möödapääsmatust fraseoloogilise ainestiku puhul.

On selge, et kujutlused võimaldavad samuti fraseoloogilise tähenduse meeelist kogetavust ning pole etteantud, vaid lubavad erinevaid individuaalseid tõlgendusi. Burgeri arvates (2003: 93) saab piltlikkust vaagida veel seoses mõistega jõulisus<sup>17</sup>: idioom on siis mõjus, kui ta omab kujukat sõnasõnalist tähendust ning selle nn projektsioon fraseoloogilisele tähendusele on emakeelse kõneleja jaoks hõlpsalt realiseeritav. Visualiseerimine täiendab fraseoloogilist mõistmist konkreetsete, paljudel juhtudel individuaalsete ettekujutuste kaudu, mis mõistmist süvendada võivad.

Mis puudutab nn unikaalseid komponente fraseologismides, siis ka need on piltlikud niivõrd, kuivõrd nad on kujutletavad. Häcki Buhoferi arvates (1999: 71) suhestab Dobrovolski selles mõttes vägagi õigesti unikaalsuse ja kognitiivsuse – harukordsus nõuab tavapärasest erinevat kognitiivset töötlust, kuna nn tavatu (aga tegelikult lihtsalt tundmatu) lekseem ei kajastu **mentaalses leksikonis** ning ei ole seetõttu sealt leitav. Dobrovolski väidab (1997: 42), et kuigi näiteks idioomi koosseisus esinevad unikaalsed sõnad ei esine reeglina väljaspool seda konventsionaalset väljendit, võivad nad siiski omada motiveeringut – tänu idioomi struktuurilis-semantilisele jagatavusele kui ka

---

<sup>16</sup> Eestikeelse ülevaate sellest temaatikast leiab Krikmannilt (2002).

<sup>17</sup> Saksakeelne termin *bildkräftig* on paraku raskesti tõlgitav. Silmas on peetud tõenäoliselt kujundi mõjustust, mida siinkohal kasutangi.

skeemkujutlusele<sup>18</sup> (*image-schema*) e assotsiatiivsete teadmiste võrgustikule. Nimelt võimaldab nn paralleelsete väljendite olemasolu unikaalset lekseemi tõlgendada nn tavapärestega (e tuntutega) samasuguses tähenduses. Siinkohal ilmneb unikaalset sõna sisaldava püsiühendi **kompositsioonilisuse**-aspekt. Lähemalt sellest aspektist alapeatükis 3.1.

Kuna taoline tõlgendamisvõimalus on aga mõjutatud nii keeletunnetusest kui seetõttu keelekasutusest, siis tuleb, nagu näitavad ilmekalt ka psühholingvistilised uuringud, ka unikaalsust pidada suuresti suhteliseks ning ebasobivaks idioomi karakteristikuks.

Traditsiooniliselt peetakse idioomi motiveerituks siis, kui selle etümoloogia on äratuntav. Pikka aega eksisteeris keeleteaduses nn õige etümoloogia nõue vastandina intuiitivse iseloomuga rahvaetümoloogiale (ingl *folk etymology*, sks *Volksetymologie*). Mõiste, mis algselt omas negatiivset markerit nn keelelise väärkäitumise ilming, on tänapäeval neutraalne kui mitte isegi positiivne. Strukturalistik lähenemine rõhutas, et idioomide puhul on oluline eristada sünkroonilist motiveeritust diakroonilisest etümoloogiast; viimane on paljuski seotud sõnakomponentide etümoloogiaga. Seda, et sünkroonse suunilusega analüüs on raskesti teostatav diakroonia-komponendi sissetoomiseta, kuna idioomi sünkroonilised iseärasused seletuvad suurel määral tema tekke ja arenguga, on esile toonud mitmed tuntud uurijad (vt Moon 1998, Jäkel 1998, Sweetser 1990). Kuid teisalt, nagu on märkinud Dobrovolski ja Piirainen (2005a: 81), ei võeta seejuures arvesse, et kõnelejale ei pruugi ajaloolis-etümoloogilised seosed olla tuntud, mistõttu need ei saa mõjutada ka idioomi kognitiivset töötlemist. Kujund, mida n-õ edastatakse, ei oma tänapäeva keelekasutaja jaoks arusaadavat seost väljendi tähendusega. Etümoloogia-alased teadmised on kõnelejate lõikes mõistetavalt erineval tasemel, seega ka idioom, mis ühe jaoks on nõrgalt motiveeritud, on teise jaoks suurel määral motiveeritud. Seetõttu peabki osa uurijaid motivatsiooni ebasobivaks kriteeriumiks idioomi määratlemisel. Samas on see jäänud keskseks mõisteks fraseoloogia-uuringutes.

Kognitiivlingvistika jaoks ei oma eristus diakroonia-sünkroonia erilist tähtsust, kuna selle uurimissuuna seisukohalt omavad kõik tegelikult kasutatavad sõnakombinatsioonid vähemal või suuremal määral motiveeringut, st on põhimõtteliselt intuiitivselt motiveeritavad.

Paradoksaalsel kombel pole paljude idioomide puhul aga ilma etümoloogiat tundmata üleüldse võimalik metaforiseerumisprotsessi tuvastada, ehk nagu ütleb Dobrovolski, „ei ole alati võimalik ette kujutada lähtesituatsiooni ehk konkreetset visuaalset kujundit, mis peaks põhinema **keelevaldaja tegelikel kogemustel**” (1997: 41).

Selge on, et diakroonia-aspekti tuleb pidada püsiväljendi semantika analüüsimisel mõõdapääsmatuks, ehk nagu on öelnud **Olaf Jäkel**: metafoor on printsiibis keelearengu semantiline fenomen ja tuleb sellisena vaaatluse alla eelkõige (vähemalt kas või minimaalselt) diakroonilisest vaatevinklist (1998: 111). Siit

---

<sup>18</sup> Selgituseks: füüsiline kogemus on jagatud skeemideks, antud juhul skeemkujutlusteks (*image-schemas*, *image-schemata*).

on hõlbus järeldada, et igasugune kujunditeooria peab sisaldama ajaloolist ehk diakroonilist komponenti, seega tuleb ka kognitiivsesse metafoorianalüüsi sõnaselgelt integreerida diakrooniline vaatenurk.<sup>19</sup>

Tulles tagasi idioomi arengu juurde, on semantilisest vaatenurgast sellega seotud kaks tendentsi:

- tähendusmuutus,
- remotivatsioon koos erijuhuga, milleks on rahvaetümoloogia.

Roosi arvates saab remotivatsiooni puhul rääkida kahest võimalusest: kas antakse idioomi kõigile elementidele motiveering (tulemuseks analoogia alusel tekkiv uus kompleksne lekseem või idioomi variant) või läheb idioomi terviktähendus üle ühele elemendile (2001: 175). **Remotivatsioon** on fraseoloogilises uurimistöös kasutatav termin, mida näiteks Burger soovitab aga vältida kui ebatäpset: selle sisuks ei ole mitte nn geneetilise protsessi ümberpööramine, vaid fraseologismi võimaliku sõnasõnalise teisendi või tema koosseisu kuuluvate ühe või mitme komponendi peagu suvaliste aspektide aktiveerimine (Burger 2003: 68). Selle asemel sobiks tema arvates kasutada ikkagi motiveeringu terminit või rääkida sõnasõnalise variandi aktualiseerimisest.

Ilmselge seos valitseb variantideloomel ja remotivatsiooni vahel, kuna esimene eeldab motivatsiooni. Samas on selge seegi, et mida rohkem on idioomil variante, seda vähem idiomaatilisem ta on (ehk nn tõeline idioom on motiveerimatu ja/või et ta on (ühtlasi) sõnastuslik n-ö kivistis), kuna varieerudes tema stabiilsus nõrgeneb. Roos eristabki (2001: 175) idioomi arengus/lahendamises kaht suunda: tsentripetaalne ja tsentrifugaalne. Esimese tendentsi ('keskpunkti poole tungiv') kõrval on idioomide puhul täheldatav ka vastupidine ('keskpunktist lähtuv'). Viimane seisneb selles, et idioomi remotivatsiooni kaudu taastatakse koostisosade esialgne sõltumatus (~ iseseisev denotatiivne tähendus), mistõttu idiomaatilisus võib minna kaduma (st kujundlik väljend muutub taas nn harilikuks sõnaühendiks) ning lõpptulemusena võib endine väljend kaduda ka käibest üldse. Kuigi idioomide lahendamine remotivatsiooni kaudu on järkjärguline protsess, mis küll tihti käib kõrvuti idioomivariantide moodustamisega, pole viimaste puhul võimalik keelekasutajal tahtmise korral kindlaks teha, millal ta on nn idioomi piirid (taustaks arusaam idioomist kui nn kivistunud ühendist) ületanud, st millal pole enam tegemist idioomiga. Mitteleksikaliseerunud variante e juhuslikke improvisatsioone võib küll käsitleda eksimustena idioomi püsivuse suhtes, teisalt ei kujuta variantideloomel kohe tingimata ohtu idiomaatilisusele. Nimelt ei pruugi kõnelejad variante tunda/tunnistada, samuti on idioomide variantide tekkes oma osa eespool mainitud motivatsiooni ja püsivuse erineval määral. Ehk nagu rõhutab Roos (2001: 167), et variantide olemasolu ei tähenda tingimata idiomaatilisuse tühistamist, nagu on eri aegadel mõned uurijad tihtipeale arvanud.

---

<sup>19</sup> Nii Roos kui Jäkel toetuvad kognitivistidena eelkõige Eve Sweetseri (aga mõnede teiste) seisukohtadele, mille järgi on just diakroonilised arengutulemid need, mis kujundis kajastuvad.

Juba mainitud rahvaetümoloogiat käsitleb Roos remotivatsiooni eriliigina. Tema arvates ei ole rahvaetümoloogia näol tegemist pelgalt keelemärgi esialgse tähenduse jälgedele jõudmisega (nn re-etümologiseerimisega), vaid pigem mittemõistmise muutmist loomingulisuseks, st tegemist on kreatiivse tehnikaga keelega ümberkäimisel (*misunderstanding turned creative*) (*ibid*: 178). Selline lähenemine eeldab, et esialgne tähendus on kas unustusehõlma vajunud või pole lihtsalt kõnelejale tuttav, kuid nõuab ka tavapärasest kõrgemat keelelist kompetentsi, mistõttu ei ole võimalik seda üldistada kõigile keelevaldajatele. Siinkohal osutaksin mälu-uurijale **Endel Tulvingule**, kes on tõdenud, et „tähendus ja mõtestatus ei sõltu mitte üksnes materjalist, vaid ka inimesest, kes seda mõista püüab” (2007: 75).

Rääkides motivatsiooni otsimisest tulebki silmas pidada tegelikult selle tegevuse taga olevat teadmust e kompetentsi. **Barbara Wotjak** on esile toonud keeleüksuste, sh fraseologismide mõtestamisel aktualiseeruvad erinevad teadmistesüsteemid (1999: 55–56)<sup>20</sup>:

- keele-alane süsteemne teadmus e **keelekompetents**, mis sisaldab fraseologismi puhul järgmist: fraseoloogiline tähendus, komponentidejada tähendus vabas sõnaühendis (s.o otsene tähendus), fraseologismi üksikute komponentide tähendus(ed), fraseologismi ja tema komponentide paradigmaatiline liigitamine (st sünonüümia-, antonüümia-, hierarhiasuhted, leksikaal-semantiline liigitamine, polüseemia, homonüümia) kui ka süntagmaatilise kombineeritavuse ettekirjutused ja piirangud (st teadmus sõnade (tähenduste) kohta);
- entsüklopeediline teadmus e **kognitiivne kompetents** (st teadmus maailma kohta), st tegu on teadmistega maailma kohta, sh kultuuriliste teadmistega, mis kõnelejati võivad erineda ja täiesti erinevaid hinnanguid sisaldada;
- interaktsiooniteadmus e **interaktiivne kompetents** (st teadmus suhtluse kohta), st teadmus eesmärgistatud keelelisest käitumisest.

Küsitlustest nii keelevaldajate kui mitte-valdajate hulgas on ilmnunud üsna ootuspäraselt, et tuttavatele idioomidele omistatakse kõrgemat motivatsiooni-taset kui neile, mida on vaja dekodeerida. Nii konstateerib ka Roos (2001: 157), et kõnelejapoolne eelteadmus omab märkimisväärset mõju sellele, kuidas ta idioomi mõistab ja tõlgendab. Ta järeldab selle alusel, et motivatsioon ei ole

- mitte objektiivne, vaid subjektiivne, kõnelejati erinev fenomen,
- mitte staatiline reaalsus, vaid dünaamiline võimalus, ning seega mitte ainult kompetentsi-ilming, vaid kõnesooritus, mis aktuaalses tähenduses mõjule pääseb,
- mitte täielikult sünkrooniline, vaid vähemalt ka diakrooniline nähtus, st sünkroonsed ja diakroonilised seosed langevad kokku.

Subjektiivsus on motivatsiooni-problemaatika käsitlustes möödapääsmatu. Nii tõdeb Roos (*ibid*: 153), et idioomi motiveeritus (ja selle tase) sõltub kõnelejast/kuulajast:

---

<sup>20</sup> Erinevatest kompetentsi-liikidest vt ka Õim, Saluveer 2002: 2665.

- kas ta oma keeleliste ja keeleväliste teadmiste põhjal on võimeline vormi ja sisu vahelist seost n-ö tootma, ning
- kas ta konkreetsetes keelelikes situatsioonides on valmis asjaomasele sõnade-rühmale motivatsiooni omistama.<sup>21</sup>

Roosi seisukohti võib pidada paikapidavateks, kuna siin on toodud esile just need aspektid (subjektiivsus, dünaamilisus, diakroonilisus), mis küll raskendavad fraseoloogismide semantika uurimist, ent millega arvestamiseta ei ole võimalik saavutada adekvaatseid järeldusi.

Ka Dobrovolski toonitab, et selge piiri puudumine motiveeritud ja läbi-paistmatute fraseoloogismide vahel ei tähenda, et kõneleja ei teeks vahet motiveeritud ja mittemotiveeritud üksuste vahel (Dobrovolski, Piirainen 1996: 105; Dobrovolski 1997: 48). Lihtsalt selle ilmingu uurimist raskendab asjaolu, et üht ja sama fraseologismi motiveerivad eri kõnelejad eri määral ja viisil, mis sõltub keeletekasutaja kogemuste- ja teadmistepagasist, teisisõnu – arvesse tulevad ühelt poolt argikogemused, teiselt poolt omandatud teadmised. Ka inglise leksikoloog **Rosamund Moon** on sedastanud, et püsiühendid on kinnistunud ja kodeeritud nii leksikaalselt kui kultuuriliselt, st nad on diskursuse nähtused, mitte pelgalt leksikoniüksused (1998: 40).

Seega sõltub fraseologismi motiveeritus enamalt jaolt individuaalsetest situatiivsetest või kontekstuaalsetest tingimustest. Need on Burgeri arvates põhitegurid, mille alusel eritleda kahesuguseid motiveeringu alusel jagunevaid fraseoloogilisi keelendeid (2003: 67), milleks on

- mitte-idiomaatilised fraseoloogismid, mille nn põhitähendus on identne fraseoloogilise tähendusega, ning
- metafoorsed idioomid.

Kui esimeste puhul on motiveeringu leidmine hõlbus, siis teiste puhul tuleb silmas pidada mõningaid piiranguid – nimelt tuleb mängu **keelevaldamise aspekt**. Burgeri sõnul on emakeelse kõneleja jaoks ilmselge, et kõigil väljenditel on semantiline aluspõhi, mis on ühenduses fraseoloogilise tähendusega sel moel, et otsene tähendus kantakse konkreetsetelt abstraktselt valdkonnale üle. Keele mittevaldajad, kes küll tunnevad komponentide tähendusi, aga mitte fraseologismi, peavad n-ö avama fraseoloogilise tähenduse, taustaks oma emakeelne fraseologism samasuguse semantilise aluspõhja ja sama fraseoloogilise tähendusega.<sup>22</sup> Sellest piisab Burgeri arvates (2003: 67) järelduseks, et **metafoorne seos otse ja fraseoloogilise tähenduse vahel on üksnes siis äratuntav, kui fraseologismi tähendust juba teatakse**. Seega ei ole tegemist otsest tähendusest fraseoloogilise tähenduse nn möödapääsmatu tuletamisega (*zwingende Ableitbarkeit*)<sup>23</sup>, ning kõige vähem on ennustatav spetsiifiline metaforiseerumise protsess.

<sup>21</sup> Kahtlemata on tegu nn fraseoloogilist kommunikatsiooni raskendava asjaoluga.

<sup>22</sup> Vt samal teemal Đurčo 1998; Jesenšek 2006; Hallsteinsdóttir 2001; Filatkina 2005.

<sup>23</sup> Vt ka Fleischer 1997: 31.

Vaagides subjektiivsuse-faktorit, osutavad Dobrovolski ja Piirainen (1996: 104) Burgeri jt vägagi õigele seisukohale, mille kohaselt ei ole nn subjektiivne motiveering enamasti järjekindlate ajalooliste kaalutluste produkt ning ka mitte üksiksõna tähenduste summeerivate tulemuste loogilis-mõistelise mõtlemise reeglite järgi, vaid hoopis kujundite tarvitamisega seotud kujundlikkuse mõistmisstrateegiatega (*Imagery-Verstehensstrategien*) e tõlgendus/hõlbustusstrateegiatega tulemus. Nimetatud strateegiad omavad ka fraseologismide mõistmisel silmnähtavalt positiivset mõistmis-stabiliseerivat funktsiooni ning „ei mõju otsejoones segavana sellal, kui nad annavad kuulajale lisaks fraseoloogilise tähenduse mõistmisele aimu usutavast kujuteldavast väljendist” (Burger, Buhofer, Sialm 1982: 219).

Kõik eelmainitud arutlused annavad tõestust taas sellest, et fraseologismide motivatsioon kujutab endast problemaatilist liigitusalust. Samas on uurijad üritanud tugeva subjektiivsuse-märgisega motivatsiooni-terminile anda ikka ja jälle uut sisu, mis aitaks fraseologismi olemust ja mõistmisprotseduure paremini selgitada. Järgnevas lähemalt ühest süstematiseerimisvõimalusest.

### 2.3.1. Ikooniline motiveeritus

On ilmselge, et metafoor ja idioom/fraseologism on omavahel tihedalt läbi-põimunud, ent silmas tuleb pidada tööka, et mitte kõik idioomid/fraseologismid ei ole metafoorsed ega mitte kõik metafoorid idiomaatilised/fraseoloogilised. Samas on võimalik kohaldada siiski metafoori kui kujundkõneüksuse mõistmise käsitlusi fraseoloogilistele üksustele. Selle küsimusega seotud problemaatikat lähtuvalt eestikeelsest empiirikast on lähemalt käsitlenud **Arvo Krikmann** (2004a) ning **Katre Õim** (2003).

Kognitiivse käsitluse kohaselt peaks metafoorne idioom omama kaht tõlgendusvõimalust: otsest ja ülekantud. Kuna ülekantud tähenduse all peetakse reeglina silmas otsesest metafoorse ülekande kaudu tuletatavat, saab seda nimetada ka metafoorseks tõlgenduseks. Burger (2003: 13) eelistab seda teist tõlgendustaset nimetada fraseoloogiliseks, põhjusel, et „ülekantud” on liialt postuleeriv mõiste, mis ei võimalda paindlikku lähenemist (nt püsiväljendite puhul, kus otsene tähendus on esiplaanil).

Ikooniline e metafoorne motiveeritus kujutab endast võrdlemisi heterogeenset ala. Dobrovolski ja Piirainen on välja toonud erinevaid metafoorselt tingitud motivatsiooniviise, olles neid eri aegadel küll erinevalt käsitlenud. Oma esimeses selleteemalises uurimuses (1996: 110jj) on nad esitanud järgmise eritluse:

- kontseptuaalsed metafoorid,

- konventsionaalse kujundliku keele kognitiivne mudeldamine (*rich image schema*)<sup>24</sup>,
- stereotüübid<sup>25</sup>,
- nn kinegrammid e žestidel põhinevad metafoorid.

2005. aastal ilmunud varasema uurimuse oluliselt täiendatud versioonis on see eritlus mõnevõrra teistlaadne: nii esindavad stereotüübid ja kinegrammid motivatsiooni erijuhte, mis pigem on lähedased sümbolil põhinevale motivatsioonitüübile, ning lisandunud on veel nagu *punning clichés* e kalambuuriid, sõnamängud<sup>26</sup> ja „tekstuaalse sõltuvuse” nimetusega tähistatavad ilmingud (e tsitaadid ja lentsõnad) (Dobrovolski, Piirainen 2005a: 90jj). Taas kord ei ole tegemist teineteist välistavate klassidega, vaid tüüpidega, mis osaliselt lõikuvad.

Loomulikult leidub fraseologisme, mille puhul on mõeldav nii metafoorselt kui sümboliliselt tingitud motiveeritus, kuna ka ikoonilise motivatsiooni puhul mängib kaasa kultuuriline teadmus. Nende kahe motiveerituse-liigi kombinatsioon on Dobrovolski ja Piiraineni sõnul fraseoloogias rikkalikult esindatud. Kuigi samad uurijad seadsid 1996. aastal endale eesmärgiks välja töötada kriteeriumid kahe motivatsioonitüübi eristamiseks, on nad üheksa aastat hiljem võtnud kasutusele termini *blending* (2005a: 103), ning seda erinevate motivatsioonitüüpide interaktsiooni tähenduses.<sup>27</sup> Pigem on mõistlikum lähtuda teesist, et keeleline märk, seega ka idioom, seisab ikoonilisuse ja arbitraarsuse (st indeksiaalsuse) vahel, st ka arbitraarsena näivad üksused põhinevad varem motiveeritud konventsioonil, lihtsalt motivatsioon võib ajaloolise protsessi käigus kaduda.

Kahele semantilise motivatsiooni<sup>28</sup> põhitüübile on Dobrovolski ja Piirainen hiljem lisandanud omaette rühmana „intertekstuaalse motivatsiooni” (varem nimetusega „tekstuaalne sõltuvus”) (2009: 32). Sellise tüübi puhul on idioomi leksikaalne struktuur tagasiviidav varem olemasolevatele tekstidele. Samas toonitavad uurijad, et tegu ei ole iseseisva ilminguga *thing-in-itself*, st kui

<sup>24</sup> Kõige viimases uurimuses on mitmed alarühmad taas kord ümber nimetatud; nii kasutatakse kognitiivse mudeldamise asemel nimetust „freimipõhised metafoorid” (*framebasierte Metaphern*) (Dobrovolski, Piirainen 2009: 24).

<sup>25</sup> Selle all peavad nimetatud uurijad silmas üht kindlat tüüpi teadmust, mis on vajalik teatud kujundlike üksuste tähendusrikkaks tõlgendamiseks, nt rahvuslikel stereotüüpidel põhinevad fraseologismid.

<sup>26</sup> 2009. a. saksakeelses täiendatud uustrükis on autorid käsitlenud seda tüüpi väljendeid põhjalikumalt. Sõnamängu eristavad nad seejuures kahel tasandil: iseseisvad e mittetuletatavad sõnamängulised fraseemid ja juba olemasolevate fraseemide modifikatsioonid (Dobrovolski, Piirainen 2009: 105–114).

<sup>27</sup> Siinkohal tuleb rõhutada, et antud terminil puudub ühisosa Gilles Fauconnier ja Mark Turneri „mõisteldumise” teooriaga.

<sup>28</sup> Foneetilist motivatsiooni nimetavad Dobrovolski ja Piirainen „indeksiaalseks motivatsiooniks” (*index-based motivation*) (2005a: 88; 2009: 36). Ent nende järgi on see väga heterogeenne aines – nimelt nii foneetiline kui pragmaatiline. Viimasel juhul on on tegemist küll juba pigem pragmaatiliste indeksitega. Indeksiaalset motivatsiooni peavad uurijad samaaegselt nii semiootiliseks kui kontseptuaalseks ilminguks.

kõneleja ei tunne tekstuaalset tagapõhja, on tema jaoks idioom kas metafoorselt või sümboliliselt motiveeritud.

Roosi meelest esindavad semantilist motivatsiooni metafoorsed ja metonüümilised idioomid. Selliste üksuste motivatsiooni korral on tema arvates tegemist vähem või rohkem demotiveeruvate/remotiveeruvate leksikaalsete metafooridega, mis omakorda põhinevad kontseptuaalsetel metafooridel. Tegevust nimega *mapping* ehk allikalalt sihtalale projitseerimist (e kujutamist), loeb Roos võrdseks laialt levinud tähendusülekande-mõistega (2001: 154). Metafoorsed idioomid on motiveeritud niivõrd, kui võrd kõneleja oskab n-õ lahendada aluseks olevat metafoori. Idiomaatilisus põhineb sel juhul esialgse motivatsiooni kadumisel/kahanemisel, seega sellel, et esialgne kujund on pleekunud või sellest kujundist ei olda teadlik. Ehk nagu on öelnud Dobrovolski (1997: 36): idioomid, mis ei võimalda üldist kognitiivset intuiitvset sisselugemist e tõlgendamist, on tegelikult n-õ oma klassi parimad esindajad. Idiomaatiliste metafooride puhul oleks metafoorne tõlgendus küll taastatav, ent tänapäeva keele seisukohalt n-õ mitte kättesaadav. Ehk teisisõnu: paljude idiomaatiliste väljendite puhul seisab sisuplaan ilma tuvastamata sünkroonse seosega vastamisi vormiplaaniga, st kompleksel vormil puudub vaste sisuplaani struktuuris. Seega võimaldab sageli üksnes süüvimine diakrooniasse mingeid seoseid näha. Sellise karakteristikuga väljendeid tavatsetetakse fraseoloogias nimetada täisidiomaatilisteks.

Roosi käsitluse kohaselt on täisidiomaatilised idioomid (2001: 158):

- nn surnud metafoorid ja metonüümiad, seega sellised, mille puhul kõneleja ei näe harjumuspärasest seost sõnasõnalise ja idiomaatilise tõlgenduse vahel, ent kus (sarnasusel põhinev) seos on just eriti selge,
- otsese tõlgendusega idioomid, millele keelekasutaja ilma etümoloogiliste teadmisteta ei ole võimeline andma enam sõnasõnalist tähendust,
- pragmaatilised idioomid, mis suurel määral on n-õ sisutihjad ja omavad üksnes kommunikatiivset funktsiooni<sup>29</sup>.

Enamik uurijate arvates moodustavad täisidiomaatilised idioomid küll vaid tühise osa idioomide koguhulgast. Tunduvalt suurem ja tähendusrikkam osa idioomidest esindavad seda rühma, kus vormiplaani elemendid osalevad oma nn otsese tähendusega idioomide tegelikes tähendustes; selliseid väljendeid on kombeks liigitada osa-idiomaatilisteks. Nii väidab ka Roos (*ibid*: 159), et

- enamik metafoorseid ja metonüümilisi idioome on osaliselt motiveeritud,
- irregulaarsed ühendid on motiveeritud niivõrd, kui võrd selles esinev põhikomponent suhestub reaalsusega (st mõtestub otseses tähenduses),
- mitte ainult irregulaarsete idioomide, vaid ka tähenduse spetsialiseerumisega idioomide korral ei moodustu idioomi tähendus täielikult idioomi koostisosade summana,
- otseses tähenduses vasteta idioomide korral osalevad idioomi tähenduses reeglina kõik komponendid, v.a arhailisena määratletavad,

---

<sup>29</sup> Traditsiooniliselt esindavad seda tüüpi väljendeid nt tervitusvormelid.

- pragmaatilised idioomid ei oma mitte üksnes kommunikatiivset funktsiooni, vaid enamik neist omavad ka otsest tähendust.

Nii täis- kui osaidiomaatiliste väljendite puhul tekib idiomaatilisus ehk nn mittedivulsiivne kogutähendus idioomi koostisosade ühendumisest tähendus-tervikuks, mis ei lase end kas üldse või siis mitte täielikult taandada väljendusplaani nendele samadele üksikutele komponentidele.<sup>30</sup> Roos on sedastanud (2001: 158), lähtuvalt idioomi kaheplaanisusest, et ebareeglipärane suhe sisu- ja vormiplaani vahel esineb vähem või rohkem puuduva motivatsioonina või vähem või rohkem esiletuleva idiomaatilisusena. See, mis kehtib motivatsiooni puhul, kehtib ka idiomaatilisuse kohta: idioomiti erineva tugevusega verming ning sisu- ja vormiplaani nn suhtepingeline on märgistatud subjektiivsuse ja erineva realiseeringuga tegelikus keelekasutuses. Roos võtab oma idioomi-käsituse aluseks seisukoha, et idioomi idiomaatilisus ja motivatsioon on ühe ja sama ilmingu kaks aspekti.

Roosi arvates (*ibid*) peaks vastuvõetav idiomaatilisuse kirjeldus lähtuma sellest, et idioomid on samaaegselt

- ühelt poolt kompleksed lekseemid tervikliku vormi ja sisuga,
- teisalt vähem või rohkem demotiveeritavad sõnarühmad, mille puhul võivad koostisosad osaleda idioomi terviktähenduses.

Roos leiab (2001: 162), et idioomid esindavad struktuuri, mis on kirjeldatav geštaltlingvistika vaatenurgast<sup>31</sup>, ning seda põhjusel, et neid tajutakse tervikuna ja et nad eksisteerivad terviklikuna kõneleja/kuulaja teadmuses. Nagu märgitud, võimaldavad idioomi moodustavad elemendid ära tunda mitmekesisest struktuuri, milleks on jagunemine sisu- ja vormiplaaniks ning vormiplaani koosnemine üksikutest lekseemidest. Idioomide nn geštalt-olemus tuleneb suhtelisest stabiilsusest kui ka tõsiasjast, et neid käsitatakse tõlgendamisel iga kord tervikstruktuurina. Selle alusel resümeerib Roos (*ibid*), et võrrelduna tavalekseemidega või mitteidiomaatiliste fraseologismidega, on idioomid enamasti märgistatud irregulaarse vorm–sisu suhte kaudu, mis on aga demotiveerivate (e mittemotiveerivate) ja osaliselt motiveerivate idioomide puhul erinev. Täielikult demotiveeruvaid idioome esineb Roosi arvates vaid haruharva, reeglina on idioomid suuremal või vähemal määral motiveeritud või täpsemalt öeldes motiveeritavad. See seisukoht on omane, nagu juba korduvalt mainitud, kognitiivistlikule uurimisuunale. Idioomide tõlgendamisel on Roosi meelest tulu just geštalt-teooriast, kuna see tegeleb tajuga, selgitades eelkõige konteksti ja kuulaja eelteadmiste koosmõju terviklikus tajus ja ootuspärasel käitumises, mille puhul mõtteliselt ennustatakse olemasoleva info põhjal veel mitte teadaolevat.

<sup>30</sup> Vrd Dobrovolski ja Piirainen määratlusega „motivated, but not analyzable” (2005a: 84–5).

<sup>31</sup> Vt Wolfgang Köhler (2006): „Geštaltpsühholoogia järgi on inimese taju kõige paremini mõistetav, kui käsitleda seda organiseeritud struktuurina, mitte iseseisvate osade kogumina.”

Dobrovolski ja Piirainen toonitavad (1996: 110), et metafoorselt tingitud motiveeritust ei tule mõista mitte oma sõnasõnalise tähenduse aktualiseeringu mõttes. Samuti on selge, et idiomaatilised väljendid kajastuvad mentaalses leksikonis tervikuna, kuna ilma eelteadmisseta, et nii midagi öelda võidakse, neid ei produtseeritaks. Seega ei ole tegu tähendusülekandega traditsioonilises tähenduses, vaid teadmise-struktuuri operatsiooniga. Siinkohal tuginevad mainitud uurijad oma seisukohtades nn lakofiaanidele: metafoorselt motiveeritud fraseologisme töödeldakse igapäevateadmiste, freimi/skripti/stsenariumi teadmiste ehk mõistestruktuuri või muu kontseptuaalse struktuuri teadmise alusel.

Samad uurijad eelistavad rääkida (1996: 111jj, 2005a: 162jj) nn freimi- e skriptiteadmisel põhinevast inferentsist, mida evotseeritakse vastava idioomi kaudu. Freimi või skripti all tuleb mõista kontseptuaalset struktuuri, mis ümbritseb kindlat leksikoniüksust assotsiatiivse kontekstina e mida evotseeritakse selle leksikoniüksuse kaudu; erinevalt freimist implitseerib skript sündmuse ajalist kulgu. Ehk teisisõnu – tegu on teadmuse mudeliga. Eesti uurijatest on freimitemaatikat lähemalt käsitlenud Haldur Õim ja Madis Saluveer, kellelt pärineb ka järgmine määratlus: „Freimid on vahend puhtkeeleliste teadmiste sidumiseks relevantsete keeleväliste argiteadmistega” (2002: 2665–2666).

Idioomide aktuaalne tähendus tuleneb Dobrovolski ja Piiraineni käsitluses freimist või skriptist (e kognitiivsest struktuurist) teatud kindlate kontseptuaalsete operatsioonide tulemusena (2005a: 164jj). Nimelt projitseeritakse lähtefreimide relevantseid teadmiste struktuure sihtfreimile ja tehakse sel moel võimalikuks vormi ja sisu ühenduse motiveeriv interpretatsioon. Sellise meta-keelse tõlgendamise riistastiku eelised võrreldes traditsioonilise seletusega tähendusülekande abil asetsevad võimaluses käsitleda mitte ainult eksplitsiitseid, vaid ka idioomi kaudu n-õ esile kutsutud struktuuride implitsiitseid elemente. Vastavad elemendid ei ole mitte igal juhul olulised järeldamiseks ning seega motivatsiooniluse selgitamiseks. Et tunnuste valik on vähem või rohkem suvaline, peab tuletusprotsessi ülesehitamine lähtuma vastavast kontseptuaalsest struktuurist kui tervikust. Motivatsioonile vastavad töötlemisprotsessid võivad freimi (staatiline kontseptuaalne struktuur) või skriptiga (dünaamiline protseduuriline teadmisstruktuur) erineval määral seotud olla. Dobrovolski rõhutab ka oma ühistöös Baranoviga, et mitte kõik fraseologismid ei ole ühetaoliselt mõistetavad, st nende mõtestamine toimub ainult ühel tasandil, vaid fraseologismide seonduvaid mentaalseid kujundeid tuleb näha kolmel eri tasandil (2008: 115):

- individipõhised kvaasivisuaalsed ettekujutused,
- teadmiste tasand (s.o freimid, stsenaariumid),
- kontseptuaal-metafoorne tasand.

Samade uurijate meelest on tänini fraseoloogide poolt pea täiesti kõrvale jäetud just teise tasandina nimetatu. Üheks põhjuseks võib olla, et universaalsusele pürgiv metafoorne mudeldamine ei võta üldse arvesse keeles sisalduvat kultuurilist spetsiifikat. Kognitivistide mõistemetafooride teooria on üldistus: allik- ja sihtdomeenide vahele tehakse seostamisi, iga sellist mõistetakse küll

keeleliste realisatsioonivõimaluste üldistusena, aga need realisatsioonid ise seda suunda esindavaid uurijaid ei huvita. Samuti on kitsaskohana välja toodud, et kognitiivlingvistika peaks töötama dünaamilise kompetentsi-mõistega, mitte staatilise teadmistesüsteemiga, st ka töötlemismehhanismidega, mille abil see süsteem toimib (Schwarz 1997: 23).

Kognitivistika käsitab motiveerituse kriteeriumi olulisena põhjusel, et see mõjutab fraseologismi töötlemist. Kognitiivsest seisukohast peetakse enamikku idioomidest motiveerituteks, kuna kõneleja otsib intuitiivselt sisukat interpretatsiooni. Sel põhjusel olevatki absoluutselt opaaksed fraseologismid äärmiselt haruldased. Kognitiivse lingvistika jaoks on kõik sõnakombinatsioonid vähem või rohkem motiveeritavad ehk transparentsed, mida täiskasvanud kõneleja mõtestab intuiitivselt kui põhimõtteliselt interpreteeritavaid.

Kontseptuaalsete struktuuride sees võivad teatavad kognitiivsed operatsioonid luua põhja motivatsioonile. Suurem osa idioomidest esindavadki seda laadi motivatsiooni; näit idioomi *viies ratas vankri all olema* töötlemine aktiveerib freimiteadmise vankrist: sisu – ‘neli ratast’ – muutumise, ebaloomuliku sisu kaudu nähtub aktuaalse tähenduse järeldusalus. Tähendus on tõlgendatav *nagu*-vormelina ‘keegi on selline, nagu oleks ta viies ratas vankri all’. Aga nagu eelpool juba osutatud sai, eksisteerivad kõrvuti taoliste, teadmusel põhinevate ja seetõttu hõlpsamalt mõistetavate väljenditega, sellised, millele n-ö reaalsuses puudub vaste (nt eesti vanemas fraseoloogias leiduvad grotesksed võrdlused).

Freimipõhise metakeele rakendamist nimetavad Dobrovolski ja Piirainen (2005a: 165) **kujundliku tähenduse kognitiivseks mudeldamiseks** (*cognitive modelling of the figurative semantics*). Seejuures ei ole oluline nende kontseptuaalsete protseduuride psühholoogilise reaalsuse kirjeldamine, vaid potentsiaalsete motiveerivate linkide/viitade esiletoomine. Kognitiivset mudeldamist tuleb autorite sõnutsi mõista eelkõige teoreetilise lähenemisena, mis põhineb semantilise tõlgendamise kontseptuaalsel olemusel.

Samad uurijad rõhutavad, et kontseptuaalse metafoori teooria käibib üksnes mingi osa idioomide jt kujundlike väljendite kirjeldamisel, mistõttu pole mõistlik kontseptuaalselt vastendada (metafoorse mudeldamise teel) kõiki väljendeid<sup>32</sup>; metafoorsed konstruktsioonid, mis on oma loomult *ad hoc*-lahendused ja omavad ainulist väärtust, ei taandu metafoorsetele mudelitele (2005a: 94; 172). Ka eri keelte näidete kõrvutamise osutab, et omades sama kontseptuaalset potentsiaali, mis on koondunud ühte kujundisse ning mis on n-ö kodeeritud ühte kindlasse leksikaalsesse struktuuri, ilmutavad taolised idioomid kontseptuaalset potentsiaali siiski erineval moel (*ibid*: 171). Sama seisukohta on väljendanud ka üks tuntumaid kognitiivse uurimissuuna viljelejaid lingvistikas Zoltán Kövecses (koos Péter Szabóga): kuigi enamik idioome on oma olemuselt

---

<sup>32</sup> Vt ka Raymond W. Gibbsi osutust ühele metafooriuuringute keskele suundumusele, mille kohaselt „most of the research on metaphor comprehension has studied comparisons statements, where both the topic and vehicle terms are explicitly mentioned in the same sentence” (1990: 58).

kontseptuaalsed, st omavad kontseptuaalset motivatsiooni, ei ole see üldine printsiip, st leidub idioome, mis ei allu taolisele motiveeringule (1996: 330).<sup>33</sup>

Ka Burger, kes küll ei kahtle kognitiivse meetodika tõhususes, näeb sellel fraseoloogia-uurimises olevat teatavad piirangud: esimese ja põhilisena toob ta välja kognitiivse metafoorimudeli kõrge juhuslikkuse-määra (tõenduseks erinevate modifikatsioonide võimalikkus), aga samuti asjaolu, et see kehtib vaid ühe osa idioomide kohta; ka peab ta puuduseks teatud kindla kultuuriga ja/või keelega tugevalt seotud mudeli esitamist universaalsena (Burger 2003: 92). Kontseptuaalse lähenemise üks põhiideid lähtub kujundi tõlgendamise kognitiivsest loomusest, selle kohaselt ei eelda metafoorne kujutus (*mapping*) tingimata kujundliku üksuse n-õ normaalset, otsetähenduslikku e sõnasõnalt lugemist/mõistmist.<sup>34</sup> Ainus kohustuslik eeldus on mõlema – nii allik- kui sihtmõiste olemasolu, mis tagavad vastavate teadmisstruktuuride aktiveerimise.

Dobrovolski ja Piirainen toonitavad sedagi, et allikmõiste, mis annab kognitiivseid struktuure metafoorse kujutuse/projitseeringu tarbeks, võib põhineda teadmisel, mis ei pruugi tingimata omada vastet reaalses maailmas (e olla kogemuslikud), st kontseptuaalsed protseduurid ei ole täies ulatuses **pühholoogiliselt reaalsed** (2005a: 165).<sup>35</sup> Nad peavad iseäranis ikoonilise motivatsiooni – kuna parimaid tulemusi annab kognitiivne mudeldamine nende arvamuse kohaselt just seda tüüpi motivatsiooni puhul – kirjeldamise meta-keelelistest vahenditest otstarbekaimaks asjakohaste motiveerivate linkide seletamist kujundi struktuuri kui terviku kognitiivse mudeldamise ehk *rich image* analüüsi alusel (*ibid*: 164). Kui kontseptuaalne metafoor/metafoorne mudel määratleb projitseerimise/kujutuse suuna, siis *rich image* e idioomi kujundlikkus, mille on esile kutsunud konkreetne leksikaalne struktuur, kindlustab semantilise ainese aktuaalse tähenduse konstrueerimiseks.

Kognitiivset mudeldamist peab kohaldama tähendussete tehnikale, st kirjeldades kujundliku üksuse semantikat, peaks arvesse võtma ka allikfreimi. Mõningaid semantilise struktuuri olulisi komponente tuleb n-õ tagasi viia mentaalsele kujundile ja piiritleda antud kujundliku väljendi kontekstuaalse käitumise olulisi tunnuseid. Võrreldes traditsioonilise arusaamaga tähenduse-ülekandest, on kognitiivse mudeldamise korral võimalus võtta arvesse mitte üksnes eksplitsiitseid, st keeleliselt väljendatud, vaid ka konventsionaalsete kujundlike väljendite poolt tekitatud kontseptuaalsete struktuuride implitsiitseid elemente.

Keeleliselt väljendatud elemendid ei ole mitte alati olulised, st kõnekad järelduse tuletamiseks ja siit tulenevalt motivatsioonisuundade selgitamiseks.

---

<sup>33</sup> Samad autorid rõhutavad sedagi, et mitte kõik metafoorsed keeüksused, mis on mõistetavad kontseptuaalsete metafooride kaudu, ei ole idiomaatilised (1996: 334).

<sup>34</sup> Keelelise erinevuse ja kognitiivse erinevuse problemaatikast vt lähemalt Bloom, Keil 2003.

<sup>35</sup> Tooksin välja ka G. L. Murphy konstanteeringu (1996), et „pühholingvistid ei uuri komplekssete metafooride mittekeelelist mõistmist, mistõttu ei saa järeldada, et inimesed ilmingimata mõistestavad mittekeeleliselt abstraktseid mõisteid metafoorses sõnastuses”.

Kuna semantiliste tunnuste valik sihtmõiste määratlemiseks on vähem või rohkem arbitraarne, ei ole üksnes antud kontseptuaalse struktuuri eksplitsiitsed elemendid need, mis tingivad semantilise tulemuse, vaid ka taolised kontseptuaalsed elemendid, mis ei ole väljendatud eksplitselt.

Kognitivist **Georg Lakoff** väidab, et nn klassikalise käsitluse kohaselt omavad idioomid arbitraarseid tähendusi, ent kognitiivse lingvistika mõõdupuude järgi eksisteerib võimalus, et nad ei ole mitte arbitraarsed, vaid pigem motiveeritavad, st nad tekivad küll automaatselt produktiivsete reeglite alusel, aga nad sobituvad kontseptuaalse süsteemi poolt pakutavate mudelitega (2007: 275). Ka Dobrovolski ja Piirainen (2005a: 170; 174) postuleerivad, et **kognitiivne mudeldamine on metakeelise vahendina välja töötatud formaliseerimaks elementaarseid kognitiivseid mehhanisme, mis aitavad selgitada motivatsiooni põhjustavaid linke (idioomi leksikaalse struktuuri ja tema aktuaalse tähenduse vahel)**; teisisõnu on see mudel kujundliku üksuse sisutasandi kirjeldus, sisaldades teadmiste struktuuri vastavat fragmenti ja lisaks ka kognitiivsete operatsioonide summat. Kujundliku üksuse motivatsiooni väljaselgitamine peaks koosnema kahest põhiülesandest (Dobrovolski, Piirainen 2005a: 171):

- kirjeldada iga üksiku kujundliku üksuse motivatsioonilisi eripärasid;
- avastada üldreegleid, mille järgi ikooniliselt motiveeritud figuratiivseid üksusi menetletakse.

Selge on, et iga kujundliku üksuse tähendus on n-õ ainukordne, kuna see ei sõltu mitte üksnes universaalsetest kognitiivsetest operatsioonidest tegeliku kogutähenduse, st väga üldsõnaliselt määratletud potentsiaali konstrueerimisel kontseptuaalse materjali alusel, vaid ka sellest materjalist endast. Veel enam – aktuaalset tähendust mõjutavad mitmed muud lisafaktorid nagu kultuuriilmingud, leksikaalse üksuse nn **etümoloogiline mälu** (*etymological memory of lexical item*) jpm. Lakoff on esile toonud, et erinevad etümoloogiad on lõpuks kõik rahvaetümoloogiad, ning et kõneleja jaoks ongi ainult viimased olulised (1987: 451). Samas osutab ta sellelegi, et leidub siiski idioome, mis ei võimalda mingit sisukat seletust, ning pole vaja nõuda, et kõik kõnelejad mõistaksid kõiki idioome. Eksisteerivad nn *ad hoc*-väljendid, mis on kõigi kõnelejate jaoks täiesti arbitraarsed, ning nn ilmselged konventsionaalsed väljendid, mis on ainult mõningatele kõnelejatele arusaamatud.

Burger on mõneti kriitiliselt sedastanud (2003: 71), et kognitivistlik meetod on orienteeritud sellele, et mentaalses leksikonis saavutada võimalikult suur võrgustiku tihedus. Selle saavutamine õnnestub kõige kiiremini siis, kui semantiliselt isoleeritud üksuste arv võimalikult väiksena hoitakse, st idioome jm ei käsitata semantiliselt suletud pikkade sõnadena, vaid liigenduvate üksustena, ning juhul, kui ka idioomid alluvad võimalikult ulatuslikult regulaarsetele semantilistele protsessidele. Kognitiivne mudeldamine (või ka „kognitiivse modelleerimise” tehnika) võib üksnes tabada tegeliku tähenduse ennustatavat poolt, ning oleks ebarealistlik oodata siit võimalust selgitamiseks iga kujundlikku üksust kõigi oluliste tähenduskomponentide põhjuslike seoste

terminites või koguni neid ette ennustades.<sup>36</sup> Nii nendivadki Dobrovolski ja Piirainen (2005a: 184), et kognitiivne mudeldamine ei anna vastuseid selle kohta, mida inimesed tegelikult mõtlevad, kui nad kasutavad konventsionaalseid kujundlikke väljendeid. Sellest tingituna väljendavad nad ka oma pessimistlikku hoiakut psühholingvistiliste eksperimentide suhtes, leides, et isegi need ei saa tagada täiesti usaldusväärseid andmeid.

Ka oma hilisemas, koos Baranoviga kirjutatud uurimuses toonitab Dobrovolski, et idioomide sisemise vormi näol on tegemist kognitiivse fenomeniga, kuna see on keelekandja jaoks **psühholoogiline reaalsus** – mida kinnitavad arvukad Ameerika ja Itaalia kognitiivpsühholoogide korraldatud psühholingvistilised eksperimendid – ent lahtiseks jääb motivatsiooni omistaja olemus (üks subjekt või keeleline kogukond) ja motivatsiooni-alane teadlikkus (Baranov, Dobrovolski 2008: 221). Selline probleemitõstatus on täiesti õigustatud, kuna tõepoolest ei ole tänini vaatamata arvukatele ja põhjalikele aju- ja mälu-uuringutele suudetud kujundkõne mõistmisega seotud töötlemisprotseduure siiski lõpuni seletada.

Jääb vaid üle nõustuda arvamusega, et raskesti seletatava idiomaatilisusemõiste avamisel tõuseb kognitiivsest uurimisviisist kindlasti tulu, ent arvan, et siinkohal ei saa rääkida selle ilmingu nn kõikehaaravusest, st leidub hulgaliselt väljendeid, mille puhul taolist metakeelt rakendada ei saa.

Mitte kõigi idioomide puhul ei tööta kontseptuaalsed metafoorid, st katse n-ö paljastada asjakohaseid motiveerivaid linke/viitasisid võib läbi kukkuda juhul, kui idioomil puudub motivatsioon sünkroonses vaatepunktist (kuna puuduvad teised sama järeldussuunda omavad metafoorsed väljendid), ning mõtestamiseks on vajalik hoopis konventsionaalne teadmus.

### 2.3.2. Sümboliline motiveeritus

Nagu eespool korduvalt tõdetud, on fraseologismid suuresti kultuuriliselt n-ö kodeeritud, st kujundlike üksuste mõistmine sõltub suuresti olemasolevast kultuurilisest teadmusest. Klassikalises tähenduses, s.o saussure'likus käsitluses tähistab sümbol mitte-arbitraarset märki, C. S. Peirce'i mõistes hoopiski konventsionaalset arbitraarset märki (vastandina mitte-arbitraarsele ikoonile), mille tähendused on mingi ühe kultuuri sees kokkuleppelised (Grzybek 2007: 191). Dobrovolski ja Piirainen (2005a: 264) eelistavad sümboli-terminit kasutada üldisemas tähenduses, täpsemalt üksusena, mis vastab sarnastele üksustele teistes kultuurilistes koodides.

Nagu juba eespool esile toodud, ei erine idioomid semiootilises tähenduses muudest leksikaalsetest keelemärkidest ning on seega samamoodi arbitraarsed. Käsitledes idioome, sedastavad Dobrovolski ja Piirainen (1996: 36) nende kui

---

<sup>36</sup> „It would be unrealistic to expect it to explain all the relevant meaning components of every figurative unit in terms of causal relations, or even to predict them.” (Dobrovolski, Piirainen 2005a: 184)

keelesümbolite arbitraarsusest kõneledes, et „ka arbitraarsena näivad sümbolid põhinevad enamasti varem motiveeritud konventsioonil, lihtsalt **motivatsioonid võivad ajalooliste protsesside käigus kaduma minna**”. Teisisõnu, motivatsiooni toetav kultuuriline teadmus/traditsioonid/konventsioonid/ ei ole tänapäeva keelekasutaja jaoks olemasoleva reaalsusega haakuv, mistõttu kalduvadki taolised väljendid kvalifitseeruma idiomaatilistena.<sup>37</sup>

Idioomi tähenduse tõlgendamisel lähtutakse selle koosseisu kuuluvatest sümbolsõnadest (nt sõna *rist*: *oma risti kandma*, *ristiks kaelas olema*, {*kellegagi*} *ristis olema*, *suure risti all*). Sümbol on enamasti metonüümiline, tugineb ühele kindlale sõnale, ja motivatsiooni iseloom on kultuuriline, st sümbol motiveerub eelkõige millegi evalvatiivse najal (nt *rist* kui koorem on halb). Seega, selleks, et saada n-õ dekodeeritud edukalt, eeldavad kinnistunud ehk püsiühendid kindlaid teadmisi. Samas tuleb arvesse võtta kultuurilisi erinevusi sümbolite tähenduse osas, st sümbolid ei ole sugugi kõik üldkehtivad (näiteks võivad loomad olla eri kultuurides erinevate omaduste kandjaks). Mitte kõik keelevaldajad ei pruugi ära tunda viidet/osutust või ei ole võimelised tajuma analoogiat. Juhul kui kindlaskujunenud idiomaatiline tähendus on kellelegi tundmatu, on võimalikud kaks või enamat tõlgendust. Kinnistumine (*institutionalization*) või ka leksikaliseerumine on diakrooniline protsess, mistõttu ajaloolisi aspekte ei saa ignoreerida. Selles valguses on igati asjakohane Mooni rõhutus, et oluline on meeles pidada, et suur osa püsiühendite leksikaalsest, süntaktilisest ja semantilisest anomaalsusest tuleneb ajaloolisest protsessist (1998: 40). Seega ei saa niisuguseid keeleüksuseid analüüsida üksnes sünkroonses aspektist. Selle temaatikaga tegelen lähemalt käesoleva töö I, IV ja V artiklis, milles käsitlen vanemate eesti fraseoloogismide semantikat.

Kuigi tegelikult on kultuuri roll oluline mõlemat tüüpi motivatsiooni puhul, on see siiski erineva kaaluga: ikoonilise motivatsiooni puhul on ülekaalus kultuurilise teadmise erinevad aspektid, alates igapäevastest kogemustest kuni väga eriliste kogemuslike valdkondadeni. Sümbolil põhinev motivatsioon on välja arenenud koherentsusest, mis valitseb keele sümbolilisuse kontseptsiooni ja teiste kultuuriliste koodide samasuguse sümbolilisuse vahel (Dobrovolski, Piirainen 2005a: 96).<sup>38</sup> Nende kahe tüübi erinevus seisneb selles, et esimene sisaldab sarnasust/samasust nn sisemisse vormi kodeeritud olemi (otsetähenduslik referent) ja tegeliku (s.o kujundliku) tähenduse poolt märgitud olemi vahel, ning seda terve sõnadejada ulatuses. See tähendab, et tähenduse komponentidel puudub iseseisev tähendus selles mõttes, et neid ei saa isoleerida väljendi leksikaalsest ja semantilisest struktuurist, kahjustamata kujundlikku tähendust. Teist tüüpi sümbolilisus aga väljendab teatud **kultuurilisi konventsioone**, mis seostuvad üheainsa komponendiga, st väljendi mingi üks

---

<sup>37</sup> Samas asjaolu, et sümbolil põhineva motivatsiooni aluseks olev semantiline töötlus on metonüümilist järku, ei tähenda aga, et see ei võiks olla samaaegselt metafoorne.

<sup>38</sup> „[...] motivation is brought about by the coherence between the symbolic concept in the language and similar symbolic phenomena in other cultural codes (cultural symbols).” (Dobrovolski, Piirainen 2005a: 96)

koostisosa omab suhteliselt autonoomset sümbolilist tähendust, mistõttu selle kaotamine ei kahjustaks väljendi semantilist struktuuri. **Sellisel juhul tagab motivatsiooni kultuuriline teadmus, mis on mõiste sümbolilise tõlgenduse taga.** Seega on sümboli näol tegemist semantilisel ja semiootiliselt autonoomse ja muutumatu üksusega, mis seisab ikoonilisuse ja konventsionaalsuse vahel ning mis on n-õ kultuuris sees<sup>39</sup> (ning sümboli tähenduste muutused on kooskõlas muutustega kultuuris).

Ka psühholingvistid **Cristina Cacciari** ja **Samuel Glucksberg** on rõhutanud, et idoomi tähenduse kaks tasandit – konkreetne ja abstraktne – on seotud järelduse kaudu. Tegemist on n-õ summaarse tähendusvõimaluste potentsiaaliga, mis põhineb kultuuriliselt jagatud ideedel/mõistetel ja sümbolitel (1995: 43).

Glucksberg on hiljemgi sedastanud, vaagides idoomide olemust, et argoo, släng, metafoorid ja idoomid sisaldavad olulisi kultuurilisi uskumusi, sotsiaalseid norme ja hoiakuid, ning talitlevad nii märkidena kui sotsiaalse koheesiooni kindlustajana (2001: 88).

Kuna konventsionaalsed kujundlikud üksused on oma loomult irregulaarsed struktuurid, on Dobrovolski ja Piiraineni arvates ilmselge, et kognitiivsel mudeldamisel/analüüsil on teatavad piirid. Sobivaimaks teoreetiliseks raamistikuks, mis võimaldab kõige edukamalt analüüsida konventsionaalse kujundliku keele valdkonnas eksisteerivaid ebareeglipäraseid üksusi, peavadki nimetatud uurijad nende endi arendatud koherentset **konventsionaalse kujundliku keele teooriat** (*Conventional Figurative Language Theory*), mis hõlmab nii kognitiivset kui kultuurilist analüüsi.

Teisedki fraseoloogia-uurijad on üritanud arendada uut ja sobivat meetodikat fraseoloogiliste üksuste semantika analüüsimiseks. **Antonio Pamiés** koos **Beatriz Cortinaga** on lähtudes märgiteoreetilisest mudelist, kognitiivsest metafooriteooriast ja universaalsete semantiliste primitiivide teooriast, pakkunud fraseologismide kirjeldamiseks välja mõneti teistlaadse metakeele (2009: 223–224). Kasutades mõisteid ikoonilised mudelid (*iconic models*) (e sellised, mis suhestuvad ühelt poolt allikdomeeniga ja teisalt semantiliste primitiividega) ja arhimetafoorid (*archi-metaphors*) (s.o projektsioonid, mis annavad metafoore) on Pamiés töötanud välja hierahilise raamistiku. Selle tipus on ikoonilised mudelid, järgmisel tasandil arhi-metafoorid ja kõige alumisel tasandil teatud kindlad metafoorid, mis langevad kokku konkreetsetes keeles olemasolevate põhiliste idoomistruktuuridega. Taoline raamistik võimaldaks analüüsida ka nn lokaalseid metafoore sisaldavaid kultuuriliselt seotuid idioome, st fraseologisme, mida ei ole võimalik mõista ilma pragmaatilise ja kultuurilise teadmusega.

Kõigi eeltoodud seisukohtade sisuks on, et enamik sellest, mida inimesed teavad idoomide ja teiste konventsionaalsete väljendite tähendustest, sõltub nende teadmistest fraasi püsistunud ehk ajalooliselt antud kujundliku tähenduse

---

<sup>39</sup> Sellest aspektist oleks tulutoov fraseologismide mõistmise uurimisel pöörata tähelepanu ka nende kasutamisele keelelises koodivahetuses.

kohta, ning see ei sõltnu võimaliku kontseptuaalse metafoori tuvastamisest. Fraseologismide mõistmisest, sh kontseptualiseerimise osatähtsusest selles, kirjutan lähemalt järgmises, psühholingvistilisi uuringuid käsitlevas peatükis.

### 3. Fraseologismi mõistmise uurimine psühholingvistilisest vaatenurgast

#### 3.1. Fraseologismi kompositsioonilisusest

Traditsioonilise käsitluse kohaselt on kõiki fraseologisme määratletud valmisüksustena, mida omandatakse ning ka tõlgendatakse tervikuna. Kaks eelmainitud fraseoloogia-uurijat, Harald Burger ja Dmitri Dobrovolski, on tegelenud oma fraseoloogia-alases uurimistöös põhjalikult fraseologismi struktuuri iseärasustega. Burgeri arvates osutab fraseologismi jagatavus ehk tema koostisosade semantiline autonoomia vormilise ja semantilise struktuuri vahelisele **isomorfsusele** (2003: 69). Samas toonitab ta aga viimasega kaasnevat mõnetist meelevaldust, kuna see sõltub tähenduse parafraseerimisest; sel põhjusel ei pruugita alati isomorfsust ära tunda.

Isomorfismist lähtuvat lähenemisviisi idioomidele esindab ka **Dirk Geeraerts**. Geeraerts kasutab (1995: 59; vt ka 2002: 436jj) idioomide otsesest ja kujundlikust tähendusest rääkides mõisteid „algne tähendus” (*original/literal meaning*) ja „tuletatud tähendus” (*derived/figurative meaning*) ning eristab idioomide juures paradigmaatilist ja süntagmaatilist mõõdet. Esimesel juhul sisaldab see suhet 1) idiomaatilise väljendi kui terviku algse tähenduse ja tema tuletatud tähenduse vahel, 2) idiomaatilise väljendi koostisosade algse, st otsese tähenduse ja nende samade osade tõlgenduse, mille need on omandanud tuletatuna väljendi kui terviku tähendusest, vahel. Süntagmaatiline mõõde sisaldab suhet väljendi koostisosade tõlgenduse ja väljendi kui terviku tõlgenduse vahel. Samuti rõhutab Geeraerts, et **kompositsioonilisuse-mõiste** võimaldab nii dünaamilist kui staatilist tõlgendust. Esimesel juhul tuleb kompositsioonilisust mõista süntagmaatilise tuletusprotsessina, mille käigus tuletatakse väljendi tähendus tema koostisosade tähenduste põhjal. Staatilise tõlgenduse korral tuleb kõne alla üksühene vastavus väljendi kui terviku semantilist väärtust omavate osade ja väljendi koostisosade tähenduste vahel hoolimata selle vastavuse tulenemisele aluseks olnud tõlgendus/tuletusprotsessi liigist. Kompositsioonilisuse kui tugevalt protsessi-keskse (evides dünaamilise tõlgenduse võimalust) termini asemel eelistab Geeraerts staatilise, suunamata (*nondirectional*) tõlgenduse tarbeks neutraalsemat mõistet, millena ta pakub **isomorfismi**, s.o üksühene vastavus väljendi vormilise struktuuri ja tema semantilise tõlgenduse struktuuri vahel, st on üks-ühene vastavuse idioomis esinevate nn kujundikeelsete sõnade ja (verbaliseeritud) tõlgenduses kasutatavate metakeelsete denotaatide/referentide vahel.<sup>40</sup> Selle vastavuse eelduseks on asjaolu, et valitseb süsteemne vastavus väljendi kui terviku ja selle väljendi koostisosade vahel (Geeraerts 2002: 438). Geeraerts peab vajalikuks ka

---

<sup>40</sup> Geeraerts lähtub siinkohal ikoonilisuse-mõistest, st käsitleb isomorfismi kui ikoonilisuse ilmingut, mille puhul tähenduse tunnused n-ö peegelduvad keelelise vormi tunnuste kaudu.

tuletamise-mõiste uuendamist, toonitades, et väited idiomaatilise tähenduse mitte kompositsioonilisusest e kompositsioonilisuse mitteotsese tuletamise kontseptsioonist (*nondirectional conception of compositionality*) tuleks ümber hinnata. Tema arvates on selgelt võimalik vahet teha kahel tuletamatuse (*nonderivability*) tüübil: süntagmaatilisel (*syntagmatic underivability*) ja paradigmaatilisel (*paradigmatic non-derivability*). Kui esimene ei ole midagi muud kui väljendi mitte-kompositsioonilisus e „mitte-isomorfus”, siis teisel juhul on tegemist semantilise ulatuse läbipaistvusega, mis juhib väljendi otsese tähenduse juurest tema ülekantud lugemini. Võttes aluseks läbipaistvusekriteeriumi, teeb Geeraerts vahet isomorfismil kui süntagmaatilisel ja motivatsioonil kui paradigmaatilisel läbipaistvusel (näidetena kasutab ta üksnes hollandikeelseid idioome). Kui see üleminek on läbipaistmatu ning üht ei saa teisest tuletada, kuna motiveeringut tagav kujund on kadunud, soovib Geeraerts kasutada seda tüüpi tuletamise märkimiseks **idiomaatilisuse**-terminit (*ibid*: 439). Motivatsiooni puhul leiab ta olevat mõistliku selle käsitlemise astmelisena (mis ühtib levinumate seisukohtadega fraseoloogia teoreetikutelt, sh Vinogradovi omadega), sest motivatsioon (aga ka isomorfism) võib olla osaline.

Geeraerts toob ühe motivatsiooni mõjutava tegurina välja ka **kultuurilised muutused**, st taustaks, mis motiveerib nn kujundlikku nihet, on keelekogukonna materiaalne või mittemateriaalne kultuur (1995: 66). Kuigi sama uurija mõonab, et kui toimuvad muutused kultuuris, võib kujundi motivatsioon minetada oma jõu, ei soovi ta väita, et **entsüklopeedilised teadmised** hõlbustavad alati väljendi mõistmist ehk motivatsiooni leidmist.

Mis puutub motivatsiooni hõlbustavasse etümoloogiasse, siis teeb Geeraerts vahet n-ö professionaalide ja tavaliste keelekasutajate vahel: esimeste loominguuline lähenemine ei ütle midagi spontaansete tõlgenduslike esinemuste kohta, mida produtseerivad idioome kasutades teisena nimetatud. Selles osas tõstab Geeraerts esile **Raymond W. Gibbisi Jr.** psühholingvistilistel katsetel põhinevaid uurimusi, mis tema arvates osutavad ilmekalt, et motiveerivad kujundid on **psühholoogiliselt tõelised**. Sellised katsed osutavad motivatsiooni kognitiivset tõelisust (*cognitive reality of motivation*) (2002: 452). Kui algsed seosed kaovad, siis motivatsioon küll kannatab selle tagajärjel, ent samas võivad esiplaanile kerkida teised seosed ning väljend võib omandada motivatsiooni ikkagi. Suurema motivatsiooni otsimine toob endaga tõlgenduse muutuse. Käesolevas töös käsitlen sama problemaatikat III ja VI artiklis.

Burgerile ja Geeraertsile kui isomorfisuse-teesi eestkõnelejaile sekundeerivad Dobrovolski ja Piirainen, kes rõhutavad aga (2005a: 81), et fraseologismide motiveeritus kujutab endast sõltumatut ilmingut, mis ei ole taandatav idioomi/fraseologismi semantika teistele omadustele. Nende arvates on motivatsiooni näol semantilisest perspektiivist tegemist millegagi, millega kaasneb iga kord terve sõnaühendi või sõnaühendi ühe komponendi sõnasõnalise tähenduse (sünkroonne) teostumine ja seega fraseoloogilise tähenduse

mõistmine.<sup>41</sup> Sellised sõnad ja sõnakompleksid, mis oma vabas tähenduses osalevad fraseoloogilises tähenduses, moodustavad fraseologismi n-õ semantilise aluspõhja, kuna nad tagavad fraseologismi motiveeringu.

Samas Dobrovolski kritiseerib (1997: 44) semantiliselt ühtesobivate/mittesobivate jadade parameetri kõrvutamist isomorfismi-parameetriga idioomi vormi- ja sisuplaani vahel, ning seda põhjusel, mille on sõnastanud tegelikult Gibbs: idioomi analüüsitavus ei sõltu sõnajada reeglipärasest ehk nn õigest otsesest tähendusest.<sup>42</sup> Samas ei jaga Dobrovolski viimase arusaama idioomi motivatsiooni ja tema semantilise struktuuri analüüsitavuse võrdsustamisest. Põhjuseks asjaolu, et idioomi tähendust ei taga mitte pelgalt idioomi koostisosad, vaid arvesse tuleb võtta ka muid faktoreid.

On küllalt idioome, mis ei ole semantiliselt analüüsitavad selles mõttes, et nende idioomide koostisosadele ei saa omistada iseseisvaid tähendusi, ent idioom tervikuna omab motivatsiooni, kuna tema leksikaalne struktuur tagab metafoorse mõistmise, teisisõnu aktuaalse tähenduse. Nii peavadki Dobrovolski ja Piirainen vajalikuks teha ranget vahet semantiliselt hõlpsalt analüüsitavate kui ka mitte nii selgete juhtude vahel (2005a: 84jj). Esimeste puhul on tegemist ilminguga, mil valitseb samasus aktuaalse tähenduse struktuuri ja aluseks oleva metafoorse struktuuri vahel<sup>43</sup> ning võimalikud on süntaktilised transformatsioonid. Teisalt leiduvad väljendid, mis omavad küll semantiliselt suhteliselt autonoomseid koostisosi, ent mis süntaktiliselt ei ole teisendatavad.

Ka semantilise mitmetähenduslikkuse (*ambiguity*) alusel idioomide suhestamine motivatsiooniga ei ole paljudel juhtudel sugugi üheselt selge. Idioom võib koosneda semantiliselt sobimatutest sõnakombinatsioonidest (*ill-formed strings*), omada üksnes ja ainult kujundlikku tähendust ning olla ikkagi motiveeritav.

Dobrovolski arvates idioomi tähenduse kompositsioonilisus/mittekompositsioonilisus, mida ta peab idiomaatilisust määratlevaks põhitunnuseks, küll korreleerub idioomi vormi- ja sisustruktuuri vahelise isomorfisuse parameetriga, ent need ilmingud ei ole kindlasti omavahel identsed: **kui kompositsioonilisus käibib eelkõige idioomide produtseerimise kohta, siis isomorfismi puhul on tegemist idioomide vastuvõtuga**. Dobrovolski rõhutab, et struktuurilis-semantilist liigendumist ei tuleks erinevalt kompositsioonilisuse-parameetrist mõista mitte produktiivse liitmise tähenduses, vaid n-õ *post factum* (1997: 34). Sellest järeldubki, et motiveeritus ja analüüsitavus ei ole identsed mõisted, kuna üksikosade tähendus ei anna veel terviktähendust, st idioomi motivatsioon ei tulene tema analüüsitavusest. Dobrovolskiga sama meelt on ka Häcki Buhofer, kes tõdeb (1999: 70), et fraseologism kui kognitiivne üksus n-õ mahutab mõtestamiseks ainult hädavajalikud komponendid, mitte ei määratle tingimata

---

<sup>41</sup> „[...] Motivation is understood as the possibility of an interpretation of the mental image in a way that makes sense of a given word or word combination in the meaning conventionally ascribed to it.” (2005a: 81)

<sup>42</sup> Gibbs välistab eelkõige otsese tähenduse automaatse analüüsi mitmetähenduslike väljendite puhul (2002: 460jj)

<sup>43</sup> Dobrovolski kasutab siinkohal homomorfismi-terminit, rõhutades sel moel, et tegemist ei ole invariantisusega.

ei lineaarset järjestust ega mitteanalüüsitavust. Sellega seletuvad ka eksemused fraseoloogismide kasutuses mitte-emakeelsete kõnelejate poolt.

Kognitiivistlikust vaatevinklist tuleks teha vahet sellel, kuidas ühelt poolt keelekasutaja tõlgendab sõnarühma tervikuna, suhestades selle otseselt idiomaatilise tähendusega, teisalt aga sellel, et sõnasõnalise tõlgenduse kaudu võib aktiveeruda või vähemalt alateadlikult mõjuda nn algne metafoor (st keeleüksus on omandanud metafoorselt motiveeritud teise tähenduse). Mitte ainult kognitiivses lingvistikas, vaid ka arvukates psühholingvistika-alastes eksperimentides ja testides on vaetud idioomi koostisosade osatähtsust tema kui terviku tõlgendamises. Idioomide mõtestamisprotsessi uurimine on jätkuvalt aktuaalne, sest nagu tõdevad **Cacciari, Roberto Padovani ja Paola Corradini**: „idioms are so widespread in natural everyday language that they cannot be ignored or considered a marginal phenomenon” (2007: 418). Samas rõhutavad nad aga, et idioomide mõtestamine ei tähenda pelgalt kinnistunud tähenduse väljaotsimist mentaalsest leksikonist, nagu oli kombeks väita varasematele psühholingvistiliste uuringutele. *Standard pragmatic model/view/theory* e traditsioonilise pragmaatilise mudeli/vaateviisi/teooria kohaselt toimub otsene mõistmine automaatselt<sup>44</sup> ja tingimusteta, mitteotsese mõistmine on tunduvalt keerulisem, kuna see nõuab vähemalt kolme etappi: otsese tähenduse tuletamine, selle sobitamine kontekstiga ning ebaõnnestumise korral mitteotsese tähenduse otsimine (Glucksberg 1991: 146jj). Sellest arusaamast tuleneb ka väide idioomide kohta: sõnatähendused ei mängi üldse mingit rolli idiomaatilises tähenduses, vaid pigem on määrava jõuga lausetasandil toimuv. *Standard pragmatic view* kohaselt on mitteotsese ja kujundliku keele töötlemine tunduvalt raskem kui otsese puhul: kui esimene nõuab juurdepääsu üksnes semantilisele infole (e kontekstivabale tähendusele), siis kontekstis öeldu mõistmine nõuab pragmaatilist infot, mis on semantilise teadmusega võrreldes raskemini kättesaadav.

Kui nn mittekompositsioonilise vaateviisi kohaselt koosnevad idioomid sõnadest, mis ei etenda oma põhitähendusega rolli idioomi terviktähenduses, siis kompositsioonilise käsitluse kohaselt on idioomil oma semantiline struktuur, milles on oma osa ka otsesel tähendusel. Idiomaatiline tähendus kasvab välja sõnade otsesest tähendusest ning veel täpsemalt nende sõnatähenduste spetsiifilisest tõlgendamisest teatud kontekstis.

Taolist lähenemisviisi on esindanud eelkõige Gibbs, kes on olnud kompositsioonilise lähenemisviisi pooldajate innukamaks eestkõnelejaks. Selle arusaama kohaselt hõlbustab sõnade tähenduste semantiline panus kompositsioonilise idioomi tähenduse mõistmist erinevalt mittekompositsioonilisest idioomist.<sup>45</sup> Olulisim tõdemus, mida sama uurija on idioome käsitledes sedas-

---

<sup>44</sup> Automaatsuse all tuleb siinkohal mõista seda, et idioomi kui terviku tähendus on kord juba omandatud ja see on saanud otseseks, st seda ei mõelda kui metafoorse tähenduse tuletamist idioomis sisalduvate sõnade nn otsestest üksiktähendustest.

<sup>45</sup> Eestikeelse sissevaate sellesse problemaatikasse leiab Krikmanni artiklist „Kaasaegse metafoorteooria panus parömioloogiasse” (2003).

tanud, seisneb selles, et mõtestamisprotsessis ei läbita vaheastet, milleks on otsene tähendus, vaid otsustatakse kohe kujundliku tähenduse kasuks; sellist mudelit tavatses ta nimetada *direct access model/view/hypothesis* (1994). Gibbs sedastas esimesena, et tuttavlikke idiomaatilisi väljendeid on hõlpsam mõista kui nende sõnasõnalises tähenduses variante. Selline käsitlusviis põhineb arusaamal, et väljendid koos tähendustega on ladustatud **mentaalsesse leksikoni** ning nad on alati saadaval esimestena, st idioomi tuvastamisel on kõneleja jaoks saadaval kahesugused tähendused: idioomi spetsiifiline tähendus (e kujundlik tähendus) ja tema koosseisu kuuluvate leksikaalsete komponentide tähendus (e idioomi otsene tähendus).

Roos on tõdenud, et püsivuse ja idiomaatilisuse vahel ei eksisteeri mitte ainult silmatorkavad paralleelid, vaid ka fundamentaalsed seosed: nimelt näib terviklik, st komponentideks liigendamatu tähendus justkui olevat põhitakistus muutumisele (2001: 164). Seega sõltub idioomi püsivus, täpsemalt küll muutumine, idioomi sisuplaani semantilisest struktuurist. See kehtib aga vaid idiomaatilisuse äärmuslike juhtude korral, nagu täielikult demotiveerimatud idioomid (e juhud, kus vormiline külg mitte mingil viisil ei mõjuta sisulist külge). Roosi arvates on enamikule idioomidele iseloomulik lekseemi ja süntagma kahevahel olek, täpsemalt idioomid ei ole primaarselt süntagmad, vaid leksikaalsed tervikud, ning leiab, et **terviklikkus ei välista analüüsivust, vaid idioomi süntagmaloomus aitab põhilisena kaasa tema tõlgendamisele**. Sellisel määral, mil kõneleja on teadlik süntagma olemusest ja sellega seoses kompleksse vormi osalemisest tähenduses, aktsepteerib ta ka süntagma võimalust muutuda, s.o vormilist muutumist. Roos rõhutab (2001: 164) vormi- ja sisuplaani vahekorda vaagides, et mõlemad idioomi tähendused, st nii otsene kui idiomaatiline, osalevad tema vormimuutustes, seega püsivus/muutumine ja idiomaatilisus tingivad teineteist, seejuures on muutumine ja idiomaatilisus n-ö pöördvõrdelised. Paralleelid komplementaarsete opositsioonipaaride püsivus/muutumine ja motivatsioon/idiomaatilisus vahel on ilmselged: suhteliselt kõrge püsivusega ja seega suurel määral piiratud muutumisega idioom oleks seega sisuplaanis märgistatav suhteliselt kõrge idiomaatilisuse-määraga, vastavalt madala motivatsiooni juures, ning vastupidi (*ibid*: 165). Muudatused, sh elementide asendamine on seepärast võimalikud pigem seal, kus motivatsioon ja seega motiveeringu võimalus on suurimad. Selline tegevus võib loomulikult mõneti ebamäärastada keelendite olemust.

Kompositsioonilisuse-aspekti silmas pidades on **Debra Titone ja Cynthia Connine** (1999: 1661), toetudes **Geoffrey Nunbergi**, Gibbssi, Glucksbergi jt olulistele uurimustele, esitanud idiomaatiliste fraaside tüpologia: tavapäraselt jaotuvad/lagunduvad idioomid (*normally decomposable idioms*), mitte-tavapäraselt jaotuvad/lagunduvad idioomid (*abnormally decomposable idioms*) ja semantiliselt mittejaotuvad/mittelagunduvad idioomid (*semantically nondecomposable idioms*). See jaotus on suuresti sarnane Vinogradovi eelmainitud tüpoloogiaga, küll selle vahega, et viimase liigitus hõlmas fraseologisme laiemalt ning idioomid moodustasid selle järgi omaette rühma.

Eelmainitud uurijate korraldatud psühholingvistilistest testidest on ilmnunud, et sellisele jaotusele toetuvad ka tavakõnelejad, kuna nad loevad lauseid, mis sisaldavad nn lagunduvaid idioome, kiiremini kui nn mittelagunduvate idioomidega lauseid. Samuti tuli välja, et jagatavuse-võimalus on seotud idioomide süntaktilise ja leksikaalse paindlikkusega.

Selle alusel, mil moel sõnade tähendused võivad osaleda idioomi tähenduses, on Glucksberg koos Cacciariga esitanud liigituse, mis jagab nad opaakseteks, transparentseteks ja kvaasimetafoorseteks (Glucksberg 1993: 17). Kui esimeste puhul ei ole idioomi koostisosade ja tema tähenduse vaheline seos ilmne, ja teisena nimetatutel on see vastavus üksühene (metafoorne), siis kolmandatele on iseloomulik, et idioomi otseses tähenduses referent on ise idiomaatilises tähenduses, st sarnaselt metafoorsete väljenditega annavad nad edasi oma tähendusi vihjelise sisu kaudu.

Glucksberg on väljendanud arvamust (1993: 20), et täielikult mittelagunduvaid idioome ei saagi olemas olla, kuna idioomi koostisosad on oma olemuselt siiski iseseisvad lekseemid. Ta hindab idioomide mõtestamises tema koosseisu kuuluvate sõnade osatahtsust suureks: esiteks võivad need mängida olulist rolli vahetus töötlusprotsessis, ning seda isegi juhul, kui seos sõnatähenduste ja idioomi tähenduse vahel on läbipaistmatu<sup>46</sup>; sellisel juhul toimivad sõnade tähendused ja idiomaatiline tähendus vastastikku, määrates idioomi kasutuse (Glucksberg 1991: 150jj). Teiseks avaldub sõnade tähenduste osatahtsus leksikaalses paindlikkuses, võimaluses idioomi koostissõnu asendada samatähenduslike sõnadega, ilma et see mõjutaks idiomaatilist tähendust, st idioomi koosseisus toimub ühe komponendi asendamine teisega, siis jääb selle funktsioon terviku sees samaks. Nii omavadki idioomi komponendid piiratud autonoomiat, mis võimaldab nende nn vaba reegli pärast kasutust. Sel põhjusel on võimalik ka variantide tekkimine diakroonilisest vaatepunktist, sünkrooniliselt kajastuvad variandid mälus iseseisvate struktuuridena (Roos 2001: 165).

Cacciari-Glucksbergi tüpoloogiale vastandub Titone ja Connine käsitluses Nunbergi ja tema mõttekaaslaste vaatenurk, milles seatakse kahtluse alla kompositsioonilisuse ülimuslikkus, kuna ei ole võimalik kirjeldada kõiki potentsiaalseid semantilisi seostumisi idioomi tähenduse ja tema koostisosade vahel. Nunberg, **Ivan Sag** ja **Thomas Wasow** postuleerivad, et idioomide erisuse võib põhjustada nende lahknemine kolmes semantilises dimensioonis, milleks on **kompositsioonilisus**, **konventsionaalsus** ja **transparentsus** (Nunberg, Sag, Wasow 1994: 498). Idioomide uurimist raskendabki eelkõige nende kolme mõõtme eristamisel valitsev segadus. Nunbergi jt arusaama kohaselt on kompositsioonilisuse-küsimus seotud suuresti konventsionaliseerumise-aspektiga.<sup>47</sup> Nii tegid samad autorid ettepaneku astendada idioome idiomaatilisteks kombinatsioonideks (*idiomatic combination/idiomatically*

---

<sup>46</sup> Vt sama Dobrovolski, Piirainen 2005a: 84–5.

<sup>47</sup> Eestikeelse põhjaliku ülevaate kompositsioonilisuse-problemaatikast leiab Kadri Muischneki doktoritööst (2006).

*combining expression*) ja idioomaatilisteks fraasideks (*idiomatic phrases*), mis põhineks kompositsioonilistel erinevustel.

Kuigi Titone ja Connine möönavad kompositsioonilise käsitluse õigsust selles mõttes, et idioomid ei ole tõesti pelgalt mitte-analüüsitavad sõnajadad, mis toimivad sarnaselt otseselt mittemõistetavate lekseemidega, leiavad nad siiski, et idioomaatiliste väljendite mõistmisprotsess ei sisalda üksnes komponentide analüüsi (1999: 1665).<sup>48</sup>

Kui süntaktiliselt muutlikud idioomid võivad varieeruda, siis mittelagunduvate idioomide puhul, mille tähenduses tema koostisosad oma otseste tähendustega justkui ei osale, võivad need mingil määral siiski osaliselt tõlgendust mõjutada, näiteks sõnaga seostuvate konnotatsioonide tõttu, ning põhjustada niiviisi ohtralt innovatiivseid kasutusvariante. Taolisi mitteleksikaliseerunud variante kaldutakse küll enamasti pidama eksimusteks idioomi püsistunud, nn õige sõnastuse vastu.<sup>49</sup> Loomulikult on selliste väljendite mõistmine mõnevõrra raskendatud, nagu näitavad ka katselised mõõtmised; samas aga toimub see väidetavalt siiski sama kiiresti kui nende otsetähenduslike parafraside mõistmine.<sup>50</sup>

Sellest järeldavad Titone ja Connine, et selline semantiline paindlikkus muudab mittelagunduvate idioomide ja lagunduvate idioomide töötlemisprotseduurid sarnasteks (Titone, Connine 1999: 1662). Kuna idioomid toimivad metafoorse kujutuse korral omamoodi vahendajana fraasi otseste tähenduse ja idioomaatilise tähenduse vahel, siis leiavad mainitud uurijad, et pigem kui analüüs selle kohta, mil määral osalevad idioomi koostisosad terviku tähenduses, oleks otstarbekam selline analüüs, mis põhineb fraasil endal (*ibid*: 1663).

Titone ja Connine on üritanud leida keskteed, pakkudes välja hübriidse mudeli idioomaatilise töötlemise (*hybrid model of idiom processing*) tarbeks. Selle kohaselt koheldaks idioome samaaegselt nii mittekompositsiooniliste (e unitaarsete) kui kompositsiooniliste sõnajärgenditena (*ibid*: 1666–1667). Sel juhul funktsioneeriks nii idioomaatiliste tähenduste kui otseste tähenduste aktiveerimine ja kasutamine mõistmisprotsessi käigus omamoodi astmestikuna, mis määrab idioomi konventsionaalsuse ja kompositsioonilisuse, st idioomaatilised tähendused on n-ö väljaotsitavad ja (sõna-sõnalt) analüüsitavad mõtestamise käigus.

Sellise mudeli, mis suuresti toetub Nunbergi, Sag'i ja Wasow' ühistööna esitatud nüüdseks juba klassikaliseks peetavatele seisukohtadele, eelisteks peavad Titone ja Connine võimet paremini seletada idioomaatiliste tüüpide erinevusi ja idioomitöötlemise psühholingvistiliste uuringute andmete edukamat kohandamist. Sõltumata sellest, kas idioomi komponendid aitavad idioomaatilist

---

<sup>48</sup> „Clearly, idioms are not simply nondecomposable word sequences that function as individual words that are not subject to literal processing” (Titone, Connine 1999: 1665).

<sup>49</sup> Vt Õim 2004.

<sup>50</sup> Siinkohal osutaksin ka Häcki Buhoferile, kes on väitnud, et „fraseoloogilise tähenduse parafrasiid esindavad pindmist mõistmist ja võimaldavad seepärast teha järeldusi fraseoloogilise tähenduse kognitiivse käitlemise kohta” (1999: 67).

tähendust luua eksplitsiitselt või mitte, on idiomaatiline väljend n-õ üle praktiseeritud e teisisõnu automatiseerunud (*highly overlearned*) sõnajärjend, mis on püsivalt seotud spetsiifilise fraasitähendusega (Titone, Connine 1999: 1671). Idioomi koosseisu kuuluvate sõnade mõju idioomi tähendusele ei välista võimalust, et leidub nn eelpakendatud (*prepackaged*) tähendus, mis seostub teatud sõnakombinatsioonidega. Seda tõestavad katsete tulemused, mis osutavad, et idiomaatilisi väljendeid töödeldakse märkimisväärselt kiiremini kui mitteidiomaatilisi, ning **tuttavlikkus** (*familiarity*) mängib olulist rolli idioomide tajumises, st ülituntute ja/või opaaksete vastuvõtmine on rohkem mittekompositsiooniline (*non-compositional*) ja vähemtuntute ja/või lahtisemate oma rohkem kompositsiooniline (*compositional*) (*ibid*: 1665). Tuttavlikkus on idioomi omadus, mida jätkuvalt peetakse olulisimaks tema töötlemisprotsessi olemust määravaks teguriks (vt nt Tabossi *et al* 2009).

### 3.2. Fraseologismi reprodutseeritavusest

Mitmed fraseologismide motiveeringu-temaatikaga tegelenud fraseoloogid on osutanud oma töödes psühholingvistiliste uuringute olulisusele. Nii on saksa fraseoloog Häcki Buhofer tõdenud oma artiklis „Psycholinguistik der Phraseologie” (1999: 63), et tänu eksperimentaalse keeletöötuse ja keeleomandamise erinevatele empiirilistele uuringutele on saadud teada, et **fraseoloogilise tähenduse mõistmine otse ja tervikuna on võimalik ja tavaline, ilma et peaks ette võtma kognitiivset kõrvalteed üle otsese tähenduse, mis juhiks esmalt mitesobiva äratundmiseni ja siis ülekande metafoorsete jõupingutuste kaudu fraseoloogilise tähenduseni.**

Sellest hoolimata tuleb tihtipeale ette, et mõtestamisprotsessi on hõlvatud avaramad motiveeringumehhanismid, mis lähtuvad nt üksikute sõnade otsesest tähendusest või oletatavatest nn etümoloogilistest tähendustest. Need motiveeringustrateegiad ei sega mitte alati adekvaatset mõistmist, vaid võimaldavad tihtipeale lisa-tähendusaspekte. Psühholingvistilisest aspektist vaadatuna omab fraseologism kas üksnes fraseoloogilist tähendust või siis, nagu paljudel juhtudel, siiski kaht leksikaliseerunud tähendust.

Fraseoloogiline üksus võimaldab keelekasutajal kujundlikkuse ja piltlikkuse kaudu tekitada terve rea **individuaalseid tõlgendusi**, mis n-õ integreerivad endasse fraseoloogilise tähenduse ja sõnasõnalise (tähendus)variandi. Häcki Buhofer on sedastanud järgmist (*ibid*: 71): **fraseoloogilised variandid on psühholingvistilisest vaatevinklist viited sellele, et fraseologismid kui kognitiivsed üksused alluvad kasutamisel siiski ka nn tootmisprotsessidele.** Nende tekkimine ei lase end teisiti seletada kui sünkroonsete ja diakrooniliste produtseerimisprotsesside kaudu.

Seesama kehtib ka fraseoloogilise variaabluse kohta, mida tulemeid tavatsetakse nimetada modifikatsioonideks. Nii võib modifikatsioonide korral teatavail tingimustel järele jääda üksnes mingi põhiline struktuurimudel (nt ‘verb + *nagu*’), mille mõistmiseks peab tegema pigem ebatüüpilist laadi

kognitiivseid pingutusi, mis sageli fraseologismide kasutamise seotud on. Sellisel puhul „ennustab” tuntud fraseoloogilise struktuuri modifikatsioon fraseologismi, n-õ petab aga neid ootusi, ei lase end ka mitte otseselt mõista ja juhib lõpuks lõppjäreldeeni.

Häcki Buhofer on nentunud, et „täenduselt lihtsate fraseologismide ühesed ja lihtsad tähendused kajastuvad sarnaselt sõnatähendustele sõnaraamatutes, samas kui selliste fraseologismide aktsepteerimine, mida parafraseeritakse mitteterviklikuna, on vähetõenäoline” (1999: 68). On tõenäoline, et nn variantide moodustamise puhul on tegemist spetsiifiliste komponentidega, mis erinevalt aktuaalsete tähendustega komponentidest **on salvestatud mällu pikaajaliselt ning mida võidakse aktiveerida erinevatel ajahetkedel vahelduva eduga, ning seda ka juhul, kui nad iga kord fraseoloogilise tähenduse moodustavad.**

Psühholingvistilisest vaatevinklist on selge, et fraseoloogilist töötlemist ei saa taandada pelgalt fraseoloogilise struktuuri kirjeldusele, vaid selle kirjeldamisel tuleb tugineda teoreetilistele ja empiirilistele analüüsidele. Fraseologismide nn individuaalse kohtlemise kognitiivsed mehhanismid võimaldavad adekvaatseid järeldusi struktuurilise ja sotsiolingvistilise analüüsi tarbeks. Fraseoloogia jaoks tähendavad Häcki Buhoferi arvates (1999: 72) psühholingvistikast pärinevad teadmised muuhulgas, et

- motiveeringuprotsessid on mõistmisel n-õ avatud, ning nad on eristatavad semiootiliselt/etümololoogiliselt orienteeritud remotiveeringust, s.o „õigest” ehk esialgselt, tänaasel päeval otseses tähenduses variandina mõistetavast;
- fraseoloogilise tähenduse ja otsese tähenduse kõrval leiduvad ka **individuaalsed tõlgendused.**

Häcki Buhofer (*ibid*: 71jj) tõdeb, et kuigi fraseologismide puhul on reprodutseeritavus kognitiivse kulutuse ökonoomsemaks muutmise teenistuses, siis läheb see vastuollu arusaamaga fraseoloogia-spetsiifilisest kognitiivsest pingutusest. Ökonoomseks muutmist on aga siiski võimalik viia õigustatult ühendusse fraseoloogialoome võimalustega<sup>51</sup>: **fraseologismid on oma omadustelt vormelitena nn läbiproovitud sõnastamistava elemendid, mis vähendavad kognitiivset pingutust ja võimaldavad kommunikatiivsete ülesannetega kiiresti ja kindlalt toime tulla, kuna nende rakendamisel keelekasutuses pelkade vormelitena ei seisa esiplaanil mitte keelelised otsustused kui sellised, vaid rutiinsed tegevused (*Routineaktivitäten*)** (Häcki Buhofer 1999: 72). Teisisõnu öeldes: tuntumad annavad ökonoomiat ja vähemtuntud tekitavad nn kognitiivset hõõret. Sellise kasutusviisi puhul räägitakse õigusega püsivate sõnauhendite nn reprodutseerimisest. Seda tüüpi tegevus kuulub selgelt kognitiivsete hõlbustusstrateegiate hulka. Parafraseerides **Ruth G. Millikani,**

---

<sup>51</sup> Ökonoomiale kui ebamäärasele parameetrile fraseoloogias osutab ka Krikmann (2004a: 120–121). Tema käsitluse kohaselt võivad fraseoloogilised moodustised olla hoopiski sõnarohkemad tavapärasest keelelisest väljendusest. Samas alluvad nad keelelisele kompetentsile ning ei ole meelevaldsed selles mõttes, et nende variandiloome on piiratud.

võiks nentida, et fraseologismi kui keeleüksuse pärisfunktsiooniks on tema nn ellujäämisväärtus (keelelise tähenduse kõrval), mis väljendub reprodutseeritavuses.<sup>52</sup> Millikan räägib funktsioonist nimega stabiliseerimisfunktsioon kui kordumist ja edasikandumist tingivast iseloomulikust reaktsioonist; see funktsioon seisneb kõneleja ja kuulaja koostöös (st kõneleja seab sihiks otsese funktsiooni ja kuulaja teeb koostööd), kusjuures „keeleliste vahendite puhul on stabiliseeriva funktsiooni mõiste defineeritud lähtuvalt kõneleja lausungite ja kuulaja reaktsioonide eesmärkidest ja pärisfunktsioonidest, mitte kõneleja kavatsuste ja kuulaja arusaamise kaudu” (Millikan 2003: 1700).

Eelmainitud vastuolu – **kognitiivne pingutus vs ökonomia printsiip** – laheneb, kui kognitiivse üksuse kontseptsiooni ei seostata mitte tingimata kindla produtseerimisviisiga, vaid faktiliselt ettetulevaid erinevaid fraseologismide kasutuselevõtu võimalusi tajutakse ja kirjeldatakse/selgitatakse alternatiividena. Nii on **Chiara Levorato** koos Cacciariga sedastanud (1999: 54), et idioomi omandamist tuleb vaadelda osana laiemast nähtusest; selle all peavad nad silmas kognitiivseid mehhanisme, mis on semantilise pädevuse ja keelelise arusaamise aluspõhjaks. Seega peavad mainitud uurijad olulisimaks keelekasutaja võimet liikuda kohalikul tekstitöötamise tasemelt globaalse tähenduse otsinguil kaugemale; sellise käitumismudeli tarvis kasutavad Levorato ja Cacciari nimetust *Global Elaboration Model*. On ilmselge, et keelekasutuse analüüs moodustab põhialuse keeletöötlusprotsessi kirjeldamisele. Ehk nii nagu on sedastanud Dobrovolski ja Piirainen (2005a: 183): **kuigi kujundlike üksuste loome on käsitletav spontaanse ja ennustamatuna, ei ole see täielikult arbitraarne, kuna seda osaliselt määratlevad teatud seaduspärasused.**

Idioomide **identifitseerimise** ja **interpreteerimise** ning seejuures rakendatavate strateegiade aspektid toimivad tegelikult keelekasutussituatsioonis koos: nad täiendavad üksteist, ladestuvad liiase informatsiooniga ja moodustavad lahutamatu üksteisega põimununa ühtse tajuakti. Selline koosmõju hoolitseb Dobrovolski ja Piiraineni arvates selle eest, et idioome sellistena ilma raskusteta identifitseeritakse ja vastavalt interpreteeritakse (1996: 104).

Idioomide mõistmist ja kasutamist ei saa käsitleda üksnes pelgalt sõnatähenduste aktiveerimisena, vaid tuleb arvestada ka **kreatiivsuse-aspektiga**, st neid kasutatakse, kui on sobilik kontekst. Kõnelejad toetuvad tuttavatele fraasidele-väljenditele ning ühtlasi nende koosseisu kuuluvate sõnadega seotud tähenduste ning kultuuriliste väärtuste kogumile, kui seda nõuab diskursuse kontekst (Cacciari, Glucksberg 1995: 45). Ka mõistmisel on just mainitud tähendused integreeritud diskursuse konteksti, saavutamaks kõneleja poolt mõeldud tähenduse tõlgendust.

Mitmetähenduslikkuse-teesil puuduks sel juhul konkreetnes kasutuses seepärast justkui igasugune alus. Kui idioomide puhul on võimalikud mitmed idiomaatilised tõlgendused, valitakse **kontekstuaalse** ja **situatiivse info** abil välja sobiv, nii et ka selles mõttes on võimalik ühene interpretatsioon.

---

<sup>52</sup> „See on miski, mis seletab asjaolu, et teda [s.o keeleüksust – A.B.] jätkuvalt korratakse, reprodutseeritakse – nii ta ei sure keeles välja.” (Millikan 2003: 1698).

Mitte vähem terviklik kui protsess, mis juhib idiomaatilise tõlgenduse, on seda ka tule, mis vallandab idiomaatilise tõlgenduse. Niipea kui kuulaja otsustab idiomaatilise tõlgenduse kasuks, mõistetakse kompleksset vormikülge tervikuna ja seostatakse idioomi tähendusega. Otsustusprotsess ise, mille puhul kuulaja on tegelenud välimise vormiga, võib aga kaasa aidata sellele, et otsene tähendus tuuakse mängu kui teine tõlgendustase, mistõttu tekib iseloomulik idioomi tähenduse duaalsus.

Ka Roos on sedastanud, et asjaolu, mille kohaselt enamik idioome omab n-ö teoreetiliselt kahte võimalikku tähendust – idiomaatilist ja nn otsesest – ei tähenda, et nad tavalises keelekasutuses mitmetähenduslikud oleksid (2001: 245). Mitmetähenduslike idioomide puhul eksisteerib võimalus, et kujundid, mida inimesed produtseerivad n-ö otse, peegeldavad tähendusi, mida automaatselt omistatakse idioomi moodustavatele sõnadele, ning seda hoolimata tõsiasjast, et ollakse teadlikud sellest, et see sõnajada omab ka idiomaatilist tõlgendust.

Mitmetähenduslike idioomidega saavutatakse eriline mõju, kui aktiveeritakse sõnasõnaline tõlgendus. Selle eest, et järelduks n-ö õige tõlgendus, kannabki reeglina hoolt keeleline või mittekeeleline kontekst. On ka erandeid: näiteks kalambuiritsemise puhul on mitmetähenduslikkus reeglina kõneleja poolt kavatsetud ja kuulaja poolt tahtliku valetõlgenduse kaudu vastavasse vormi sisse kodeeritud. Kuigi mängu sõnatähendustega võib põhjustada (vahetu) keeleline kontekst, siis mänguliste idioomide, täpsemalt idioomi modifikatsioonide mõtestamiseks on hädavajalikud (keelevälised) taustteadmised (*knowledge of the world/general world knowledge*). Wotjak on nentunud, et õnnestunud sõnamäng, s.o kõrvalekaldumine tavapärasest, kõneleja poolt eesmärgistatud tegevusest, õnnestub vaid sel juhul, kui vastuvõtja suudab neid, oma teadmiste raamidesse mittekuuluvaid tavapäraseid seostamisi harjumuspäraselt taustalt mõista (1999: 55). Seda tüüpi sõnamängul põhinevad nt ka vanasõnaparoodiad. Käsitlen neid lähemalt käesoleva töö III artiklis.

### 3.3. Fraseoloogilise üksuse mõistmise strateegiad

Fraseoloogiliste üksuste semantika kõrval on just viimasel kümnel aastal uuritud ka fraseologismide tuntut ja vastuvõtmist (e mõistmist ja mõtestamist). Need käsitlused moodustavad hädavajaliku tagapõhja kognitiivsetele uuringutele. Üha aktuaalsemaks on saamas arutelud fraseologismide võimaliku kahaneva tundmise üle, kus keskseteks mõisteteks on esinemissagedus (eelkõige korpustes) ja tutus/tegelik kasutus. Mõttekaid mõistmisalaseid uuringuid saab teha vaid taolise korpuse kohta, mis koosneb sellistest fraseologismidest, mis kõnelejatele on kas siis võrdselt tuntud või, vastupidiselt, tundmatud. Uuringutes fraseologismide kasutamisest erinevates tekstiliikides ja kontekstiseostes on suhestatud ühelt poolt aktiivne kasutamine ning teisalt teadmus ehk tegelik mõistmine. On ilmnenu, et tihtipeale omavad katseisikud teadmisi paljude selliste fraseologismide tähenduse kohta, mida nad ise

aktiivselt ei kasuta. Fraseologismide kohta näib iseäranis kehtivat, et teadmus ja kasutamine võivad olla tugevalt lahknevad (vt Filatkina 2005; eesti vanemate fraseologismide tuntuse kohta vt antud töö VI artikkel). Mõneti tõuseb fraseoloogia-alase teadmuse uuringutes tulu, iseäranis vanemate kõnekäänuna määratlevate tekstide puhul, vanasõnadega tehtust.<sup>53</sup>

**Samas kui fraseologismide esinemissagedust on võimalik analüüsida tekstikorpuse põhjal, ei ole võimalik pikemata otsustada kõnelejate individuaalsete teadmiste ja kognitiivsete representatsioonide üle.** Nii nendibki Häcki Buhofer kriitiliselt, et kui kognitiivses lingvistikas kirjeldatakse korpustes esinevaid fraseologisme **kui keelekogukonnale mentaalselt iseloomulikke** ning kui midagi, mis on hõlpsalt tuvastatavad, siis see on lihtsustamine (1999: 69).

Empiirilised uuringud osutavad ilmekalt, kui erinev ja napp on uurijate teadmus fraseologismide tuntuse kohta. Kahtlemata osutab just selline asjaolu, et tulemusi võib üldistada pigem ettevaatlikult.<sup>54</sup> Tuntuse alusel koostatud edetabelid (nimistud) ei vasta tingimata tegelikele arusaamadele aktsepteerimise (= tuntuse) kohta. Miks mõningaid eeldatavalt tuntuid fraseologisme ei kasutata, selle kohta leidub selgitusi katseisikute märkuste näol. Kõige sagedamini annavad küsitletavad fraseologismide mittekasutamise kohta diakroonilisi põhjendusi (ehk tegemist on metakommunikatiivsete kommentaaridega): *liiga vanamoodne, liiga antiikne, liiga traditsiooniline, ajakohatu, iganenud, nn vana keel.*

Testid osutavad ilmekalt, et keelevaldajad, kes väidavad end küsitavat väljendit teadvat, ei pruugi selle nn ametlikku (e sõnaraamatu) tähendust tegelikult tunda, tähendust võidakse n-õ konstrueerida väga erinevatelt alustelt. Burger nimetab (2003: 183) seda üldiseks psühholingvistiliseks suundmuseks, mille kohaselt proovitakse, kus võimalik, läbipaistmatu läbipaistvaks muuta, esmapilgul motiveerimatut motiveerida, teatud subjektiivse mõistmise viisi saavutada. Vajadus tagantjärele toimuva motiveerimise järele on seletatav mentaalse (subjektiivse) organisatsiooni printsibiga, mille järgi isoleeritud, distantsiga üksused on raskemini meelepeetavad kui sellised, mis assotsiatiivse seostamise kaudu teistega seotud on (Roos 2001: 178). Selline arusaam on iseloomulik kognitivistlikule suunale, mis rõhutab kognitsiooni modulaarset organisatsiooni.<sup>55</sup>

Samas ei saa üldistavalt rääkida **kontseptuaalsete struktuuride ehk mentaalsete mudelite suurest ja määravast osatähtsusest väljendite mõtestamisel – läbipaistvuse-alased intuitsioonid ei pruugi otseselt peegeldada mentaalseid kujutusi.** Kognitivistide aksioomne väide, et idioomi sõnasõnalise tähenduse ja tema tegeliku tähenduse vaheline link on järjekindlalt kitsendatud

---

<sup>53</sup> Vt nt Grzybek 1991, 2009.

<sup>54</sup> Nii on kõnelejate vanus, sugu ja regionaalne päritolu osutunud kujundliku keeleainese kasutust ja teadmust oluliselt mõjutavateks faktoriteks, vt nt Grzybek 1991; Juska-Bacher 2009a, 2009b.

<sup>55</sup> Vt ka Tulving 2007: 66jj.

**kontseptuaalsete projektsioonide** poolt, st taandub nendele, on **Boaz Keysari** ja **Bridget Martin Bly** arvates liiga üldine (1999: 1562). Juhul kui see tõesti nii on, siis peaksid needsamad kontseptuaalsed struktuurid toimima kitsendavalt mitte ainult seosele väljendi ja tema tegeliku (või domineeriva) tähenduse vahel, vaid ka seosele väljendi ja tema potentsiaalsete ehk võimalike tähenduste vahel. Ehk teisisõnu – kontseptuaalsed struktuurid peaksid olema aluspõhjaks igale tähendusele, mis n-ö konserveerib idioomi läbipaistvuse ning seega, juhul kui idioom ei tähenda midagi n-ö mõistlikku, siis ei ole ta kontseptuaalsete struktuuride kaudu motiveeritav. Keysari ja Bly meelest ei ole see päris nii, kuna üks ja seesama tähendus võib olla arusaadav teatud ühtedel kindlatel asjaoludel ning mitte teistsugustel, nt mõni tähendus on arusaadav juhul, kui ta kord juba on tunnistanud idioomi nn ametlikuks tähenduseks (ning see asjaolu muudab nad n-ö teisti viisi läbipaistmatuteks). Nad väidavad, et kontseptuaalsed struktuurid ei oma tähtsust tundmatute idioomide mõistmises, kuna nende uurimus näitas, et **idioomid näivad täiesti läbipaistvad, kui juba kord on omandatud nende tähendus** (1999: 1572). Seega ei taga idioomide motivatsiooni nende süsteemne **kontseptuaalne kaardistamine**. Nende arvamuse kohaselt on taolised idioomid läbipaistvad üksnes seepärast, et inimestele on nende tähendus juba eelnevalt tuttav ning nad on võimelised konstrueerima nn loo, mis sobib konkreetse väljendiga. Siit järeldub üheselt, et idioomide läbipaistvus tuleneb nende tuntuusest.

Idioomi tajutava/aimatava läbipaistvuse või selle puudumise põhjustel võivad Keysari ja Bly arvates olla vähem pistmist kontseptuaalse motivatsiooniga kui **tõlgendusstrateegiatega** – strateegiatega, mis võimaldavad keelelistest väljenditest aru saada.<sup>56</sup> Neid strateegiaid rakendatakse igal konkreetset juhul eraldi; nii võivat mingi keele valdajad vaagida seda, kas väljendi otseses tähenduses tõlgendamine võiks olla mingi üldisema printsiibi, nt polüseemia, erijuht (1999: 1572–73).

Cacciari (1993: 39 jj) on katsete najal proovinud välja selgitada selliseid tundmatute idioomide tõlgendamise puhul rakendatavaid strateegiaid. Keysar ja Bly (1999: 1573) on nendest kesksematena esile toonud kaks. Ühe potentsiaalse strateegiana on joonestunud välja sarnase, tuntud idioomi otsimine. Teine strateegia seisneb võimaluses keskenduda idioomi ühe koosseisu kuuluva sõna semantikale, mis võib anda ettekujutuse selle kohta, mida idioom endas kannab. Keysar ja Bly nimetavad neid strateegiatega, mille puhul puudub teadmus tähenduse kohta (*strategies without knowledge of the meaning*).

Teisalt toovad samad autorid välja tähenduse tundmise piirava mõju. Nimelt näevad ka inimesed, kes teavad väljendi nn tõest tähendust, üksnes väikese hulga strateegiate võimalikku asjakohasust (*potential relevance*). Ning vastupidi – kui tähendust ei teata või kui usutakse idioomil olevat teistsugune tähendus, võidakse rakendada teistsuguseid strateegiaid. Sellise piiratud protsessi tulem n-ö peegeldub tagasi idioomilt ja muudab nähtavaks alusstruktuuri. Üks võimalus mõista, et nn peegelduv struktuur on tähenduse tundmise funktsioonis, on

---

<sup>56</sup> Vrd Dobrovolski terminiga „kujundlikkuse mõistmisstrateegiad”.

arvesse võtta peegelduse muutust, mis tuleneb tähenduse muutusest<sup>57</sup> Ka Levorato ja Cacciari on katsete tulemusena sedastanud (1999: 63), et paljude idioomide semantiline analüütilisus ei ole sugugi illusoorne efekt, mis tuleneb nende nn leppeliste tähenduste tundmisest; osa idiomaatilisi väljendeid on mõistetavamad kui teised oma sisemise semantilise struktuuri tõttu. Seega mõjutab idioomi tähenduse tundmine idioomi koostisosade staatust: mida hõlpsamalt kujutatakse struktuuri koostisosi idioomi terviktähenduse komponentidena, seda enam ollakse kindlad, et idioom tähendab midagi n-õ mõistlikku.

Idioomide puhul üritab kõneleja terviktähendust seostada idioomi üksik-osadega, reaktiviseerides nende sõnasõnalist tähendust. Sellega, et idioomi komponendid kõnelejale taas motiveerituna näivad, tunnetatakse ka idioomitähendust korrapäraselt genereerituna, st idiomaatilisust (opaaksuse mõttes) n-õ surutakse maha motivatsiooni ees ning see läheb osaliselt või isegi täielikult kaduma. Oma katsetega soovisid Keysar ja Bly näidata, kuivõrd sõltub komponentide tõlgendamine nii tähendusest kui ka nende samade komponentide äratundmisest ja igale elemendile omistatud osatähtsusest. Nii resümeerivad nad, et reinterpreetatsioon ja fokuseerimine on võimsad vahendid idioomi mõistmiseks (Keysar, Bly 1999: 1575).

Gibbs, kelle arvates ei ole mingit põhjust pidada otsest tähendust psühholoogiliselt primaarseks, st millekski, mis eelneb alati järgmistele etappidele töötlemise käigus (1989: 244), on toonitanud, et tegemist on keelise mõistmisprotsessi erisuguste tulemustega – see on nn **psühholoogiline tegelikkus**<sup>58</sup>. Seejuures ei kajastavat inimeste otsustused keelendite tähenduste määratlemisel otsesteks või metafoorseteks erinevusi kognitiivsetes mehhanismides. Gibbs vaidlustab sellega otsese tähenduse primaarsuse, olles seisukohal, et puudub psühholoogiline põhjendatus nimetada otsest tähendust primaarseks ja metafoorset teiseseks – tegemist on lihtsalt tõlgendamise erinevate tulemustega (Gibbs 1989: 249jj). **Metafoori erilisus seisneb mõistmise tulemuses, mitte tema mõistmiseks vajalikus protsessis.** Metafoori kasutatakse edastamiseks erinevaid ebamääraseid, mitte-propositiionaalseid (e mitteotseseid) tähendusi, mille taastamine on tugevalt piiratud tõekspidamiste konteksti poolt, mida kõneleja ja kuulaja jagavad, ning selles kontekstis kasutamine muudab metafoorse kasutuse n-õ eriliseks psühholoogiliseks tegevuseks (*ibid*).

Analüüsides Gibbssi seisukohti, toovad Cacciari ja Glucksberg (1995: 45jj) välja järgmised põhipunktid: kontseptuaalsed metafoorid on idiomaatiliste väljendite (iseäranis opaaksete) aluspõhjaks. Inimeste intuitsioonid idioomide taga seisvate mentaalsete kujundite kohta on idioomide kujundlikku tähendust motiveerivate spetsiifiliste kontseptuaalsete metafooride kaasprodukt. Kuigi realselt ollakse idioomi puhul vastamisi kahte tüüpi tähendustega – otsese ja

---

<sup>57</sup> Peegeldumise-mõistet eelistatakse põhjusel, et Keysar'i ja Bly arvates toimivad idioomid kontseptuaalsete struktuuride suhtes „peeglite”, mitte „akendena”.

<sup>58</sup> Vt ka Baranovi ja Dobrovolski arutelu mõiste „psühholoogiline reaalsus” üle (2008: 222).

kujundlikuga, motiveerib idioomi kujundit ja põhjustab selle automaatset aktiveerimist just kontseptuaalne metafoor. Sellise käsitlusviisi kohaselt võimaldab **automatism** mööda minna konkreetsest otsesest tähendusest. Cacciari ja Glucksberg märgivad (1995: 46), et probleem komplitseerub idioomide puhul, mis märgivad ka oma otseses tähenduses täiesti mõeldavaid konkreetseid tegevusi, mis võivad, ent ei tarvitse olla semantiliselt seotud idioomi kujundliku tähendusega. Sellisel juhul tuleb hinnata väga kõrgeks võimalust visuaalseks kujundiks, mis n-õ peegeldab pigem otsest kui idiomaatilist tähendust (või siis assotsieerub pigem otsetähendusliku stseeniga, mis suuresti sõltub sellest kui sügavalt automatiseerunud on vastava idioomi mõistmine).

Väidet, et tunduvalt hõlpsam on moodustada idioomiga n-õ märgistatud konkreetse tegevuse visuaalne kujund kui abstraktne idiomaatiline tähendus või veelgi enam – idiomaatilise tähenduse aluseks olev kontseptuaalne metafoor, on Cacciari ja Glucksberg üritanud ka katseliselt tõestada: „The experiment we report was designed to determine which of the two possible meanings of idiom strings – the concrete literal or the abstract figurative – are reflected in the mental images people produce for such strings”. Tulemusena võidigi sedastada, et enamus produtseeritud kujundeist (*unfamiliar opaque*) peegeldavad konkreetseid otseseid tähendusi (*literally related images*) ning ei saa seetõttu peegeldada idioomide aktuaalseid (e tegelikke) tähendusi, mis põhinevad kontseptuaalsetel metafooridel (Cacciari, Glucksberg 1995: 50). Samad uurijad oletavad ka, et inimesed ei ole võimelised produtseerima piltlikke mentaalseid, nn tegelike tähenduste põhiseid kujundeid (*figurative mental images*), seetõttu, et „images, by their very nature, are concrete, whereas figurative meanings, by their very nature, are abstractions” (*ibid*: 52). Samas on loomulikult võimalik produtseerida kujundeid, mis sisaldavad tunnuseid, mida nende mõistmiseks peab tõlgendama mitteotseselt. Cacciari ja Glucksberg küsivad aga, kas on võimalik, et **kujund evib ülekantud tähendust ilma eksplitsiitsete, sotsiaalselt jagatud kokkulepeteta** (*ibid*).

Oma järeldustega seavad Cacciari ja Glucksberg küsimärgi alla eelkõige Gibbssi veendumuse, et mentaalsed kujundid, mida inimesed produtseerivad idioomijada jaoks, kajastavad idiomaatilisi tähendusi või kontseptuaalseid metafoore. Selle asemel kalduvad kujundid peegeldama konkreetseid tegevusi ja sündmusi, mida idioomi sõnalised või fraasilised koostisosad tähistavad (1995: 53). Kuna konkreetseid mõisteid/ideid on hõlpsam kujutada kui abstraktseid, siis oleks ootuspärane, et idioomi konkreetne e otsene tähendus on lihtsamalt moodustatav kui abstraktne e kujundlik tähendus. Cacciari ja Glucksbergi katsete tulemused on kooskõlas selle arvamusega.

Ka Gibbs osutab (1998: 101), et Cacciari ja Glucksbergi katsed itaaliakeelsete idioomidega näitasid, kuidas katseisikud produtseerisid palve peale kirjeldada mentaalseid kujutusi, mida küsitud idioomid tekitasid, ülekaalukalt kujundeid, mis põhinesid idioomi konkreetse otsesel tähendusel.<sup>59</sup> Selle põhjal

---

<sup>59</sup> Vt ka Häcki Buhofer 1997.

väitsidki autorid, et seesugused konkreetset otsesed kujundid ei ütle otseselt midagi idiomaatiliste tähenduste või kontseptuaalsete metafooride kohta, mis võivad paljude idioomide taga olla. Gibbs möönab (1998: 101), et seega oleks ennatlik oletada – nagu ta ise oma varasemates töödes – justkui osutaks inimeste poolt idioomidele omistatavad mentaalsed kujutused metafoorse mõtlemise piiravat mõju. Ent samas ei ole ta nõus talle omistatud väitega, mille kohaselt justkui tavakõnelejate mentaalsed kujutused idioomide kohta põhineksidki lihtsalt idioomi kujundlikul tähendusel või koguni nende idioomide aluseks olevatel kontseptuaalsetel metafooridel. Tegelikult näitavad sarnaselt Cacciari ja Glucksbergi korraldatud katsetele ka Gibbsi enda eksperimendid ilmekalt, et esmalt moodustavadki inimesed väga konkreetse, otseses tähenduses mõistetava kujundi mingi idioomi jaoks. Mentaalsed kujundid erinevate idioomide jaoks on aga omavahel kooskõlas, see tervikklikkus ei põhine Gibbsi arvates mitte sarnasel kujundlikul tähendusel, vaid sellel, et iga idioomi motivatsiooni tagab sarnane kontseptuaalne metafoor (*ibid*: 102).

Kuigi kontseptuaalsed metafoorid näivad mõjutavat mitmel viisil seda, kuidas inimesed saavad aru idiomaatilisest tähendusest, on mõned psühholingvistidest uurijad (vt Gibbsi osutust 1998: 103), kritiseerinud kontseptuaalse metafoori teooria lähenemist kui metafoori, vanasõna ja idioomi vahetu mõistmise teooriat. Nimelt väidavad mõned uurijad (nagu näiteks Glucksberg, Keysar) et isegi kui nn eelsalvestatud metafoorsed ülekanded on saadaval, ei pruugi selline teadmine olla alati kättesaadav ja tavaliselt kasutatav igas kontekstis. Nii osutavad ka testid, et kontseptuaalsed metafoorid mõjutavad inimeste otsustusi idioomi sobivuse kohta erinevais kontekstides, ent ei ole kättesaadavad idioomi **on-line mõistmisel**. Isegi kui katseisikutelt sooviti metafoori kujundlikku parafraasi, anti vastusena ikkagi enamasti selline parafras, mis oli vasturääkivuses seonduva kontseptuaalse metafooriga. Ilmnes, et kontseptuaalsed metafoorid, mis on kooskõlas verbaalse metafooriga, ei ole paremad kui seoseta vihjed nende jaoks, kes üritavad n-õ tuvastada metafoori. Seega osutavad tulemused justkui, **et inimeste tõlgendused verbaalsetest metafooridest ei ole mitte tingimata seotud nende arvatavaks aluseks oleva kontseptuaalse metafooriga** (Gibbs 1998: 102).

Gibbs rõhutab aga (1998: 105), et tema ja tema kolleegide seisukohtadest ei järeldu, nagu ei oleks kontseptuaalsed metafoorid koheselt kättesaadavad idioomi mõistmisprotsessis, st kui osalejad ei ole veel lõpuni viinud nende kujundlike fraaside tõlgendamist, vaid neid tulemusi tuleks interpreteerida üksnes kui vihjet, et kontseptuaalseid metafoore aktiveeritakse kas samaaegselt või kohe pärast seda, kui ollakse idioomist aru saanud. Nagu nendib Gibbs (*ibid*: 106), kaldusid varasemad psühholingvistilised uuringud üheselt väitma, et inimesed saavad idioomidest aru eelkõige oma kontseptuaalse metafoori teadmuse tõttu, kuigi samas puuduvad andmed selle kohta, et kontseptuaalseid metafoore aktiveeritaks eesmärgiga n-õ välja nuputada idioomide tähendusi *on-line*. Antud seisukohta küll mõneti konservatiivseks hindav Gibbs leiab selle olevat siiski mõtteka, eeldusel, et inimestele on paljud idioomid, kinnistunud ütlused, poeetilised fraasid jms tuttavad, ning seepärast

puudub vajadus n-õ võidelda, et neile tähendusi luua iga kord, kui nad nendega suhtluses kokku puutuvad.

Ka **Matthew McGlone**, kes on küll Gibbsiga sama meelt selles, et idioome ei saa võtta tõsiseltvõetavate näidetena sellest, et teatud kontseptsioonid on metafoorselt struktureeritud, peab siiski mõeldavaks, et inimesed võivad ära tunda teatavaid keelelisi domeene esindavate **idioomide metafoorset sidusust** (*metaphoric coherence of idioms*) ning võibolla kasutada seda teadmust idioomi mõtestamisel (McGlone 2007: 118). Taolisele järeldusele jõudnud Nayak ja Gibbs resümeerisid oma katsete tulemusena (1990: 322), et inimesed ei ole mitte üksnes võimelised tuvastama idioomide vahelist metafoorset sarnasust, vaid nad kasutavad seda teadmust ka siis, kui on vaja otsustada idioomide sobivuse üle teatud kontekstidesse – idioomi ja teda ümbritseva konteksti vahel valitsev **kontseptuaalne koherentsus** mõjutab otseselt idioomist arusaamise kiirust. Eksperimendid näitasid ilmekalt, et inimesed peavad idioome enam sobivamaks ja hõlpsamalt mõistetavaks, kui nad asetsevad kontekstis, mis on kooskõlas nende fraaside erinevate implikatsioonidega (ehk kontekst toetab teatud idioomi valikut ~ hinnagut tema sobivusele), mis jällegi on ennustatavad allikdomeeni analüüsi põhjal. Sellega väljendasid Nayak ja Gibbs seisukohta, et konventsionaalsus iseenesest ei määra idioomi mõtestamise sundimatust.

Leidub ka uurijaid, näiteks **Brian F. Bowdle** ja **Dedre Gentner**, kes on väitnud, et metafoorse väljendi mõistmiseks rakendatavad protsessid võivad muutuda just sõltuvalt tema funktsioneerimise konventsionaliseerumisest (2005: 199). Samad autorid on ka seda meelt, et uudne väljend nõuab teistsugust järelduslikku tööd kui tuttavlik. Gibbsi arvates (1998: 103) ei ole aga üheselt selge, kas inimeste ligipääs kontseptuaalsetele metafooridele on pea olematu juhuslike/uudsete keeleliste metafooride tõlgendamise puhul, samal ajal kui kontseptuaalseid metafoore kasutatakse üldtuntud idioomide spetsiifiliste kujundlike tähenduste mõistmiseks. Selle alusel peabki McGlone kontseptuaalse metafoori vaatepunkti kujundkõne töötlemise seletusena mõneti ebaõnnestunuks, kuna see ei tunnista olulist erinevust konventsionaalsete ja uudsete väljendite töötlemise protseduurides (2007: 121).

McGlone tõdeb (2007: 120), et kuigi väited selle kohta, et konventsionaalseid väljendeid mõistetakse kontseptuaalsete metafooride kaudu, on problemaatilised, leidub siiski ka tõendeid, mille alusel võib väita, et inimesed võivad spontaanselt konstrueerida kontseptuaalseid projektsioone, et mõista uudseid metafoorseid väljendeid. Nn juhuslike idioomide tähenduse mõistmiseks võidakse n-õ teoreetiliselt proovida projitseeringut, juhul kui ütluse koosseisu kuuluv komponent mõjub äratuntavalt ning toob esile metafoorse seose. Kui aga seda seost ei avastatagi, siis viiakse projitseering läbi n-õ käigu pealt.

Nii Cacciari ja **Patrizia Tabossi** kui Titone ja Connine arvukad testid on olnud seotud idioomide ülekantud tähenduse äratundmisega katseisikute poolt. Nende uurimused lähtuvad eeldusest, et idioomid on mentaalselt esitatud leksikaalsete üksuste konfiguratsioonidena ilma igasuguse eraldi esitamiseta

leksikonis.<sup>60</sup> Cacciari ja Tabossi tavatsesid seda nimetada **konfiguratsiooni hüpoteesiks** (*The Configuration Hypothesis*). See hüpotees põhineb arusaamal, et idioomi tuvastamise/mõistmise ajakulu kindlakstegemisel mängib põhirolli punkt/ajahetk (*key point*), nn idiomaatiline võti (*idiomatic key*), millest alates mingit sõnajada (*idiom string*) tunnistatakse idiomaatilisena (Cacciari *et al* 2007: 421). Samade uurijate katsed näitavad, et see punkt varieerub sõltuvalt kogemusest (eelneva kokkupuutumise sagedusest), mis omakorda on aluseks väljendi konventsionaliseerumisele. Kuna see punkt ei korreleeru kompositsioonilisuse astmega, siis sõandatakse oletada, et idiomaatilise võtme kättesaamine tagab piisava informatsiooni keelekasutaja jaoks, et tuvastada idiomaatiline mudel ja välja otsida tähendus.

Titone ja Connine rõhutavad (1999: 1660), et nn idiomaatilise võtme aktiveerimisega ja idiomaatilise tähenduse taastamisega/otsinguga seotub aga teatav probleem, kuna see võib pigem olla kvalitatiivselt seotud nende sõnade aktuaalsete tähendustega kui teadmusega nende komponentide semantika kohta. Idiomaatilise tähenduse otsingu võib valla päästa pelk sõnade koosinemus konventsionaalsetes idiomaatilistes kombinatsioonides ja fraasides. Sellest järeldavad uurijad, et idioomi mittekompositsioonilisus sõltub nende kujundliku tähenduse konventsionaalsusest (Titone, Connine: 1670 jj). Kõnealuste konkreetsete katsete piiratusena toob Cacciari ise selle esitajana esile idioomi nn tähendusliku lõhustumise/lagundumise (*semantic decomposition*) eiramist. Selle aspektiga arvestava **dekompositsioonilisuse hüpoteesi** kohaselt (*The Idiom Decomposition Hypothesis*), mille eestkõnelejateks on olnud eelkõige Gibbs (koos Nayakiga) ning Titone ja Connine (vt Cacciari *et al* 2007: 440), leiduvad sellised idiomaatilised väljendid, mille komponendid n-õ kannavad idiomaatilise tähenduse tuvastatavaid osi, ning mille mentaalne esindus ja töötlemine (mõistmisprotsessis) on teistsugune kui semantiliselt opaaksete idioomide esindus ja töötlemine.

Psühholingviste on kritiseeritud selle eest, et inimeste intuitsioonide analüüsimine, st miks idioomid tähendavad seda, mida nad tähendavad, on ebasuhtlusväärne viis uurimaks kujundliku tähenduse kontseptuaalseid aluseid. Taoliselt seisukohalt võivad metafoorid mängida rolli idiomaatilise tähenduse ajaloolises kujunemises, ent tavakõnelejad saavad aru sellest, mida idioomid tähendavad seetõttu, et esmalt omandavad nad terve fraasi tähenduse ja alles seejärel järeldavad midagi koostisosade tähenduste kohta; see põhjustabki idioome, mis omavad spetsiifilist kujundlikku tähendust. Sellist lähenemist esindavad idioomi-uuringutes eespool mainitud Nunberg koos oma mõttekaaslastega.

Gibbs kritiseerib mõningate uurijate läbiviidud katsetest järelduvaid arusaamu, iseäranis kalduvust teha ühe-kahe näite varal (nn valvenäidetena

---

<sup>60</sup> Gibbs heidab Cacciari ja Tabossi uurimistööle ette opereerimist erinevatel tähenduse tasanditel (sõna vs fraas/lause) ning ebaselgust selles, kas vastavad erinevad keelelised protsessid (otsene vs kujundlik) leiavad aset mõlemal või ainult ühel tasandil (Gibbs 2002: 466).

toimivad *kick the bucket* ja *spill the beans*) üldistavaid järeldusi ingliskeelse (eelkõige puudutab see Ameerika inglise keelt) idiomaatika kohta; näitena toob ta Keysari ja Bly eksperimendid.<sup>61</sup> Nende varasemale uurimistöele heidab Gibbs eelkõige ette (1998: 101) seda, et seal ei väljendu tänapäeva keelekasutajate vaikumisi olemasolev metafoorne mõtlemine ja keel põhjusel, et nendes ei uurita inimeste võimet kasutada kontseptuaalseid metafoore idioomide mõtestamises.

Loomulikult võidakse idioomi mõtestamisel tunduvalt hõlpsamalt kui juhusliku keelise metafooriga kokku puutudes ligi pääseda kontseptuaalsetele metafooridele, ning seda kõrgelt konventsionaliseerunud, tiheda seose tõttu idioomi ja kontseptuaalse metafoori vahel, liiati teades, et enamik kontseptuaalseid metafoore on andnud erinevaid idiomaatilisi/konventsionaalseid väljendeid, st kontseptuaalsed metafoorid on aluseks kognitiivsetele protsessidele, mille käigus kujundkõnet tõlgendatakse (Gibbs 1998: 106–107): teatud idioomide sagedam kasutamine ja neile kontseptuaalsete metafooride kaudu motiveeringu omistamine võib muuta kontseptuaalsed metafoorid **salientsemaks** ja enam kättesaadavamaks situatsioonis, kus idioome kuulatakse või loetakse. Gibbs rõhutab, et mentaalse kujutuse kaasamine, uurimaks metafoori võimalikku piiravat mõju idioomi (või ka nt vanasõna) tähenduse motivatsiooni aspektidele, ei eelda seda, et inimesed iga kord loovad mentaalseid kujundeid, kui nad märkavad lugedes või kuulevad vestluses idioome, vanasõnu või verbaalseid metafoore (1998: 97). Sama kehtib kontseptuaalsete metafooride kohta: tõsiasi, et inimesed võivad küsimise peale langetada otsuseid tähenduse sarnasuse kohta idioomide ja nende arvatavaks aluseks oleva kontseptuaalse metafoori vahel, ei tähenda seda, et inimesed alati n-ö loovad kontseptuaalseid metafoore, kui nad töötlevad idioome (*ibid*). Nagu nendib Gibbs, on psühholingvistiliselt kindlaks tehtud tõsiasi, et inimesed **kontseptualiseerivad vaikumisi teatud valdkondi** metafoorsel viisil ja see võimaldab neid sobitada erinevate konventsionaalsete fraaside tähendustega (*ibid*: 99).

Psühholingvistilised leiud on raskesti sobitatavad seisukohaga, et idioomide kujundlikud tähendused on määratud üksnes nende individuaalsete leksikaalsete üksuste põhjal või meelevaldselt või ajalooliselt läbipaistmatutel põhjustel. Tänapäeva keelekasutajad omavad vaikumisi intuitsiooni teatud abstraktsete kontseptsioonide metafoorseks mõistmiseks ning need intuitsioonid suunavad neid kõnelema nendest kontseptsioonidest teatud metafoorsel viisil. Selle põhjal sõandabki Gibbs väita, et ükski teooria peale psühholingvistilise ei ole ligilähedaseltki võimeline kirjeldama täpselt seda, miks omavad idioomid spetsiifilisi tähendusi tänapäeva keelekasutaja jaoks või miks inimesed näivad kiirelt tuletavat spetsiifilisi järeldusi selle kohta, mida idioomid tähendavad (1998: 100jj).

---

<sup>61</sup> McGlone käsitleb samuti seda temaatikat põhjalikult ja märgib, et see, mida nii lakoffaanid kui ka Keysar ja Bly otsivad, on tegelikult „post-hoc rationalization” (2007: 115).

Gibbs rõhutab oma hilisemates seisukohavõttudes (2002: 475) eelkõige pragmaatilise info/teadmuse olulisust, pidades ebatäpseks oma varasemat (traditsioonilist e grice'likku) vaatekohta, et öeldu on samane otsese tähenduse e kontekstivaba tähendusega. Ning seda põhjusel, et öeldu ripub suuresti pragmaatilisest teadmusest. Asjaolu, et öeldut (*what speakers say*) tavatsetakse osaliselt analüüsida mõistmaks kõneleja poolt mõeldut (*what speakers implicate*), osutab, et inimesed selget teevad vahet öeldu ja mõeldu (st järeldatava tähenduse e implikatsiooni) vahel. Gibbssi arvates tuleks aga arvestada, et mõtestamisprotsessis on kättesaadavad erinevad pragmaatika aspektid, sellest tulenevalt teeb ta vahet primaarsel ja sekundaarsel pragmaatilisel teadmusel/informatsioonil. Kui esimese puhul rakendatakse nn vaiketeadmust (*deep, default background knowledge*)<sup>62</sup> öeldu tõlgendamisel, siis teine viitab nn kohalikumale, konkreetsele kontekstuaalsele infole, mis tagab diskursuses järeldatava tõlgendamise. Siinkohal kerkib esile lokaalse konteksti osatähtsus, mis põhineb kõneleja ja kuulaja vahelisel teineteisemõistmise ühisel taustal; samas siiski domineerib kuulajapoolne stereotüüpne taustateadmus.

Gibbs toonitab taas kord sedagi, et **millegi esmaseks-teiseseks pidamine ei tähenda tingimata erinevaid kognitiivseid protsesse, vaid pigem on küsimus esilduvuses**. Asjaolu, et inimesed analüüsivad automaatselt väljendi koosseisu kuuluvate sõnade nn otseseid tähendusi, vajaks Gibbssi meelest veel täpsemat uurimistööd. Selle raames tuleks tema arvates loobuda eelkõige otsesuse (*literalness*) mõistmisest lingvistilises tähenduses. Vahetegemine sellel, mida öeldakse ning sellel, mida tegelikult öelduga mõeldakse, ei nõua suuremat ajakulu, mistõttu leiabki Gibbs olevat mõtetu rääkida kujundliku keelekasutuse mõistmiseks tehtavast kognitiivse(te)st lisapingutus(t)est (2002: 480). Tuleb lihtsalt arvestada sellega, kuidas erinevad pragmaatika aspektid toimivad eri tüüpi keelilise infoga ning kuidas see võib sisaldada hädavajalikke vihjeid iseloomustamiseks pragmaatilise tähenduse *on-line*-mõistmist (*ibid*).<sup>63</sup>

Hiljemgi on Gibbs jätkuvalt toonitanud konteksti olulisust, mille kohaselt kontseptuaalsed metafoorid on osa kontekstist, kuna just see teeb kättesaadavaks projektsioonid allik- ja sihtala vahel ning piirab metafoorse väljendi võimalikke sisaldumisvahekordi (*entailment*) (Tendahl, Gibbs 2008: 1840).<sup>64</sup>

---

<sup>62</sup> Suuresti on tegemist sama ilminguga, mida John Lyons (1971: 419) nimetab *restricted context*, st „the more general beliefs, conventions and presuppositions governing the particular 'universe of discourse'”.

<sup>63</sup> Analüüsides keelemänge naljades, on Gibbs (1989: 249) jõudnud järeldusele, et nalja tekkes ei oma kaalu distinktsioon „otsene e primaarne tähendus vs metafoorne e teisene tähendus”, st nalja põhjus ei peitu mitte tekstis, vaid nalja algataja tegelike eesmärkide valesitõlgendamises vastuvõtja poolt. Seega nalja põhjustab nihe (*shift*) selle tegija eesmärkides, mitte nihe teksti otseselt tähenduselt kujundlikule tähendusele. Huumori pragmaatikast on eesti keeles kirjutanud põhjalikult Krikmann (2004b).

<sup>64</sup> Gibbs rõhutab, et tema poolt 1998. aastal püstitatud metafoorse mõtlemisega seotud hüpoteesid on kantud ideest käsitleda metafoorsete mudelite ning keelekasutuse ja -mõistmise erinevate aspektide vahelist interaktsiooni hierarhilisena. Selle teadmuse põhjal leiab ta koos Tendahliga avaldatud uurimuses mõttekama keelelisel tõlgenda-

Ka on päris viimaste eksperimentide näol leidnud kinnitust, et metafooriga seotud kognitiivne pingutus ja tagajärg/mõju on tingitud peaaesjalikult kontekstist (*ibid*: 1849).

Cacciari koos kolleegidega toob aga Gibbsile oponeerides oma viimaste katsete tulemite põhjal esile, et tema katsetes kasutatud idioomide ülekaalukas tõlgendamine kujundlikuna koos nende kõrge tuttavlikkusega võib olla aluspõhjaks eesõigustatud kontekstuaalse informatsiooni tähtsusetusele (Cacciari *et al* 2007: 440). Varem on Cacciari koos Levorato teinud katsete tulemusena sedastanud (Levorato, Cacciari 1999), et kontekstuaalne info omab tähtsust üksnes opaaksete idioomide korral. Levorato ja Cacciari eksperimendid laste keelekasutuse alal osutasid, et tundmatute ja läbipaistmatute idioomide tõlgendamisel, iseäranis idioomi omandamise varasemas staadiumis, on eelkõige abi informatiivsest kontekstist ja ühendi semantilise analüüsivuse tasemest ehk idioomi süntaktilisest struktuurist ja semantikast. Gibbs peab aga mõttetuks metafooride mõistmisvõime mõõtmist parafrasidele rajatud testidega laste seas, kuna katsete tulemused on osutanud, et **idioomide omandamine ei toimu automaatselt, vaid on seotud lapse arenguetappide ehk keeleliste ja metakeeleliste oskuste arenemisega**.<sup>65</sup>

Koos Tendahliga kirjutatud uurimuses – küll Dan Sperberi ja Deirdre Wilsoni relevantsus-teooriale<sup>66</sup> toetudes, on Gibbs jätkuvalt rõhutanud seisukohta, et väljendite otsesed tähendused ei ole nn eesõigustatud seisundis, st nad ei ole esimestena vaetavad ega hõlpsamalt moodustatavad, ning samuti ei ole kuidagi eriliselt töödeldavad ka metafoorid, kuigi nende näol on tegu keeleloomingulise ja jõulise kasutusega (Tendahl, Gibbs 2008: 1833jj).

### 3.4. Fraseologism ja salientsus

Käsitledes keeleüksuste mõtestamist, tuleb arvesse võtta ka inimälu uurimise alal tehtavat. Missugust rolli mängib mõlema ajupoolkera funktsionaalne asümmeetria fraseologismide kui eripäraste kujundlike üksuste töötlemisel, ei ole veel piisavalt uuritud. Üldiselt on teada, et parem ajupoolkera võib stiimuleid siis edukalt klassifitseerida, kui on olemas visuaalne süntaks, mis võimaldab neid ruumilistesse seostesse asetada. Vasakpoolne ajupoolkera seevastu võib stiimuleid siis edukalt klassifitseerida, kui need liigenduvad kergesti verbaalselt kirjeldatavatesse tunnustesse. Nagu on sedastanud Tulving, on vasak ajukoor valikuliselt seotud episoodilise mälu salvestamisega ja sellega seotud andmete semantilise mälu ammutamisega, samal ajal kui parem ajukoor on rohkem seotud episoodilisest mälu andmete väljalugemisega (e äratundmisega) (2007: 242; 257). Selle teadmise taustal tuleks

---

misel lähtuda kontseptuaalse metafooriteooria asemel hoopiski *blendi*-teooriast (Tendahl, Gibbs 2008: 1843).

<sup>65</sup> Vt ka Levorato, Cacciari 1999.

<sup>66</sup> Ka relevantsusteooria jaoks ei erine metafoorne keelekasutus kuidagi tavalisest.

ümber hinnata levinud väide, et kognitiivne kulutus fraseologismi töötlemiseks on tavapärasest kõrgem ning see kahaneb ajaga, mida selleks vajatakse/kasutatakse (vt Häcki Buhofer 1999: 67).

Fraseologismide mõistmisega seoses on üha enam hakatud rääkima **salientsuse**-mõistest. Selle termini olulisemaid propageerijaid on **Rachel Giora**. Salientsete tähenduste all tuleb mõista kodeeritud tähendusi meie mälus nende konventsionaalsuse, sageduse, tuttavlikkuse või prototüüpsuse tõttu. Sellised tähendused on n-õ kiiremini haaratavamad ja kättesaadavamad kui vähemsalientset (Giora 2003: 10). Giora rõhutab salientsuse e esilduvuse/een-duvuse puhul aga selle paindlikku loomust, kasutades *gradueeritud salientsuse* terminit (2003: 18).

Algselt aktiveerumist ei tingi mitte sõnasõnalisus ega kokkusobivus kontekstiga, vaid pigem verbaalse stiimuli salientsus, st sõnade ja väljendite salientset tähendused on kõige kättesaadavamad, st alati juurdepääsetavad ja alati (mäluiselt) esmased. Salientsus ripub suuresti teadmusest ehk kompetentsusest. Katsed näitavad, et väljenduse salientne (nt idiomaatiline) e domineeriv tähendus võib olla möödapääsmatu, ning seda hoolimata kontekstuaalsest nihkest otsese e perifeerse tõlgenduse suunas. Seega, **tugevalt salientsete idiomide puhul aktiveeruvad idiomaatilised tähendused kiiremini**.

Teisalt võib idioomi nn tardumuse-aste – fikseerimine leksikaalse üksusena – viidata tema salientsusele. Kuigi tähenduskomponentide nn summa ei ole mentaalses leksikonis arvel diskreetse üksusena, siis kummati, integreerituna lausesse, võib see kompositsiooniline tähendus olla tunduvalt kättesaadavam kui kompositsiooniline tähendus samaväärsel lausel, mille kavatsetud tähendus sõltub tema leksikaalsete komponentide vähemsalientsetest tähendustest.

Samas rõhutab Giora (2003: 21jj), et *gradueeritud salientsuse* hüpoteesi (edaspidi GSH) näol ei ole mingil juhul tegu unifikseeritud arusaamaga mentaalsest leksikonist, mille kohaselt sisaldaks viimane üksnes üht tüüpi üksusi. Kõne all olev hüpotees on kooskõlas arusaamaga, mille kohaselt leksikon mahutab individuaalsete sõnatähenduste spetsiifilisi, diskreetseid üksusi kõrvuti täpselt määratlemata tähendustega. Sõnadel võivad tähendused paigutada selliste üksuste kihtide vahel, mis esindavad semantilisi tunnuseid võrgustikuna. Iga sõna on semantiliste tunnuste konstellatsioon, nii et nende tunnuste alamhulk osaleb teiste temaga seotud sõnade tähendustes. Sellest kõigest järeldab Giora, et „it has no difficulty accepting that the meanings of segments longer than a word (idioms, fixed expressions) are coded alongside the meanings of their components” (2003: 21), st pole raske eeldada, et ka sõnast pikemate (kõne)lõikude (idiomide, püsiühendite) tähendused on kodeeritud kõrvuti e paralleelselt nende komponentide tähendustega.

Sõna/väljendi salientsus on tingitud tema kodeeritusest mentaalses leksikonis. Salientsuse *gradueeritud* mõjutavate teguritena märgib Giora **konventsionaalsust, sagedust, tuttavlikkust ja prototüüpsust/stereotüüpsust**. Vaagides nende kategooriate korreleerumist, leiab Giora olevat mõistliku siiski eeldada, et tähendus, mis on sagedane, ei pruugi indiviidile olla ühtlasi kohe tuttav. Ning vastupidi – tegelikus kommunikatsioonis harva aktualiseeruv

tähendus võib olla indiviidile tuttav. Seesugustena tuuakse tavaliselt esile nn keelatud sõnade ehk tabusõnade (ka nn nelja tähega sõnad) tähendusi, mis vaatamata oma üldiselt harvale kasutamisele asetsevad meie mälus n-õ eespool (e püsimälus) ehk siis nad on salientsemad.

Giora tõstatab küsimuse konteksti osatähtsusest sobivate tähenduste leidmises. Kooskõlas gradueeritud salientsuse hüpoteesiga võivad kontekstuaalsed protsessid olla etteennustavad (*predictable*), ja mõjutada tähenduste kättesaadavust. Siiski ei toimi järelaluslikud protsessid leksikaalsete protsessidega vastastikku, vaid samaaegselt. Samas mõõnab Giora, et mõningad kontekstuaalsed mõjud on oma loomult n-õ intraleksikaalsed, s.o protsessid toimuvad mentaalses leksikonis endas. Teisisõnu, sõnajadas võib eelnev sõna hõlbustada talle järgneva sõna semantilist menetlemist, kui nad on sisuliselt seotud, st assotsiatiivsed. Seda liiki kaasaaitamist on tavaks nimetada **praiminguks** (*priming*). Praimimise eesmärgiks, nagu väidab Tulving, näib olevat objektide äratundmisele kaasaaitamine, ning üheks märkimisväärseks omaduseks, mis eristab teda teistest mäluvormidest, on tema teadvustamatus (2007: 206–207). Tegemist on mälusüsteemi ühe astmega, mis tähistab olukorda, kui mingi tegu (äratundmine, nimetamine, pooliku sõna lõpetamine jne) muutub hõlpsamaks seeläbi, et mingi osa kompleksist millele tegu on suunatud, on vähemalt korra varem juba esinenud. See varasem esinemine toimib teadvustamata aluspõhjuna, mis järgmisel korral teeb asja inimesele paremini kättesaadavaks. Kuna praimimine on alles 90ndatel leidnud põhjalikku uurimist, teatakse selle mäluvormi kohta veel üsna vähe. Ka näiteks Gibbs on kasutanud enesekriitilist repliiki tema enda viljeldud meetodi kui eelkõige kognitiivseid protsesse tagantjärei seletava kohta, mis ei võta arvesse praimingu mõjusid kujundliku tähenduse domineerimisele otsese tähenduse ees (2002: 473).

Samas võib kontekst omada ka nn leksikaalset järelmõju, mõjutades tähenduse valikut (kontekstuaalselt sobilik või mitesobilik) ja lõimingut, olles eelnevalt taastanud vähemsalientse tähenduse või surunud maha ebasobiva tähenduse pärast esialgset aktiveerimisastet. Giora osutab, et leksikaalsete protsesside psühholoogilised uuringud on kooskõlas gradueeritud salientsuse hüpoteesiga, mille kohaselt salientset informatsiooni ei tõkestata isegi siis, kui see on kontekstuaalselt sobimatu (2003: 24jj).

Seega kuuluvad salientsed tähendused automaatselt töötlemisele sõltumata kontekstuaalsest infost. Giora mõõnab, et kuigi konteksti mõju võib olla kiirem, kulgeb see siiski paralleelselt leksikaalsete protsessidega ega mõjuta neid koheselt. Gradueeritud salientsuse hüpotees sätestab: mõtestamise algfaasis ei toimi vastastikku kaks temas sisalduvat erinevat mehhanismi, milleks on kontekstuaalne ja leksikaalne juurdepääsu mehhanism. Kui esimene võib mõjuda etteennustavalt, siis teine on automaatne, st vastupidav kontekstuaalsele mõjule. Viimane on aga salientsustundlik (*salience sensitive*), st salientsed tähendused on kättesaadavad automaatselt, keelelise stiimuli avastamise järel ning seda sõltumata kontekstist, vähemsalientsed jäävad tagaplaanile.

Ka Giora osutab (*ibid*: 27–28), sarnaselt Gibbsiga<sup>67</sup>, Sperberi ja Wilsoni uurimistöole, mille kohaselt on informatsioon relevantne sel määral, kui võrd see toob kaasa kontekstuaalseid mõjusid n-ö mõistlikult madala hinnaga. Relevantsusteooria jaoks ei erine metafoorne keelekasutus kuidagi tavalisest, lihtsalt see esindab ilmingut nimega „lõtv kõne” (*loose talk*), mis rikub Grice'i reeglid (kuid annab nn ökonoomiat) ning on osa keelilise töötlusalasest kontinuumist (vt Tendahl, Gibbs 2008: 1834). Sellise arusaama kohaselt töödeldakse idioomi samamoodi nagu iga teist keelist üksust, st kõneleja üritab leida optimaalselt asjakohast tõlgendust ning seda võimalikult väikeste pingutustega. Salientsus on aga n-ö ükskõikne asjakohasuse suhtes: kui sõna tähendus ei ole seotud nn kavandatud tähendusega, siis ta deaktiveeritakse. Kuigi salientne informatsioon ei ole oma olemuselt asjakohane, võib ta olla seda selles mõttes, et aktiveerub automaatselt ning võib teatud juhtudel olla kooskõlas kontekstuaalse infoga, teatud juhtudel aga mitte (sellist nn käitumist omistab Giora nt polüseemsetele sõnadele). Salientsed tähendused ei pruugi Giora arvates olla seotud semantilise sisuga, vaid hoopiski pragmaatilise tähendusega, st oluline ei ole mitte niivõrd see, mida öeldakse (*what is said*), vaid hoopis see, millele vihjatakse (*what is implicated*) (2003: 31).

Otsese tähenduse käsitlemisel tugineb Giora just Gibbsi psühholingvistilist suunda esindavale seisukohale, mille kohaselt on tegemist vaikimisi toimiva psühholoogilise protsessiga kujundliku keelekasutuse mõistmisel. Giora arvates võib nn minimaalne tähendus sõltuda kontekstist. Samas tõstatab ta küsimuse, kas salientne tähendus võib olla otsesel tähendusel rajanev minimaalne tähendus, ning vastab kaude, et küsimus otsesest tähendusest on ebaoluline salientsuse seisukohast. Kuigi otsene tähendus võib olla tugevalt salientne, ei ole otsesus Giora veendumuse kohaselt salientsuse komponent (2003: 33). Tähenduse salientsuslavi on seotud üksnes tema kättesaadavusega mälus tänu sellistele faktoritele nagu **kasutamissagedus või kogemuslik lähedus/tuttavliikkus**. Otsesena mõeldud väljendi kompositsiooniline tähendus ei ole kodeeritud mentaalses leksikonis ning ei ole seepärast salientne; küll võidakse vahetevahel teda kohelda salientsena (näiteks juhul kui tema koosseisu kuuluvad komponendid on salientsed). Sel põhjusel peabki Giora otsese tõlgenduse käsitlemist salientsena kõigest otseteeks (*ibid*: 34jj).

Kuigi GSH rõhutab sarnaselt mõnede muude teooriatega kontekstuaalse info osatähtsust mõistmises/mõtestamises, tõstab see esile kodeeritud tähenduse rolli samas protsessis vastamisi kontekstuaalse infoga (*ibid*: 28). Gradueeritud salientsuse hüpotees on osaliselt kooskõlas modulaarse mudeliga (või täpsemalt selle täiendatud versiooniga). Viimase kohaselt on leksikaalne juurdepääs automaatne ja ammendav, st kõik sõnatähenduse aspektid on saadaval korraga, st sõltumata nende esinemissagedusest või tuttavlikkusest või kontekstist.

Teisalt võib aga tugev kontekstuaalne info mõjutada leksikaalset aktiveerimist teataval määral, st see võib ette ennustada idiomaatilist töötlemist. Seega,

---

<sup>67</sup> Tegelikult osutab ka Gibbs ise oma viimatistes töödes sageli just Giorale, nii et mõju on vastastikune.

kui traditsiooniline modulaarne käsitus eeldab ammendavat ligipääsu, mis on salientsuse suhtes n-õ tundetu, siis GSH eeldab aktiveerimise salientsus-tundlikku viisi, st neutraalses kontekstis antuna saadakse enam-salientne informatsioon kätte kiiremini kui vähem-salientne. Sellise hüpoteesi kohaselt on salientne informatsioon alati juurdepääsetav ning ei ole tõrjutav kontekstuaalse info poolt (2003: 60). Samuti ennustab see hüpotees ette, et kui suhteliselt madala salientsusega tähendused on ette kavandatud, konkureerides tugevalt salientsete tähendustega, siis kontekstuaalne informatsioon, mis toetab madala salientsusega tähendust, ei too välja salientset informatsiooni.

Vaatamata sellele, et GSH ei võimalda kontekstuaalsel infol deaktiveerida salientset infot enne kui see on juurdepääsetav, võimaldab see hüpotees kontekstuaalsel infol n-õ ära kasutada nii salientset kui vähemsalientset informatsiooni, ehk teisisõnu, kontekstuaalselt sobimatut infot ei pruugita tingimata kasutamata jätta. GSH omab täiendavaid funktsionaalseid eeldusi (*functional assumptions*), mis ennustavad kontekstuaalselt sobimatute tähenduste allasurumist või säilitamist sõltuvalt sellest, millist rolli mängib selline informatsioon sobilike tõlgenduste konstrueerimisel.

Giora nendib kokkuvõtvalt (*ibid*), et tõlgendamise funktsionaalse käsituse korral eeldatakse, et salientse info automaatne ligipääsetavus on lõppude lõpuks ratsionaalne protsess, kuna kasutatakse ära info

- mida kavandati, mõjutades sujuvat integratsiooni kontekstiga,
- mida võidakse kasutada hoolimata kontekstuaalsest ebasobivusest,
- mida peetakse hädavajalikuks tahtlike manipulatsioonide puhul.

GSH tuginebki mõistmismudelil, mis on kaheosaline: algfaas, mis sisaldab tähendusi, millele pääsetakse juurde otse või mis tehakse kättesaadavaks tugevalt n-õ eesõigustatud konteksti poolt, ning kohe järgnev kontekstuaalse informatsiooniga aktiveeritud info integreerimisfaas. Vaagides leksikaalse juurdepääsu ja konteksti omavahelist seost, nendib Giora, et juurdepääs tähendab sõnatähenduse töötlemise kiiret aktiveerimist sellal, kui on kohatud keelelist stiimulit – kontekstis või väljaspool (*ibid*: 40).

Giora koos **Ofer Feiniga** (vt Giora, Fein 1999a, 1999b) on teinud arvukalt katseid ja teste (reageerimisaja mõõtmisuurinud, mis olid seotud tavaluselises kontekstis esinevate mitmetähenduslike sõnade erinevate tähendustega), saamaks aimu konteksti mõjust salientsusele. Järeldused on kooskõlas modulaarse hüpoteesi nn kapseldumisega (*encapsulation*) ning lükkavad Giora sõnutsi ümber vastastikusele mõjule tugineva otsese kättesaadavuse vaateviisi. Nimelt saadi testidega toetust arusaamale, et kognitiivsed üldmehhanismid toimivad sõltumatutena ning samaaegselt leksikaalsete protsessidega (2003: 49). See järeldus vastandub Gibbsile jt otsetee-teooria pooldajatele, kes katsete tulemusena sedastasid, et metafoori mõistmine võtab otseses tähenduses esitatuga võrreldes rohkem aega vaid juhul, kui metafoori sisaldav lause asetseb teda ümbitsevas tekstis alguspooles, ent see erinevus kaob siis, kui see esineb järgnevas positsioonis (Gibbs 1990: 58).

Selliseid faktoreid, nagu otsesus, metafoorsus, irregulaarsus võtab Giora kokku mõistega „salientsuse karjäär” (*the career of salience*).<sup>68</sup> Ta osutab selle mõistega asjaolule, et mõningaid tähendusi kasutatakse korduvalt sel määral, et nad saavad eespoolsemaiks/tähtsaimaks meie mälus. Giora tõdeb küll sedagi, et see, kuidas salientsus nihkub, on endiselt müsteerium (2003: 35). Samamoodi jäävad praegu veel lõpliku vastuseta ka küsimused kujundlike kõneüksuste mõistmise kohta. On küll selge, et need mehhanismid, kuidas püsiväljendeid mõistetakse/mõtestatakse, on universaalsed, st keelteülesed. See asjaolu võiks olla ka edaspidiste eesti keele fraseoloogia põhjal tehtavate uuringute aluseks.

---

<sup>68</sup> Tegemist on viitega Bowdle'i ja Gentneri terminile „metafoori karjäär” (*the career of metaphor*), mis tähistab muutust töötlemisviisides metafooride konventsionaliseerudes. Vt ka Katre Õimu ülevaadet Bowdle'i ja Gentneri seisukohtadest (Õim 2005).

## KIRJANDUS

- Baran, Anneli 1999. Eesti keele fraseoloogia põhijoontest ja struktuurist. Magistritöö. Käsikiri Tartu Ülikooli eesti ja võrdleva rahvaluule õppetoolis.
- Baranov, Anatoli, Dmitri Dobrovolski 2008. = Баранов, А. Н., Д. О. Добровольский 2008. Аспекты теории фразеологии. Российская академия наук, Институт русского языка им. В. В. Виноградова. Москва: Знак.
- Bloom, Paul, Frank C. Keil 2003. Keele kaudu mõtlemine. – Akadeemia, 8, 1673–1695.
- Bowdle, Brian F., Dedre Gentner 2005. The Career of Metaphor. – Psychological Review, 112 (1), 193–216.
- Burger, Harald 1973. Idiomatik des Deutschen. Unter Mitarbeit von Harald Jaksche. Tübingen: Niemeyer.
- Burger, Harald 2003. Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen. Berlin: Erich Schmidt.
- Burger, Harald, Annelies Buhofer, Ambros Sialm 1982. Handbuch der Phraseologie. Berlin; New York: de Gruyter.
- Cacciari, Cristina 1993. The Place of idioms in a literal and metaphorical world. – Idioms: processing, structure, and interpretation. Cristina Cacciari, Patrizia Tabossi (eds.). Hillsdale: Erlbaum, 27–55.
- Cacciari, Cristina, Sam Glucksberg 1995. Imagining Idiomatic Expressions: Literal or Figurative Meanings? – Martin Everaert, Erik-Jan van der Linden, André Schenk, Rob Schreuder (eds.). Idioms: structural and psychological perspectives. Hillsdale: Erlbaum, 43–56.
- Cacciari, Cristina, Roberto Padovani, Paola Corradini 2007. Exploring the relationship between individuals' speed of processing and their comprehension of spoken idioms. – European Journal of Cognitive Psychology, 19 (3), 417–445.
- Čermak, František 2001. Substance of Idioms: Perennial Problems, Lack of Data or Theory? – International Journal of Lexicography, 14 (1), 1–20.
- Dobrovolski, Dmitri 1997. = Dobrovol'skij, Dmitrij 1997. Idiome in kognitiver Perspektive. Zur Begriffsbestimmung. – Mariann Skog-Södersved (Hrsg.). Ethische Konzepte und mentale Kulturen 1. Auf der Suche nach ethischen Konzepten in Wortschatz und Phraseologie. Acta Universitatis Umensis, Umea Studies in the Humanities 139. Umeå: Umea University Press, 17–57.
- Dobrovolski, Dmitri, Elisabeth Piirainen 1996. = Dobrovol'skij, Dmitrij, Elisabeth Piirainen 1996. Symbole in Sprache und Kultur Studien zur Phraseologie aus kultursemiotischer Perspektive. Wolfgang Eismann, Peter Grzybek, Wolfgang Mieder (Hrsg.). Studien zur Phraseologie und Parömiologie. Bochum: Brockmeyer.
- Dobrovolski, Dmitri, Elisabeth Piirainen 2005a. = Dobrovol'skij, Dmitrij, Elisabeth Piirainen 2005a. Figurative language: cross-cultural and cross-linguistic perspectives. K. M. Jaszczolt, K. Turner (eds.). Current Research in the Semantics/Pragmatics Interface, vol. 13. Amsterdam [etc.]: Elsevier.
- Dobrovolski, Dmitri, Elisabeth Piirainen 2005b. = Dobrovol'skij, Dmitrij, Elisabeth Piirainen 2005b. Cognitive theory of metaphor and idiom analysis. – Jezikoslovlje, 6.1, 7–35.
- Dobrovolski, Dmitri, Elisabeth Piirainen 2009. = Dobrovol'skij, Dmitrij, Elisabeth Piirainen 2009. Zur Theorie der Phraseologie. Kognitive und Kulturelle Aspekte. Tübingen: Stauffenburg Verlag.

- Dundes, Alan, Claudia A. Stibbe 1981. *The Art of Mixing Metaphors. A Folkloristic Interpretation of the Netherlandish Proverbs by Pieter Bruegel the Elder.* – *FF Communications*, 230. Helsinki: Suomalainen Tiedeakatemia.
- Đurčo, Peter 1990. *Die Interpretation der Phraseologismen aus psycholinguistischer Sicht.* – *Folia Linguistica. Acta Societatis Linguisticae Europaeae*, XXIV, 1/2, 1–22.
- Đurčo, Peter 1998. *Acquisition of Idioms and Mind Mapping.* – Peter Đurčo (ed.). *Europhras 97. Phraseology and Paremiology. International Symposium September 2–5, 1997*, Liptovský Ján. Bratislava: Akadémia PZ, 70–76.
- EKSS = Eesti keele seletav sõnaraamat. 2., täiendatud ja parandatud trükk. Margit Langemets, Mai Tiits, Tiia Valdre, Leidi Veskis, Ülle Viks, Piret Voll (toim.). Tallinn: Eesti Keele Sihtasutus.  
<http://www.eki.ee/dict/ekss/index.cgi?Q=operatiivsus&F=M> (24.09.2010)
- Eismann, Wolfgang, Peter Grzybek 1994. *Sprichwort, Sprichwörtliche Redensart und Phraseologismus: Vom Mythos der Untrennbarkeit.* – Christoph Chlosta, Peter Grzybek, Elisabeth Piirainen (Hrsg.). *Sprachbilder zwischen Theorie und Praxis. Akten des Westfälischen Arbeitskreises „Phraseologie/Parömiologie“* (1991/2). Studien zur Phraseologie und Parömiologie. Bochum: Universitätsverlag Dr. N. Brockmeyer, 89–132.
- Farø, Ken 2006a. *Ikonographie, Ikonizität und Ikonizismus: Drei Begriffe und ihre Bedeutung für die Phraseologieforschung.*  
[http://www.linguistik-online.de/27\\_06/faroe.html](http://www.linguistik-online.de/27_06/faroe.html) (24.09.2010)
- Farø, Ken 2006b. *Dogmatismus, Skeptizismus, Nihilismus und Pragmatismus bei der Idiomübersetzung: Grundfragen zu einer idiomtranslatorischen Theorie.* – Annelies Häcki Buhofer, Harald Burger (Hrsg.). *Phraseology in Motion 1. Methoden und Kritik. Akten der Internationale Tagung zur Phraseologie (Basel, 2004).* *Phraseologie und Parömiologie*, Bd. 19. Baltmannsweiler: Schneider Verlag Hohengehren, 189–202.
- Farø, Ken, Erla Hallsteinsdóttir 2006. *Neue theoretische und methodische Ansätze in der Phraseologieforschung.*  
[http://www.linguistik-online.de/27\\_06/einleitung.html](http://www.linguistik-online.de/27_06/einleitung.html) (24.09.2010)
- Filatkina, Natalia 2005. *Phraseologie des Letzebuergeschen: Empirische Untersuchungen zu strukturellen, semantisch-pragmatischen und bildlichen Aspekte.* Dissertation. Germanistische Bibliothek Bd. 22. Heidelberg: Universitätsverlag Winter.
- Fleischer, Wolfgang 1997. *Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache. 2., durchgesehene und ergänzte Auflage.* Tübingen: Niemeyer.
- Geeraerts, Dirk 1995. *Specialization and Reinterpretation in Idioms.* – Martin Everaert, Erik-Jan van der Linden, André Schenk, Rob Schreuder (eds.). *Idioms: structural and psychological perspectives.* Hillsdale: Erlbaum, 57–73.
- Geeraerts, Dirk 2002. *The interaction of metaphor and metonymy in composite expressions.* – René Dirven, Ralf Pörings (eds.). *Metaphor and Metonymy in Comparison and Contrast.* *Cognitive Linguistic Research* 20. Berlin; New York: Mouton de Gruyter, 435–465.
- Gibbs, Raymond W. Jr. 1989. *Understanding and Literal Meaning.* – *Cognitive Science* 13, 243–251.
- Gibbs, Raymond W. Jr. 1990. *Comprehending figurative referential descriptions.* – *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 16 (1), 56–66.
- Gibbs, Raymond W. Jr. 1994. *The poetics of mind: figurative thought, language, and understanding.* Cambridge [etc.]: Cambridge University Press.

- Gibbs, Raymond W. Jr. 1995. Idiomaticity and Human Cognition. – Martin Everaert, Erik-Jan van der Linden, André Schenk, Rob Schreuder (eds.). *Idioms: structural and psychological perspectives*. Hillsdale: Erlbaum, 97–116.
- Gibbs, Raymond W. Jr. 1998. The fight over metaphor in thought and language. – Cristina Cacciari, Albert Katz, Mark Turner (eds.). *Figurative Language and Thought*. Oxford: Oxford University Press, 88–118.
- Gibbs, Raymond W. Jr. 2002. A new look at literal meaning in understanding what is said and implicated. – *Journal of Pragmatics*, 34 (4), 457–486.
- Giora, Rachel 1999. On the priority of salient meanings: Studies of literal and figurative language. – *Journal of Pragmatics*, 31 (7), 919–929.
- Giora, Rachel 2003. *On our mind: salience, context, and figurative language*. Oxford: Oxford University Press.
- Giora, Rachel, Ofer Fein 1999a. Irony: Context and Salience. – *Metaphor and Symbol*, 14 (4), 241–257.
- Giora, Rachel, Ofer Fein 1999b. On understanding familiar and less-familiar figurative language. – *Journal of Pragmatics*, 31 (12), 1601–1618.
- Glucksberg, Sam 1991. Beyond literal meanings: The Psychology of Allusion. – *Psychological Science*, 2 (3), 146–152.
- Glucksberg, Sam 1993. Idiom Meanings and Allusional Content. – Cristina Cacciari, Patrizia Tabossi (eds.). *Idioms: processing, structure, and interpretation*. Hillsdale: Erlbaum, 3–26.
- Glucksberg, Sam 2001. *Understanding figurative language. From metaphors to idioms*. Oxford; New York: Oxford University Press.
- Grzybek, Peter 1991. Sinkendes Kulturgut? Eine empirische Pilotstudie zur Bekanntheit deutscher Sprichwörter. – *Wirkendes Wort*, 41/2, 239–264.
- Grzybek, Peter 2007. Semiotische Aspekte der Phraseme/Semiotic aspects of set phrases. – Harald Burger, Dmitrij Dobrovol'skij, Peter Kühn, Neal R. Norrick (eds.). *Phraseologie. Ein internationales Handbuch der zeitgenössischen Forschung*. 1. Halbband, 188–207.
- Grzybek, Peter 2009. The Popularity of Proverbs. A Case Study of the Frequency-Familiarity Relation for German. Rui J.B. Soares, Outi Lauhakangas (eds.). *Proceedings of the Second Interdisciplinary Colloquium on Proverbs*. Tavira: IAP, 214–229.
- Hallsteinsdóttir, Erla 2001. Das Verstehen idiomatischer Phraseologismen in der Fremdsprache Deutsch. – *Philologia – Sprachwissenschaftliche Forschungsergebnisse*, Bd. 49. Hamburg: Verlag Dr. Kovač.
- Häcki Buhofer, Annelies 1997. Der Erwerb der Phraseologismen. – Rainer Wimmer, Franz-Joseph Berens (Hrsg.). *Wortbildung und Phraseologie*. Tübingen: Günter Narr Verlag, 209–232.
- Häcki Buhofer, Annelies 1999. Psycholinguistik und Phraseologie. – Nicole Fernandez-Bravo, Irmtraud Behr, Claire Rozier (Hrsg.). *Phraseme und typisierte Rede*. Tübingen: Stauffenburg, 63–75.
- Jesenšek, Vida 2006. Phraseologie und Fremdsprachenlernen. Zur Problematik einer angemessenen phraseodidaktischen Umsetzung.  
[http://www.linguistik-online.de/27\\_06/jerensek.html](http://www.linguistik-online.de/27_06/jerensek.html) (24.09.2010)
- Johnson, Mark 1987. *The Body in the Mind: the bodily basis of meaning, imagination, and reason*. Chicago: University of Chicago Press.
- Jäkel, Olaf 1998. Diachronie und Wörtlichkeit: Problembereiche der kognitiven Metapherntheorie. *Kognitive Lexikologie und Syntax*. – Friedrich Ungerer (Hrsg.).

- Rostocker Beiträge zur Sprachwissenschaft 5/1998. Universität Rostock: Philosophische Fakultät, 99–117.
- Juska-Bacher, Britta 2009a. Der Einfluss sozialer Faktoren auf die Phraseologismenkenntnis – Eine kontrastive Studie zum Niederländischen, Deutschen, Schwedischen und Englischen. – Csaba Földes (Hrsg.). *Phraseologie disziplinär und interdisziplinär*. Tübingen: Gunter Narr Verlag, 443–452.
- Juska-Bacher, Britta 2009b. Empirisch-kontrastive Phraseologie. Am Beispiel der Bekanntheit der Niederländischen, Deutsche und Schwedischen. – Wolfgang Eismann, Peter Grzybek, Wolfgang Mieder (Hrsg.). *Phraseologie und Parömiologie*. Band 23. Baltmannsweiler: Schneider Verlag Hohengehren.
- Keysar, Boaz, Bridget Martin Bly 1999. Swimming against the current: Do idioms reflect conceptual structure? – *Journal of Pragmatics*, Volume 31, Issue 12, 1559–1578.
- Krikmann, Arvo 2002. Eve Sweetser ja Mark Johnson: Sõnatähenduste diakrooniline areng. Prepropositsionaalsed imidžiskeemid. Modaliteetide probleem. – Ütluste semantikast. Tartu: Eesti Kirjandusmuuseum, folkloristika osakond.  
[http://www.folklore.ee/~kriku/RETSEM/MEMO\\_SWJ.pdf](http://www.folklore.ee/~kriku/RETSEM/MEMO_SWJ.pdf) (24.09.2010)
- Krikmann, Arvo 2003. Kaasaaegse metafooriteooria panus parömioloogiasse. – Arvo Krikmann (toim.). *Uurimusi folkloori lühivormidest*. Reetor 1. Tartu: Eesti Kirjandusmuuseum, folkloristika osakond, Eesti Kultuuriloo ja Folkloristika Keskus, 52–144.
- Krikmann, Arvo 2004a. “Sai hea obaduse vastu obadust”: Löömist ja peksmist märkivad väljendid eesti keeles. Reetor 3. Tartu: Eesti Kirjandusmuuseum, folkloristika osakond, Eesti Kultuuriloo ja Folkloristika Keskus.
- Krikmann, Arvo 2004b. Koestler, Raskin, Attardo ja teised: Lingvistiliste huumoriteooriate uuemaist arenguist. Reetor 4. Tartu: Eesti Kirjandusmuuseum, folkloristika osakond, Eesti Kultuuriloo ja Folkloristika Keskus.
- Köhler, Wolfgang 2006. *Geštaltpsühholoogia. Sissejuhatus nüüdispsühholoogia uutesse kontseptsioonidesse*. Tallinn: Tänapäev.
- Kövecses, Zoltán, Péter Szabó 1996. Idioms: A View from Cognitive Semantics. – *Applied Linguistics*, 17 (3), 326–355.
- Lakoff, George 1987. *Women, fire and dangerous things: what categories reveal about the mind*. Chicago; London: University of Chicago Press.
- Lakoff, George 2007. The contemporary theory of metaphor. – Vyvyan Evans, Benjamin K. Bergen, Jörg Zinken (eds.). *The cognitive linguistics reader*. London; Oakville: Equinox, 267–315.
- Levorato, M. Chiara, Cristina Cacciari 1999. Idiom Comprehension in Children: Are the Effects of Semantic Analysability and Context Separable? – *European Journal of Cognitive Psychology*, 11 (1), 51–66.
- Lotman, Juri 1991. *Kultuurisemiootika. Tekst – kirjandus – kultuur*. Tallinn: Olion.
- Lyons, John 1971. *Introduction to theoretical linguistics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- McGlone, Matthew S. 2007. What is the explanatory value of a conceptual metaphor? – *Language & Communication*, 27 (2), 109–126.
- Metslang, Helle 1993. Verbitarind ajatähendust väljendamas. – *Virittäjä. Kotikielen seuran aikakauslehti* 97, 203–221.  
[http://www.kotikielenseura.fi/virittaja/hakemistot/jutut/1993\\_203.pdf](http://www.kotikielenseura.fi/virittaja/hakemistot/jutut/1993_203.pdf)
- Millikan, Garrett Ruth 2003. Keele ja mõtlemise partnerlus: Vaade linnulennult. – *Akadeemia*, 8, 1696–1709.

- Moon, Rosamund 1998. Fixed expressions and idioms in English. A corpus-based approach. Oxford studies in lexicography and lexicology. Oxford: Clarendon Press.
- Muischnek, Kadri 2006. Verbi ja noomeni püsiühendid eesti keeles. Doktoritöö. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.
- Murphy, Gregory L. 1996. On metaphoric representation. – *Cognition*, 60 (2), 105–204.
- Nayak, Nandini P., Raymond W. Gibbs Jr. 1990. Conceptual knowledge in the interpretation of idioms. – *Journal of Experimental Psychology: General*, Vol. 119 (3), 315–330.
- Nunberg, Geoffrey, Ivan A. Sag, Thomas Wasow 1994. Idioms. – *Language*, 70 (3), 491–538.
- Pamies, Antonio, Beatriz Cortina 2009. Idioms on Drunkenness and Drunkenness on Idioms. Csaba Földes (Hrsg.). *Phraseologie disziplinär und interdisziplinär*. Tübingen: Gunter Narr Verlag, 223–235.
- Permyakov, Grigorij 1979. From Proverb to Folk-tale. Notes on the general theory of cliché. Moscow: Central Department of Oriental Literature.
- Piirainen, Elisabeth 2006. Phraseologie in arealen Bezügen: ein Problemaufriss. [http://www.linguistik-online.de/27\\_06/piirainen.html](http://www.linguistik-online.de/27_06/piirainen.html) (24.09.2010)
- Piirainen, Elisabeth 2008. Phraseologie und Areallinguistik: ein interdisziplinärer Forschungsansatz. – *Das Wort. Germanistisches Jahrbuch Russland* 2008, 115–128.
- Roos, Eckhard 2001. Idiom und Idiomatik. Ein sprachliches Phänomen im Lichte der kognitiven Linguistik und Gestalttheorie. Aachen: Shaker.
- Šanski, N. M. 1969. = Шанский, Николай Максимович 1969. Фразеология современного русского языка. Москва: Высшая школа.
- Schwarz, Monika 1997. Kognitive Linguistik? Eine Strasse in den Geist! – András Kertész (Hrsg.). *Metalinguistik im Wandel. Die “kognitive Wende” in Wissenschaftstheorie und Linguistik. MetaLinguistica Bd. 4*, Frankfurt a.M.; Bern; New York; Paris; Wien: Lang, 19–30.
- Sperber, Dan, Deirdre Wilson 1986. *Relevance: communication and cognition*. Oxford: Blackwell.
- Sweetser, Eve 1990. From etymology to pragmatics. Metaphorical and cultural aspects of semantic structure. Cambridge [etc.]: Cambridge University Press.
- Tabossi, Patrizia, Rachele Fanari, Kinou Wolf 2009. Why are idioms recognized fast? – *Memory&Cognition*, 37 (4), 529–540.
- Tendahl, Markus, Raymond W. Gibbs Jr. 2008. Complementary perspectives on metaphor: Cognitive linguistics and relevance theory. – *Journal of Pragmatics*, 40 (11), 1823–864.
- Titone, Debra A., Cynthia M. Connine 1999. On the compositional and noncompositional nature of idiomatic expressions. – *Journal of Pragmatics*, 31 (12), 1655–1674.
- Tulving, Endel 2007. *Mälu*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.
- Vinogradov, Viktor Vladimirovič 1947 = Виноградов, Виктор Владимирович 1947. Об основных типах фразеологических единиц в русском языке. – А. А. Шахматов. 1864–1920. Сборник статей и материалов. Под редакцией С. П. Обнорского. Труды комиссии по истории Академии наук СССР; вып. 3. Москва; Ленинград: Изд-во Академии наук СССР, 339–364.
- Wotjak, Barbara 1999. Zu textuellen Vernetzungen von Phraseologismen am Beispiel von Sprachwitzen. – Nicole Fernandez-Bravo, Irmtraud Behr, Claire Rozier (eds.). *Phraseme und typisierte Rede*. Tübingen: Stauffenburg, 51–62.
- Õim, Haldur, Madis Saluveer 2002. Freimid keelekirjelduses. – *Akadeemia*, 12, 2663–2682.

- Õim, Katre 2003. Võrdluste struktuurist ja kujundisemantikast. Reetor 2. Tartu: Eesti Kirjandusmuuseum, folkloristika osakond, Eesti Kultuuriloo ja Folkloristika Keskus.
- Õim, Katre 2004. Fraseologism versus kõnekäänd. – Emakeele Seltsi Aastaraamat 50 (2004), 129–142.
- Õim, Katre 2005. Metafoori mõistmise mudelid: kategoriseerimine vs. võrdlemine. – Akadeemia, 8, 1751–1772.

## **ARTIKLID**

## KOKKUVÕTE

Uurimistöö põhieesmärgiks on eesti fraseoloogilise ainese analüüsi suhestamine viimaste aastate uurimissuundadega fraseoloogia-uurimises. Töö sissejuhatavas teoreetilises ülevaates pürin uute lähenemiste toel fraseoloogia olulisemate mõistete avamisele. Keskendun eelkõige fraseologismidega seotud motivatsiooni-probleemistikule ning toon välja põhilised vaidluskohad. Seejuures lähtun fraseologismist kui keelemärgist, millele omane arbitraarsus ei ole aga valdav omadus. Selletõttu käsitlengi lähemalt kujundliku üksuse motivatsiooni ikoonilisust. Erinevalt tavapärasest motivatsiooni-käsitusest võimaldab selline lähenemine tegeleda edukamalt fraseoloogiliste üksuste semantilise motivatsiooni kirjeldamisega. Kahesuguse motivatsiooni-tüübi – ikoonilise e metafoorse ja sümbolilise e kultuurilise – olemasolu ei välista küll ebamääraste piiridega üksuseid, ent toob fraseoloogia käsitlusse sisse väga olulise kultuurilise teadmuse mõiste. Fraseoloogia puhul on olulised nii keeleline ja kultuuriline teadmus kui ka kognitiivne kompetents, st fraseologismid on keeleüksused, mille mõistmine ja kasutamine eeldab teatavaid teadmisi või oskusi. Uurimused näitavad, et emakeelne kõneleja võib fraseologismi mittetundmise korral siiski omada mingeid tugipunkte, mis võimaldavad seda üksust mõista. Kognitivistliku lähenemise vaatepunktist toetub inimene fraseologismide või idioomide mõistestamisel universaalse loomusega kontseptualiseerimisele.

Viimast arusaama toetavad osaliselt ka psühholingvistilised uuringud, millele keskendun töö teoreetilise osa teises pooles. Siin on kesksel kohal küsimus selle kohta, kuidas hõlbustavad erinevad kompetentsid kujundlikkuse mõistmist, st kas see toimub n-õ automaatselt või analüüsitakse sõltumatult eelteadmusest. Sellega seoses vaatlen lähemalt ka kompositsioonilisuse-probleematikat, st milline roll on terviküksuse mõtestamises tema koosseisu kuuluvatel leksikaalsetel koostisosadel.

On selge, et kujundliku üksuse semantikat on võimalik analüüsida erinevate meetoditega, ent neid meetodeid tuleks rakendada koos, mitte eraldi, kuna fraseoloogiline ainek ei kujuta endast mitte ühetaolistest, vaid vägagi eriilmelistest üksustest koosnevat kontiinumit. Väitekirja põhiosa moodustavates artiklites vaatlen eestikeelset fraseoloogiat eesti kõnekäändude ja fraseologismide andmebaasis sisalduvate fraseoloogiliste üksuste näitel. Analüüsin neis kirjutistes (artiklid I, IV, V) fraseologismide kujundisemantikat, vaagides fraseoloogilise (kõnekäänulise) kujundi olemust teatud kindla temaatikaga (keskseimaks 'rumalus') väljendites. Eesmärgiks on soov näidata, et kõnekäändu pikkus sõltub tema koosseisu kuuluvatest kesketest kujundsõnadest (artiklid I ja IV). Kui kujundsõnad on iseseisvunud ehk n-õ keelestunud, näiteks tähenduse tuumelemendi puhul on tegu pelga verbiga, on tihtipeale keeruline rääkida fraseoloogilist järku üksusest. Seda, et fraseoloogilise üksuse iseloomustamisel ei ole võimalik jäik piiritlemine, näitas ka ühe kindla kõnekujundi liigi käsitlus (artikkel V), millega soovisin demonstreerida hüperboolsete väljendite näitel fraseoloogilisele ainesele vägagi omast fraseoloogilise kujundi hübriidsust (nn hüperboolselt kasutatud metonüümia).

Ülevaates eesti vanema fraseoloogia olulisematest kirjakeelsetest allikatest (artikkel II), mis on ühtlasi vanema fraseoloogiakihistuse allikmaterjalid, soovisin osutada tõigale, et vanimad fraseologismid on suuresti laenuised, saksa keelest tõlgitud või mugandatud väljendid. Nende samade traditsioonilisteks peetavate väljendite – milledest mõningate varaseimad kirjapanekud on olemasolevate allikate põhjal sajanditevanused –, tuntuse-aspekt Eesti koolinoorte seas on üks minu uurimistöö põhihuviseid. Eesmärgiga välja selgitada vanade väljendite tegelikku tuntust, korraldasin kahe Eesti kooli vanemate õpilaste seas küsitluse (artikkel VI). Selle tulemus osutas küll asjaolule, et väljendeid ei pruugita tunda, ent neid võidakse mõista olemasoleva teadmuse pinnalt, nt assotsiatsioonide alusel, mida tekitavad fraseologismi koosseisu kuuluvad sõnad või teine samalaadne väljend. Nii see uurimus kui ka koolipärimuse ainese analüüs (artikkel III) näitasid ilmekalt, et fraseologismide tegelik tunnus ehk fraseoloogia-alane teadmus ei ole sõltumatu ja ühetaoline, vaid seda määravad mitmesugused tegurid. Tänapäeva noorte puhul on selleks mõjuriks eelkõige internet, mille üha täienevad võimalused on näiteks toonud kaasa sellegi, et ei saa enam rääkida üht tüüpi suhtlusest: suuline ja kirjalik keelekasutus on põimunud millekski kolmandaks, internetikeeleks e kirjutatud kõneks, mida ei ole võimalik uurida tavapärasel moel.

Ühe põhijäreldusena tööst võib taas kord kinnitada, et fraseoloogia ei ole üheselt määratletav keeleaines, tema koosseis on äärmiselt mitmekesine. See asjaolu muudab fraseoloogiliste üksuste uurimise ainult ühest aspektist küsitavaks. Fraseologism on midagi enam kui lihtsalt reprodutseeritav keeleüksus, tegemist on tunduvalt komplekssema ilminguga. Arhiivi ülekirjutused ei anna sageli piisavalt tugipunkte väljendite analüüsimiseks lähtuvalt nende tegelikust kasutusest. Enam tuleks pöörata tähelepanu keeleüksuse kasutajale – millises situatsioonis, millisel põhjusel väljendit kasutatakse. See näitab, kas ja kuidas keelekasutaja üldse tarvitab kujundlikke keeleüksuseid igapäevaselt. Kas traditsiooniliseks peetavad väljendid on keeles üldse nii tavapärased, ka seda peavad näitama edaspidised põhjalikumad uuringud.

Samuti tuleks senisest enam fraseoloogilises uurimistöös pöörata tähelepanu väljendite mõistmisega seonduvale. On selge, et fraseologismide kasutamine ja tõlgendamine on erinevad protsessid, mis on suhtluses tulemuslikud üksnes siis, kui keelekasutajad on samal tasandil, st kasutajad on ettetulevast fraseologismist teadlikud. Fraseologismi kasutus on suuresti rajatud tema tuttavlikkusele. See omadus võimaldab fraseoloogilist üksust hõlpsasti ära tunda ja teisalt märglevalt kasutada. See on ka põhjus, miks fraseologismide käsitlus peaks üha enam lähtuma konkreetsest keelesituatsioonist, ning erinevatest kõneleja positsioonidest. Kujundlik/ekspressiivne keelekasutus ei toimi ühesuunaliselt. Tegu on kõnes – uue ajal üha enam ka kirjas – esinevate üksustega, seega millegagi, mida kasutatakse eelkõige suhtluses. Selliste üksuste analüüs peab kindlasti arvesse võtma ka nende funktsiooni. Tulevaste fraseoloogiliste uurimistööde eesmärgina näengi sel põhjusel fraseoloogilise üksuse analüüsi eelkõige lähtuvalt nende kasutajatest ning sotsiaalsest kontekstist.

Käesoleva uurimistöö põhijäreldus on, et fraseoloogia-alane teadmus on osa keelelisest, kultuurilisest ja kognitiivsest kompetentsist. Seetõttu ei saa kujundlikke väljendeid käsitleda pelkade tekstidena, mida kõik keeleveldajad omavad, kasutavad ja mõistavad ühtemoodi, vaid arvesse tuleb võtta, et selline teadmus erineb sõltuvalt igast üksikust keeleveldajast.

## SUMMARY

### Possibilities for Studying Semantics in Phraseology

The main aim of the thesis is to position the analysis of Estonian phraseological subject matter within the research trends in phraseology of recent years. In the theoretical introductory part of the thesis, I endeavour an attempt to disclose the most significant concepts in phraseology by way of relying on new approaches. Primarily, I focus on the motivation-related problems concerning the phraseologisms and highlight the main issues of discussion. By doing so, I proceed from phraseologism as a language sign, whereas arbitrariness, the intrinsic nature of the latter, is not the prevailing characteristic. Therefore, conditioned by this, I take a closer look at the iconic nature of the motivation of a figurative unit. Differently from the conventional treatment of motivation, such an approach makes it possible to focus more successfully on the description of a semantic motivation of phraseological units. The existence of two types of motivation – suggested by Dmitrij Dobrovolskij and Elisabeth Piirainen – iconic or metaphoric and symbolic or cultural – does not exclude the units with a smooth transmission, which have also been the main problem in earlier classifications, however, it does introduce the concept of cultural knowledge in the classification of phraseologisms, which has earlier been missing therein.

To a large extent, phraseologisms tend to be coded – either metaphorically or culturally, in this case the understanding of the figurative units largely depends on the existing competence. Such an understanding is also sustained by psycholinguistic studies (mainly conducted by Anglo-American and Italian researchers), dealt with in the second, more theoretical part of the thesis. Here, the focus is on the question as to how much would knowledge facilitate the understanding of imagery, i.e. does this take place automatically or is it being analysed independently from prior knowledge. In connection with this, I will also take a closer look at compositionality, i.e. as to what is the role of lexical ingredients in rendering meaning to the integral whole. Likewise, I also think over the role of the context in understanding a figurative unit. The last chapter of the theoretical part concludes the psycho-linguistic discussion by way of salience-theme which has become of focal relevance in the research on figurative speech. Salient meanings are the most available ones, i.e. they are always accessible and, memory-wise, of primary nature. Salience is also largely dependent on knowledge and this is why this concept is of relevance in the research concerning the understanding of phraseological units as reproduction units.

It is evident that the semantics of a figurative unit can be analysed by way of different methods, however, these methods should be applied together, not separately, as the subject matter of phraseology is a continuum of varied units rather than homogeneous ones.

The articles comprising the main part of the thesis observe the Estonian-language phraseology, using the example of phraseological units within the

Database of Estonian Phrases. The analysis focuses on the figurative semantics of phraseologisms, pondering on the essence of phraseological images in the expressions with stupidity as the main theme (articles I, IV, V). In the first article I attempt to show that the length of a saying as a short folkloric unit depends on the tropes within its composition. When these figurative words, the tropes have become independent, i.e. they are linguistic, e.g., there is only a verb denoting the core of the meaning, it is often difficult to talk about phraseological units. Indeed, it is not possible to set strict limits when characterising a phraseological unit, as evidenced in the treatment of a particular type of figure of speech, used as an attempt to demonstrate, by way of using the example of hyperbolic expressions (metonymy used hyperbolically, the hybridity of phraseological units, intrinsic of phraseological subject matter (Article V). Upon the treatment of animal imagery, this being one of the central metaphors in phraseology, I focus on the expressions within the stratification of older Estonian phraseology, primarily from the axiological aspect (Article IV).

With regard to the overview of more relevant sources of older Estonian phrases in the written language (Article II), I wished to highlight the fact that in the majority of instances, the oldest phraseologisms are loans, translated from German, or adapted expressions. The aspect whether these traditional expressions (some of them going back for centuries, according to existing sources) are known among Estonian school students is one of the major interests in the research (Article VI). With an aim to ascertain the actual knowledge of old expressions, I distributed a relevant questionnaire which indeed indicated that the secondary level students might not be aware of these phrases, yet they conceptualise them on the basis of their existing knowledge, relying, for instance, on associations generated by the words within the structure of the phrase. The analysis of phraseologisms used in this research, incl. the examples of Netspeak (Article VI) and that of school-lore (Article III) showed vividly that phraseology related knowledge, rather than being uniform is instead determined by different factors. It is obvious that when cultural knowledge undergoes an alteration, the expressions which were initially of significance may lose their topicality. However, there are certain very old phrases still used today, without experiencing any difficulties in the relevant conceptualisation.

As one of the conclusions, it is possible to confirm that phraseologisms are not an unambiguously definable linguistic matter, and the relevant structure is extremely diverse. This, in turn, makes it questionable to study the phraseological units from only one aspect. Phraseologism is a remarkably more complex phenomenon than simply a reproducible linguistic unit. More attention should be paid on the users of linguistic units – in what situation is the expression being used, and with what kind of a purpose? This would show whether and how does the language user actually use figurative linguistic units on a daily basis. Still, archival recordings do not always provide sufficient base for the analysis of expressions proceeding from their actual use. Whether the phrases, perceived as traditional in the language are at all so conventional, needs to be proved by further in-depth research.

Likewise, phraseological research should focus more on the issues related to the understanding of the expressions. Evidently, the use of phraseologisms and the interpretation thereof are different processes, providing an outcome in communication only when the language users are at the same level. The treatment of phraseologisms should more proceed from concrete language situations and different speaker-positions, as the use of figurative or expressive language is not unidirectional; these units of speech (and, during the more recent period, also of writing) are referrals to someone or used for commenting something or someone. In addition, it is indispensable to take into account the function of such units. Thus, as future research, I bear in mind the treatment of phraseological units stemming from the users thereof and relevant usage situations.

In conclusion, I would like to emphasise that phraseological units are the linguistic units which are understood on the basis of existing knowledge. Phraseological knowledge is part of linguistic, cultural and cognitive competence, therefore, figurative expressions cannot be treated as bare texts owned and used by all language users in the same way but instead, it is necessary to bear in mind the differences of such knowledge, pursuant to the particular user of language.

# ELULOOKIRJELDUS

## Anneli Baran

Sünniaeg- ja koht: 13. juuni 1970, Valga  
Kodakondsus: Eesti  
Aadress: Eesti Kirjandusmuuseum, Folkloristika osakond,  
Vanemuise 42, 51003 Tartu  
Telefon: 372 737 7743  
e-post: anneli@folklore.ee

## Haridus

1995 *BA*, Tartu Ülikool, Filosoofiateaduskond, eesti ja soome-ugri  
filoloogia osakond  
1999 *MA*, Tartu Ülikool, Filosoofiateaduskond, kirjanduse ja  
rahvaluule osakond  
2003–2011 Tartu Ülikool, doktoriõpe, kirjanduse ja rahvaluule osakond

## Teenistuskäik

1994–1999 assistent, Eesti Keele Instituut  
1999–2000 teadur, Eesti Keele Instituut  
2000–... teadur, Eesti Kirjandusmuuseum

## Teadusorganisatsiooniline tegevus

2005–... The European Society of Phraseology/Europhras liige

# CURRICULUM VITAE

## Anneli Baran

Date and place of birth: June 13, 1970, Valga  
Citizenship: Estonian  
Address: Estonian Literary Museum, Department of  
Folkloristics, Vanemuise 42, 51003 Tartu, Estonia  
Phone: + 372 737 7743  
E-mail: anneli@folklore.ee

## Education

1995 *BA*, University of Tartu, Faculty of Philosophy, Department of  
Estonian and Finno-Ugrian Philology  
1999 *MA*, University of Tartu, Faculty of Philosophy, Department of  
Literature and Folkloristics  
2003–2011 University of Tartu, doctoral studies, Estonian and Comparative  
Folklore

## Employment

1994–1999 Assistant, Institute of the Estonian Language  
1999–2000 Research Fellow, Institute of the Estonian Language  
2004–... Research Fellow, Estonian Literary Museum, Department of  
Folkloristics

## Organizational Activity

2005–... Member of The European Society of Phraseology/Europhras

## DISSERTATIONES FOLKLORISTICAE UNIVERSITATIS TARTUENSIS

1. **Anzori Barkalaja.** Sketches towards a Theory of Shamanism: Associating the Belief System of the Pim River Khanties with the Western World View. Tartu, 2002. 184 p.
2. **Татьяна Миннихметова.** Традиционные обряды закамских удмуртов: Структура. Семантика. Фольклор. Tartu, 2003. 258 p.
3. **Madis Arukask.** Jutustava regilaulu aspektid. 19. sajandi lõpu setu lüro-eepiliste regilaulude žanr ja struktuur. Tartu, 2003. 305 p.
4. **Tiia Ristolainen.** Aspekte surmakultuuri muutustest Eestis. Tartu, 2004.
5. **Liina Saarlo.** Eesti regilaulude stereotüüpiast. Teooria, meetod ja tähendus. Tartu, 2005.
6. **Taive Särg.** Eesti keele prosoodia ning teksti ja viisi seosed regilaulus. Tartu, 2005.
7. **Risto Järv.** Eesti imemuinasjuttude tekstid ja tekstuur. Arhiivikeskne vaatlus. Tartu, 2005.
8. **Anu Korb.** Siberi eesti kogukonnad folkloristliku uurimisallikana. Tartu, 2007.
9. **Ergo-Hart Västriik.** Vadjalaste ja isurite usundi kirjeldamine keskajast 20. sajandi esimese pooleni. Tartu, 2007.
10. **Merili Metsvahi.** Indiviid, mälu ja loovus: Ksenia Mürsepa mõttemaailm folkloristi pilgu läbi. Tartu, 2007.
11. **Mari Sarv.** Loomiseks loodud: regivärsimõõt traditsiooniprotsessis. Tartu, 2008.
12. **Liisi Laineste.** Post-socialist jokes in Estonia: continuity and change. Tartu, 2008.
13. **Ave Tupits.** Käsitlusi rahvameditsiinist: mõiste kujunemine, kogumis- ja uurimistöö kulg Eestis 20. sajandil. Tartu, 2009.